

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Pada zaman yang serba teknologi ini, ketika orang-orang ingin mencari suatu informasi mereka tidak lagi menggunakan media konvensional seperti buku melainkan melalui *website*. *Web* sendiri adalah sebuah bagian dari internet yang menjadi salah satu cara dalam menyampaikan sebuah informasi (Rebah dkk., 2022). Dalam buku tersebut juga dijelaskan bahwa *web* memiliki keunikan dimana kita dapat menghubungkan dokumen dengan berbagai halaman menggunakan elemen interaktif bernama *hyper-text* yang dapat berupa teks, gambar, atau ikon yang ketika di sentuh akan mengarahkan kita ke halaman lainnya.

2.1.1 Fungsi Website

Pada perkembangannya, *website* memiliki berbagai fungsi yang disesuaikan dengan tujuannya. Menurut Pamungkas (2021), secara umum *website* dapat dibagi berdasarkan fungsinya, yaitu sebagai media komunikasi, media informasi, media pendidikan, media promosi, dan media pemasaran.

1. Media Informasi

Media informasi merupakan salah satu fungsi *website* yang digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat secara luas. Menurut Pamungkas (2021), *website* yang berfungsi sebagai media informasi memungkinkan penyebaran informasi yang bersifat umum dan dapat diakses dari mana saja selama pengguna terhubung dengan internet. Karena hal tersebut, *website* banyak dimanfaatkan oleh berbagai organisasi maupun institusi sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat.



Gambar 2.1 Contoh *Website* Media Informasi
Sumber: <https://www.umn.ac.id/apa-itu-e-learning-umn/>

Contoh penerapan *website* yang berfungsi sebagai media informasi dapat ditemukan pada *website* resmi instansi pemerintah, perusahaan, organisasi, maupun lembaga pendidikan (Pamungkas, 2021). *Website-website* tersebut menyajikan berbagai informasi yang dapat diakses oleh masyarakat, seperti profil organisasi, layanan, berita, pengumuman, hingga informasi kegiatan. Salah satu contohnya adalah *website* resmi Al Fityan School Tangerang yang menyediakan informasi mengenai profil sekolah, jenjang pendidikan, kegiatan sekolah, berita, serta informasi PPDB.

2. Media Pendidikan

Media pendidikan merupakan salah satu fungsi *website* yang mendukung aktivitas lembaga pendidikan dalam memanfaatkan teknologi digital. Pamungkas (2021) menjelaskan bahwa *website* di bidang pendidikan dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal, seperti membangun reputasi lembaga pendidikan, menjadi media alternatif dalam penyelenggaraan, mempercepat penyebaran informasi, memfasilitasi komunikasi, serta meningkatkan kualitas tenaga pengajar. Dengan demikian, *website* berperan sebagai sarana yang mendukung penyelenggaraan layanan pendidikan sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap informasi pendidikan.



Gambar 2.2 Contoh *Website* Media Pendidikan
Sumber: <https://alfityantangerang.sch.id/>

Penerapan fungsi tersebut dapat dilihat pada *website* Al Fityan School Tangerang yang dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi mengenai program pendidikan, jenjang sekolah, kegiatan, serta informasi PPDB. Melalui penyediaan informasi tersebut, *website* membantu sekolah dalam menyampaikan informasi pendidikan secara lebih efektif kepada orang tua maupun calon orang tua siswa, sekaligus mendukung citra sekolah (Pamungkas, 2021).

Berdasarkan penjelasan mengenai berbagai jenis *website*, dapat dipahami bahwa setiap jenis *website* dirancang untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan yang berbeda, mulai dari sebagai media komunikasi, media informasi, media pendidikan, media promosi, dan media pemasaran. Dalam konteks perancangan *website* Al Fityan School Tangerang, jenis *website* yang paling sesuai adalah sebagai media informasi dan media pendidikan karena *website* tersebut berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi dan membangun citra sekolah.

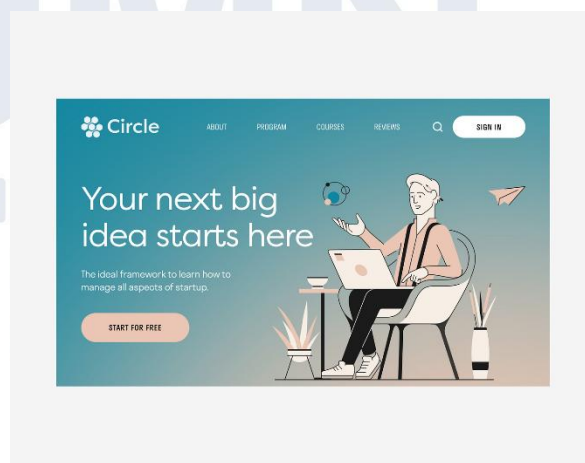
2.1.2 Anatomi *Website*

Anatomi *website* merupakan susunan elemen-elemen utama yang membentuk struktur sebuah halaman *website*. Penyusunan elemen-elemen tersebut perlu dilakukan secara terstruktur agar informasi dapat dipahami dengan mudah dan pengalaman pengguna menjadi lebih efektif. Menurut Landa (2021), penyusunan elemen visual yang terorganisasi mampu membangun hierarki informasi yang jelas sehingga memudahkan pengguna dalam memahami isi suatu media digital.

Secara umum, struktur halaman *website* terdiri atas beberapa elemen utama yang saling mendukung dalam membangun pengalaman pengguna. Elemen-elemen tersebut meliputi *header*, *footer*, *sidebar*, *content area*, *navigation*, *search bar*, *images*, *tabs*, serta berbagai *interactive elements* yang berfungsi mendukung interaksi pengguna dengan *website*. Menurut Landa (2021), hubungan antar elemen visual harus disusun secara konsisten agar pengguna dapat mengikuti alur informasi secara logis dan mampu menemukan informasi yang dibutuhkan dengan lebih mudah. Namun, tentunya tidak semua elemen *website* diperlukan pada *website* sekolah. Elemen yang biasanya digunakan pada *website* sekolah adalah *header*, *content area*, dan *footer*.

1. *Header*

Header merupakan bagian yang terletak pada bagian paling atas halaman *website* dan umumnya menjadi elemen pertama yang dilihat oleh pengguna saat mengakses suatu halaman. Menurut Rebah dkk., (2021), elemen *header* digunakan untuk menempatkan informasi yang berkaitan dengan identitas *website*, seperti logo, slogan, *banner*, maupun informasi penting lainnya. Keberadaan *header* berfungsi untuk memperkenalkan identitas *website* sehingga pengguna dapat mengenali *website* dengan lebih mudah.



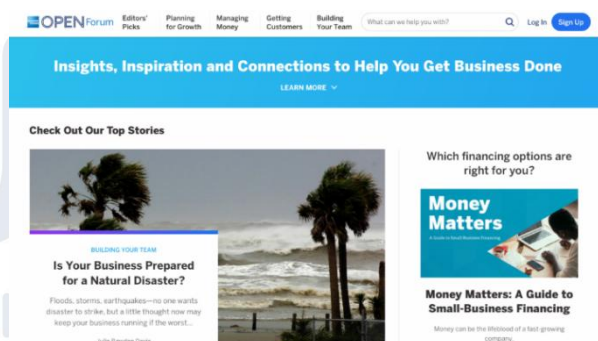
Gambar 2.3 Contoh *Header Website*

Sumber: https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1400/1*BUJ6hTATnj19...

Selain sebagai identitas, *header* juga berperan dalam membantu pengguna mengakses informasi pada *website* melalui penempatan elemen-elemen penting secara konsisten. Umumnya, *header* memuat menu navigasi utama, logo, kolom pencarian, maupun tombol-tombol tertentu yang memudahkan pengguna berpindah ke halaman lain. Oleh karena itu, penyusunan *header* yang jelas dan konsisten dapat meningkatkan kemudahan navigasi serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik (Rebah dkk., 2021).

2. Content Area

Content area merupakan bagian utama pada halaman *website* yang digunakan untuk menyajikan informasi kepada pengguna. Menurut Rebah dkk., (2021), elemen *section/content* digunakan untuk mengelompokkan berbagai elemen yang memiliki tema atau topik yang sama dalam suatu halaman *website*. Umumnya, setiap *section* diawali dengan sebuah judul (*heading*) yang diikuti oleh konten yang berkaitan sehingga informasi dapat disusun secara lebih terstruktur dan mudah dipahami oleh pengguna.



Gambar 2.4 Contoh *Content Area Website*

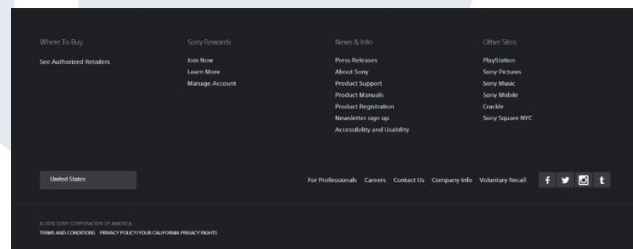
Sumber: <https://d27fp5ulgfd7w2.cloudfront.net/wp-content/uploads/201...>

Melalui pembagian konten ke dalam beberapa *section*, informasi pada *website* menjadi lebih terorganisasi dan memiliki hierarki yang jelas. Setiap *section* dapat memuat berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, maupun elemen interaktif yang saling berkaitan

sesuai dengan tujuan penyampaian informasi. Penyusunan *content area* secara sistematis akan membantu pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan dengan lebih cepat serta meningkatkan kenyamanan saat menjelajahi *website* (Rebah dkk., 2021).

3. Footer

Footer merupakan bagian yang terletak pada bagian paling bawah halaman *website*. Menurut Rebah dkk., (2021), elemen *footer* umumnya ditempatkan di bagian bawah dokumen HTML dan dapat memuat berbagai informasi, seperti pemberitahuan hukum (*legal notices*) serta tautan kontak. Keberadaan *footer* berfungsi sebagai bagian penutup halaman sekaligus menyediakan informasi pendukung yang dibutuhkan pengguna.



Gambar 2.5 Contoh *Footer Website*
Sumber: <https://colibriwp.com/blog/website-footers/>

Selain itu, *footer* juga sering digunakan untuk menampilkan informasi tambahan, seperti hak cipta (*copyright*), alamat, media sosial, kebijakan privasi, maupun tautan menuju halaman penting lainnya. Penyusunan *footer* yang terstruktur membantu pengguna memperoleh informasi pendukung tanpa harus kembali ke bagian atas halaman sehingga dapat meningkatkan kemudahan penggunaan *website* (Rebah dkk., 2021).

Berdasarkan penjelasan mengenai berbagai jenis *website*, dapat dipahami bahwa setiap jenis *website* dirancang untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan yang berbeda, mulai dari sebagai media komunikasi, media informasi, media pendidikan, media promosi, dan media pemasaran. Dalam

konteks perancangan *website* Al Fityan School Tangerang, jenis *website* yang paling sesuai adalah sebagai media informasi dan media pendidikan karena *website* tersebut berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi dan membangun citra sekolah.

Berdasarkan penjelasan mengenai elemen *website*, dapat dipahami bahwa setiap elemen memiliki fungsi yang berbeda dalam mendukung penyampaian informasi serta menciptakan pengalaman pengguna yang baik. Dalam konteks perancangan *website* Al Fityan School Tangerang, elemen *website* yang digunakan meliputi *header*, *content area*, dan *footer* karena ketiga elemen tersebut mampu mendukung penyajian informasi sekolah secara terstruktur, memudahkan navigasi pengguna, serta menyediakan informasi pendukung yang dibutuhkan oleh orang tua maupun calon peserta didik.

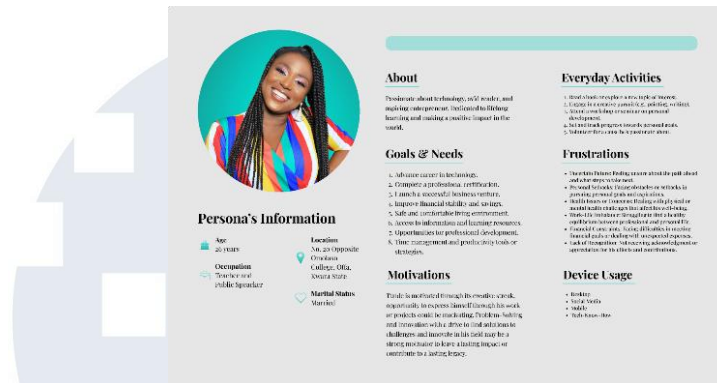
2.1.3 Strategi *Website*

Dalam membuat sebuah *website*, strategi merupakan hal yang sangat penting dan tidak dapat diabaikan. Tanpa adanya strategi yang jelas, *website* hanya akan menjadi sekadar tampilan digital tanpa arah dan tujuan yang pasti. Menurut Asari dkk., strategi *website* sendiri disusun secara jangka panjang agar branding *online* perusahaan atau instansi terkait selaras dengan strategi bisnis yang dimiliki (2023). Perencanaan ini meliputi bagaimana perusahaan membangun *positioning* di dunia *digital*, menentukan media dan sumber daya *online* yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada target audiens, merancang pola komunikasi dengan pelanggan, menetapkan produk atau layanan yang ditawarkan secara *online*, serta menyiapkan infrastruktur yang mendukung seluruh aktivitas digital tersebut agar dapat berjalan secara efektif.

1. *User Model*

Pemahaman terkait target pengguna sangat penting dalam proses pembuatan sebuah *website*. Biasanya, sebuah perusahaan atau instansi sudah memiliki gambaran mengenai siapa target penggunanya. Namun, perusahaan atau instansi harus tetap melakukan evaluasi terkait kebutuhan dan pengalaman target pengguna agar *website* menjadi tetap

relevan dengan kebutuhan mereka (Asari dkk., 2023). Pada akhirnya, pengguna menjadi penentu keberhasilan sebuah *website*, karena *website* dianggap berhasil ketika pengguna melakukan tindakan yang diharapkan, seperti mendaftar, melakukan pembelian, atau mengakses informasi produk.



Gambar 2.6 Contoh *User Model*

Sumber: <https://www.figma.com/community/diagramming/user-persona...>

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa memahami pengguna bukan hanya sekadar mengetahui siapa target pasar, tetapi juga bagaimana mereka berinteraksi dengan sistem yang dibuat. Dalam perancangan *website*, hal ini menjadi sangat krusial karena desain, fitur, dan konten yang disajikan harus disesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi pengguna (Asari dkk., 2023). Dengan menentukan target pengguna, perusahaan atau instansi dapat menciptakan pengalaman yang lebih relevan, efektif, dan mampu mendorong pengguna untuk melakukan tindakan yang diharapkan.

2. Contents

Dalam proses pengembangan *website*, terdapat fase yang dapat dilakukan secara bersamaan dengan tahapan perencanaan lainnya, yaitu tahap penyusunan konten. Menurut Rebah dkk., (2021), sebuah *website* terbentuk dari sekumpulan sumber daya atau halaman *web* yang saling terhubung dan biasanya terkait dengan topik tertentu, yang dibuat tersedia bagi pengguna internet melalui alamat *web*. Hal ini menunjukkan bahwa konten bukan hanya sekadar teks, melainkan mencakup

keseluruhan informasi yang disajikan kepada pengguna, termasuk gambar, audio, video, dan elemen interaktif lainnya. Konten yang disajikan di dalam *website* membantu pengunjung dalam berinteraksi di *website*, seperti mencari informasi lebih lanjut, melakukan pendaftaran, atau melakukan pembelian. Oleh karena itu, konten berperan penting dalam menarik perhatian sekaligus mempertahankan audiens.



Gambar 2.7 Jenis Konten pada *Website*

Sumber: <https://www.clickworker.com/customer-blog/website-content...>

Konten yang baik harus mampu memberikan nilai tambah bagi pengguna. Hal ini sejalan dengan pendapat Ben Rebah dkk. (2021) yang menyatakan bahwa ergonomis *website* sangat memperhatikan aspek keterbacaan dan kemudahan navigasi. Pengguna yang menemukan informasi dengan mudah akan cenderung tinggal lebih lama di *website* dan berpotensi menjadi pelanggan atau pengguna tetap.

Berdasarkan uraian mengenai strategi *website*, dapat disimpulkan bahwa perancangan *website* yang efektif memerlukan perencanaan yang matang agar selaras dengan tujuan bisnis atau organisasi yang ingin dicapai. Strategi *website* tidak hanya berfokus pada tampilan visual, tetapi juga pada pemahaman terhadap pengguna melalui *user model* serta penyusunan konten yang relevan, informatif, dan mudah diakses. Dengan memahami hal tersebut, *website* dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung dan mendorong tercapainya tujuan yang diharapkan.

2.2 Elemen Desain Dalam *Website*

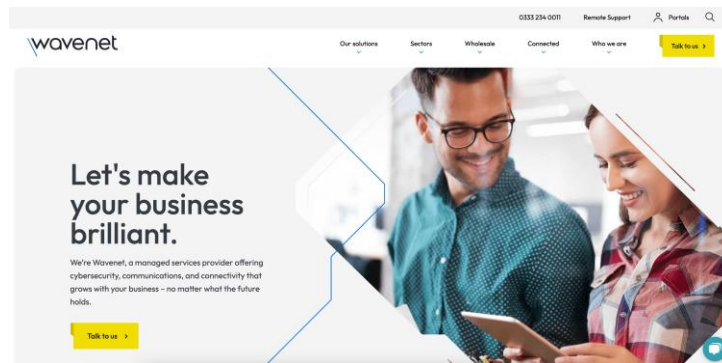
Dalam perancangan *website*, elemen desain menjadi dasar dalam membangun tampilan visual yang mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada pengguna. Blakemen (2022) menjelaskan bahwa desain *website* menggabungkan berbagai komponen visual dan verbal yang telah digunakan dalam media cetak, seperti warna, garis, bentuk, tipografi, tata letak, serta prinsip-prinsip desain, kemudian dipadukan dengan karakteristik media digital.

2.2.1 Elemen Desain

Sebagaimana yang dijelaskan di atas, seorang desain grafis harus memahami terkait teori desain. Teori pertama yang harus dipahami adalah terkait elemen desain. Menurut Blakemen, elemen desain terdiri dari garis, bentuk, *volume*, *texture*, *value*, dan warna (2022). Lebih lanjut beliau menjelaskan bahwa elemen desain dapat membantu dalam membuat visualisasi dari konsep desain yang telah dibuat. Jika dipahami, maka elemen desain adalah elemen-elemen yang sekiranya membantu membentuk sebuah visual. Pada perancangan sebuah *website*, elemen-elemen desain yang paling dominan adalah garis, bentuk, *value*, dan warna.

1. Garis

Garis dapat berupa garis nyata maupun garis tersirat yang tercipta dari susunan elemen-elemen desain. Garis merupakan elemen visual satu dimensi yang memiliki titik awal dan titik akhir (Blakemen, 2022). Dalam desain grafis, garis digunakan untuk mengarahkan pandangan audiens, membagi suatu bidang, menegaskan detail, serta membentuk struktur visual. Garis dapat berupa garis nyata maupun garis tersirat yang tercipta dari susunan elemen-elemen desain.



Gambar 2.8 Contoh Aplikasi Garis dalam *Website*
 Sumber: <https://www.blendb2b.com/blog/modern-website-design-exam...>

Elemen garis sebenarnya memiliki pengaruh emosional terhadap sebuah desain. Bentuk, arah, dan ketebalan garis dapat memengaruhi persepsi serta emosi yang dirasakan oleh audiens (Blakemen, 2022). Garis lurus memberikan kesan stabil dan formal, garis lengkung menciptakan kesan lembut dan mengalir, sedangkan garis zig-zag atau patah memberikan kesan dinamis dan penuh energi. Dengan pengolahan garis yang tepat, sebuah desain mampu mengarahkan fokus pengguna sekaligus memperkuat penyampaian pesan visual.

2. Bentuk

Bentuk merupakan elemen visual dua dimensi yang memiliki panjang dan lebar (Blakemen, 2022). Dalam desain grafis, bentuk digunakan untuk membagi halaman, menekankan area tertentu, dan menyampaikan pesan secara visual. Bentuk dapat dibuat menggunakan garis, warna, *value*, atau tekstur sehingga mampu membentuk komposisi visual yang beragam dalam sebuah desain.

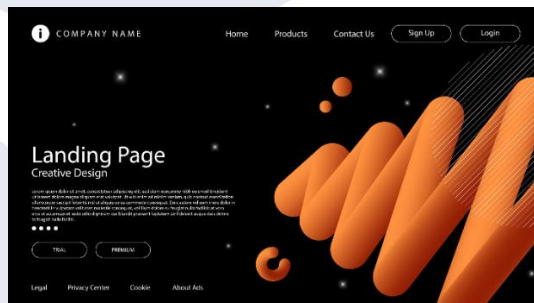


Gambar 2.9 Contoh Aplikasi Bentuk dalam *Website*
 Sumber: <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/website-design>

Bentuk dapat bersifat geometris, seperti lingkaran, persegi, segitiga, atau persegi panjang, maupun organik, yaitu bentuk yang tidak terikat pada aturan geometris. Selain itu, bentuk juga dapat tercipta melalui penggunaan ruang positif dan ruang negatif. Dengan penentuan dan pengolahan bentuk yang tepat, sebuah desain dapat memiliki makna yang berbeda-beda serta mampu memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens (Blakemen, 2022).

4. *Value*

Value merupakan elemen visual yang menunjukkan perbedaan tingkat terang dan gelap dalam sebuah desain (Blakemen, 2022). Dalam desain grafis, *value* digunakan untuk menyoroti detail, memperjelas tekstur, serta menciptakan ilusi kedalaman atau jarak. Penggunaan *value* yang tepat membantu membangun dimensi visual sehingga tampilan desain terlihat lebih hidup dan realistis.



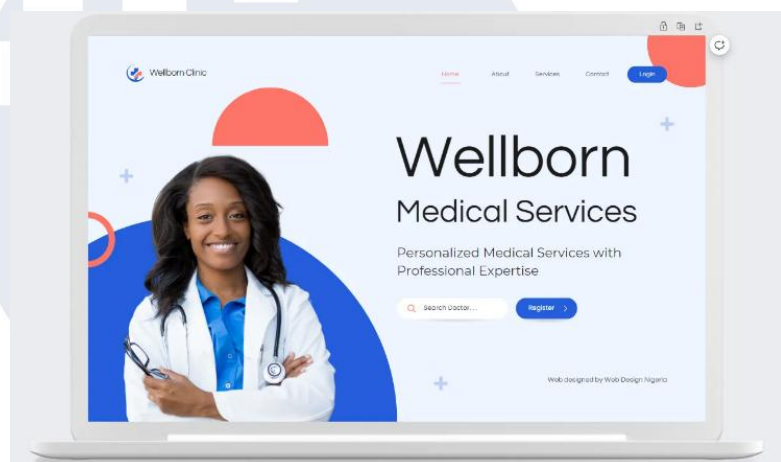
Gambar 2.10 Contoh Aplikasi *Value* dalam *Website*

Sumber: <https://www.lovelymyonline-marketing.com/black-website-design>

Objek yang berada lebih dekat dengan pandangan audiens umumnya terlihat lebih besar, lebih gelap, dan memiliki warna yang lebih kaya sehingga detailnya tampak lebih jelas. Sebaliknya, objek yang berada lebih jauh akan terlihat lebih kecil, lebih terang, dan memiliki detail yang lebih sedikit. Dengan pengaturan *value* yang tepat, sebuah desain dapat menciptakan hierarki visual dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada audiens (Blakemen, 2022).

5. Warna

Warna merupakan elemen visual yang mampu menciptakan suasana dan dapat ditafsirkan secara berbeda oleh setiap orang. Menurut Blakemen (2022), dalam desain grafis, warna dapat terlihat cerah, berani, lembut, minimalis, atau redup tergantung pada *hue* dan *saturation*-nya. Warna juga memiliki kemampuan untuk memengaruhi emosi serta membentuk identitas sebuah *brand* sehingga dapat memperkuat karakter visual yang ingin ditampilkan.



Gambar 2.11 Contoh Aplikasi Warna dalam *Website*
Sumber: <https://webdesigns.ng/medical-web-design-nigeria/>

Warna dapat digunakan untuk menarik perhatian maupun membangun suasana tertentu dalam sebuah desain. Warna cerah umumnya memberikan kesan muda dan energik, sedangkan warna gelap, seperti biru tua atau hitam, menciptakan kesan elegan dan tenang. Selain itu, warna yang berani cenderung lebih menonjol dan menarik fokus, sementara warna yang lebih terang tampak menyatu dengan latar belakang. Sebuah desain dapat memanfaatkan banyak warna atau hanya satu hingga dua warna yang ditempatkan secara strategis. Dengan pemilihan warna yang tepat, citra dan pesan sebuah *brand* dapat disampaikan secara efektif kepada audiens (Blakemen, 2022).



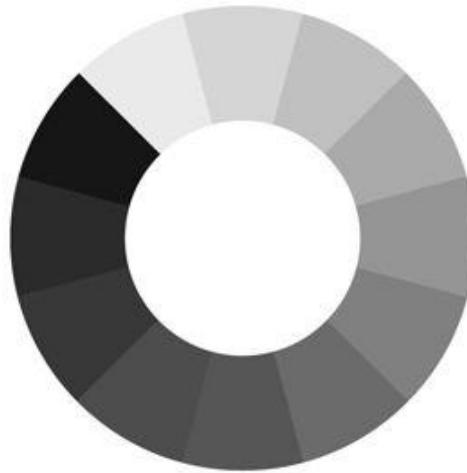
Gambar 2.12 *Color Wheel* Itten

Sumber: <https://edouardfouche.com/The-Extended-Color-Wheel-by-Itten/>

Dalam penerapannya, kombinasi warna dapat disusun berdasarkan *color scheme* untuk menciptakan hubungan warna yang harmonis serta mendukung penyampaian pesan visual yang diinginkan. Penentuan *color scheme* umumnya mengacu pada roda warna (*color wheel*) dua belas segmen yang dikembangkan berdasarkan konsep Itten karena model ini paling banyak digunakan dalam pembahasan *color harmony* dan *color scheme* (Fine, 2022). Berdasarkan sumber yang sama, Fine (2022) menjelaskan bahwa *color scheme* terdiri atas beberapa jenis, yaitu *achromatic*, *analogous*, *complementary*, *monochrome*, dan *split complementary*.

1. *Achromatic*

Achromatic merupakan skema warna yang menggunakan rentang nilai warna mulai dari putih, abu-abu, hingga hitam tanpa melibatkan *hue* maupun tingkat kejenuhan (*saturation*). Pada *color solid*, warna-warna tersebut berada pada posisi yang tersusun secara vertikal karena hanya mengalami perubahan nilai terang dan gelap. Meskipun tidak memiliki warna, kombinasi tersebut tetap mampu membentuk komposisi visual yang jelas melalui perbedaan tingkat kecerahan (Fine, 2022).



Gambar 2.13 *Achromatic Color Scheme*
Sumber: <https://co.pinterest.com/pin/71776187801352690/>

Penggunaan *achromatic* umumnya mampu menyampaikan bentuk, tekstur, serta posisi relatif suatu objek dalam sebuah komposisi visual. Skema warna ini dapat digunakan sebagai tampilan visual yang berdiri sendiri, seperti pada fotografi hitam putih, maupun sebagai dasar (*underpainting*) dalam proses pewarnaan karya seni. Oleh karena itu, *achromatic color scheme* sering dimanfaatkan untuk menciptakan tampilan yang sederhana, fokus, dan menekankan struktur visual tanpa dipengaruhi oleh penggunaan warna (Fine, 2022).

2. *Analogous*

Analogous merupakan skema warna yang mengombinasikan beberapa warna yang memiliki *hue* serupa, tetapi tidak identik. Warna-warna tersebut terletak bersebelahan pada *color wheel*, seperti biru, biru kehijauan, dan biru keunguan, sehingga memiliki hubungan warna yang saling berdekatan. Kedekatan posisi pada *color wheel* menghasilkan transisi warna yang halus dan menciptakan kesan visual yang harmonis (Fine, 2022).



Gambar 2.14 *Analogous Color Scheme*
Sumber: <https://creativemarket.com/blog/analogous-colors>

Penggunaan *analogous* umumnya menghasilkan tampilan yang lembut, seimbang, dan menenangkan karena warna-warna yang digunakan masih berada dalam kelompok *hue* yang sama. Oleh sebab itu, skema warna ini sering diterapkan pada berbagai media desain untuk menciptakan kesan yang harmonis serta mempertahankan konsistensi visual tanpa menghasilkan kontras yang terlalu kuat (Fine, 2022).

3. *Complementary*

Complementary color scheme merupakan skema warna yang mengombinasikan dua warna dengan perbedaan *hue* yang paling besar. Warna-warna tersebut berada pada posisi yang saling berhadapan pada *color wheel*, seperti biru dan oranye atau merah dan hijau. Kombinasi warna ini menghasilkan kontras visual yang kuat sehingga mampu menciptakan tampilan yang menarik perhatian dan memberikan kesan yang dinamis, meskipun dalam beberapa kondisi dapat terasa terlalu mencolok apabila digunakan secara berlebihan (Fine, 2022).

Complementary



Gambar 2.15 *Complementary Color Scheme*
Sumber: <https://ixdf.org/literature/topics/complementary-colors>

Penggunaan *complementary color scheme* juga dapat meningkatkan persepsi terhadap tingkat kejenuhan (*saturation*) masing-masing warna ketika ditempatkan berdampingan. Sebaliknya, apabila kedua warna dicampurkan dalam area yang sangat kecil, warna tersebut dapat tampak lebih kusam karena terjadi pencampuran secara optik. Oleh karena itu, penerapan *complementary* umumnya disarankan dengan menyeimbangkan warna yang memiliki kejenuhan tinggi dengan area yang lebih luas menggunakan warna komplementernya yang telah dicampur dengan putih, sehingga kontras visual tetap terjaga tanpa menghasilkan tampilan yang terlalu mencolok (Fine, 2022).

4. *Split Complementary*

Split complementary merupakan pengembangan dari *complementary color scheme* yang memadukan satu warna utama dengan dua warna yang berada di sisi kanan dan kiri dari warna komplementernya pada *color wheel*. Sebagai contoh, apabila warna utama yang digunakan adalah hijau, maka warna pendampingnya bukan merah, melainkan merah jingga (*orangish red*) dan merah keunguan (*purplish red*) yang berada di sekitar warna merah (Fine, 2022).



Gambar 2.16 *Split Complementary Color Scheme*
 Sumber: <https://uxplanet.org/how-to-use-a-split-complementary-color-s...>

Dibandingkan dengan *complementary color scheme*, *split complementary color scheme* menghasilkan kontras visual yang tetap menarik, tetapi memiliki kesan yang lebih halus dan seimbang. Kombinasi warna tersebut mampu menciptakan penekanan pada elemen tertentu tanpa menghasilkan kontras yang terlalu kuat, sehingga harmoni visual tetap terjaga dan tampilan desain menjadi lebih nyaman dipandang (Fine, 2022).

5. *Monochrome*

Monochromatic color scheme merupakan skema warna yang memiliki karakteristik serupa dengan *achromatic color scheme*, tetapi menggunakan variasi nilai (*value*) dari satu *hue* yang sama, bukan gradasi warna abu-abu. Variasi tersebut dapat berupa warna dengan tingkat kecerahan yang berbeda, mulai dari terang, sedang, hingga gelap, serta dapat dipadukan dengan warna putih maupun hitam. Pada *color solid*, warna-warna tersebut berada pada posisi yang relatif sejajar secara vertikal karena berasal dari *hue* yang sama (Fine, 2022).



Gambar 2.17 *Monochrome Color Scheme*

Sumber: <https://www.latelierkauldhar.com/interior-design-colour-series...>

Penggunaan *monochromatic color scheme* menghasilkan tampilan visual yang harmonis karena seluruh warna yang digunakan masih berada dalam satu kelompok warna. Perbedaan tingkat kecerahan dan intensitas warna mampu menciptakan variasi visual tanpa menghilangkan kesatuan desain, sehingga menghasilkan tampilan yang konsisten dan seimbang. Oleh karena itu, skema warna ini sering diterapkan untuk mempertahankan identitas visual sekaligus memberikan hierarki pada elemen-elemen desain (Fine, 2022).

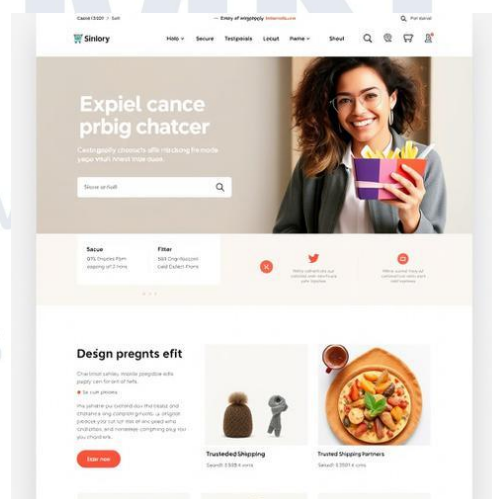
Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, pemahaman terhadap teori desain merupakan salah satu aspek penting yang harus dimiliki oleh seorang desainer grafis dalam proses perancangan. Salah satu teori yang perlu dipahami adalah mengenai elemen desain. Elemen desain terdiri atas garis, bentuk, tekstur, *value*, ruang, dan warna.. Dalam perancangan *website*, elemen desain yang paling dominan digunakan meliputi garis, bentuk, *value*, dan warna karena keempat elemen tersebut berperan penting dalam membangun struktur visual, memperjelas hierarki informasi, serta meningkatkan daya tarik tampilan *website*. Hal ini membuat *website* tidak hanya indah secara visual tetapi informasi yang ditampilkan juga mudah untuk dipahami.

2.2.2 Prinsip Desain

Dalam bukunya yang berjudul *Advertising Design by Medium: A Visual and Verbal Approach*, Blakemen menjelaskan bahwa ada sebelas prinsip dasar dalam desain grafis (2022). Sebelas prinsip tersebut Adalah *balance, white space, eye flow, alignment, dominance, structure, gradation, contrast, negative/positive space, unity*. Dengan memahami dan mengaplikasikan sepuluh prinsip ini secara tepat, sebuah desain dapat terlihat lebih terstruktur, komunikatif, dan memiliki nilai visual yang kuat.

1. *Balance*

Keseimbangan (*balance*) merupakan prinsip visual yang menciptakan kesan stabil dan harmonis dalam sebuah desain (Blakeman, 2022). Sebuah desain dikatakan seimbang apabila seluruh elemen di dalamnya terdistribusi secara merata sehingga tidak terlihat berat sebelah. Secara umum, terdapat dua jenis keseimbangan, yaitu formal (simetris) dan informal (asimetris). Keseimbangan formal tercipta ketika elemen pada satu sisi desain memiliki ukuran, bentuk, atau posisi yang serupa dengan sisi lainnya, seolah terdapat garis imajiner yang membagi desain menjadi dua bagian yang sama.



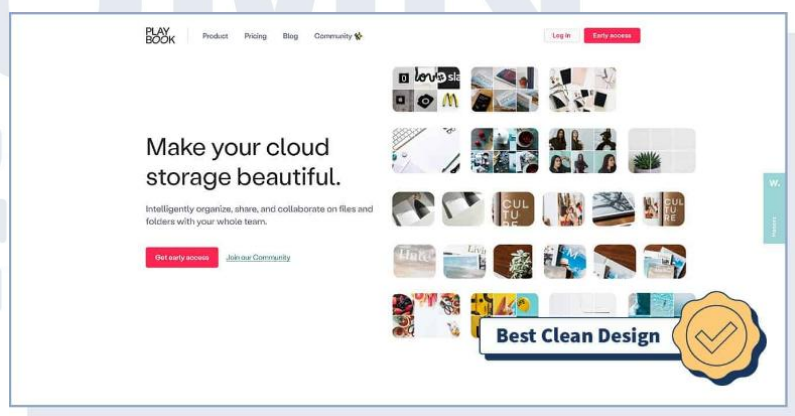
Gambar 2.18 Contoh Prinsip *Balance* dalam *Website*

Sumber: <https://www.liputan6.com/hot/read/6011811/6-desain-website-yang-user-friendly-menarik-dan-fungsional>

Sementara itu, keseimbangan informal dicapai melalui pengaturan bobot visual *optical weight* yang berbeda di setiap sisi desain (Blakeman, 2022). Elemen berukuran besar dapat diseimbangkan dengan beberapa elemen kecil atau dengan penempatan yang lebih dekat ke pusat komposisi, seperti prinsip jungkat-jungkit yang tetap seimbang meskipun bebannya berbeda. Pendekatan asimetris ini cenderung lebih dinamis dan menarik karena mendorong pergerakan mata audiens dari satu elemen ke elemen lainnya, sedangkan keseimbangan simetris biasanya dapat dipahami dalam sekali pandang. Dengan penerapan keseimbangan yang tepat, desain dapat menyampaikan pesan secara lebih efektif dan terarah.

2. White Space

White space merupakan elemen penting dalam desain yang berfungsi untuk menekankan dan mengorganisasi elemen visual agar tampilan terlihat lebih teratur dan harmonis (Blakeman, 2022). *White space* merujuk pada ruang negatif, yaitu area kosong di sekitar dan di antara elemen seperti teks, gambar, atau ilustrasi. Meskipun disebut “white”, ruang ini tidak harus berwarna putih, melainkan dapat berupa warna lain, pola, tekstur, atau bahkan gambar latar, selama area tersebut bebas dari elemen utama.

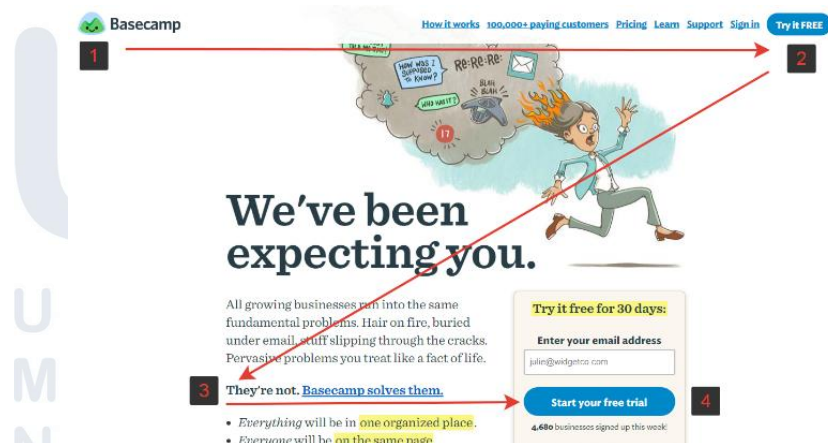


Gambar 2.19 Contoh Prinsip *White Space* dalam *Website*
Sumber: <https://websitesetup.org/website-planning/best-designed-websi...>

Penggunaan *white space* yang tepat dapat membingkai desain, menciptakan kesan elegan, serta membantu mengurangi tampilan yang terlalu padat atau berantakan (Blakeman, 2022). Desain yang minim *white space* cenderung terlihat penuh dan tidak seimbang, sehingga membuat mata kesulitan menemukan titik fokus. Sebaliknya, *white space* memberikan ruang istirahat bagi mata, mempermudah proses membaca, serta membantu audiens memahami informasi dengan lebih cepat.

3. *Eye Flow*

Eye flow merupakan prinsip desain yang mengatur susunan elemen visual agar membentuk jalur baca yang terarah bagi audiens (Blakeman, 2022). Dalam sebuah desain atau iklan, seluruh komponen sebaiknya disusun secara strategis sehingga mata pembaca bergerak secara alami dari atas ke bawah dan dari kiri ke kanan. Alur ini biasanya dimulai dari *headline* atau visual utama, kemudian mengarah ke informasi pendukung, hingga berakhir pada logo atau identitas *brand*. Dengan pengaturan *eye flow* yang baik, pesan dapat tersampaikan secara runtut dan mudah dipahami.



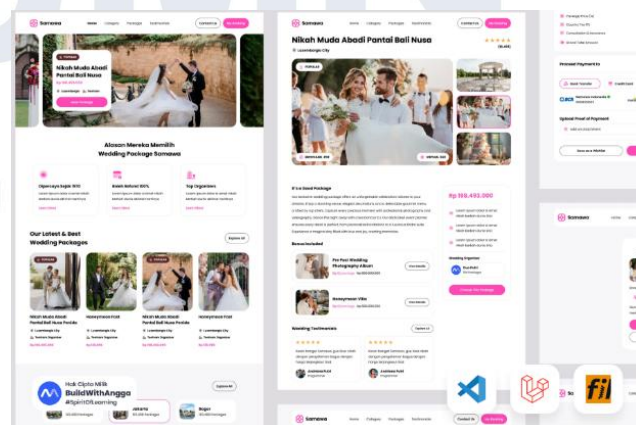
Gambar 2.20 Contoh Prinsip *Eye Flow* dalam Website

Sumber: <https://uxplanet.org/z-shaped-pattern-for-reading-web-content-...>

Eye flow dapat dibentuk melalui variasi ukuran, warna, maupun elemen grafis tertentu. Misalnya, penggunaan ukuran besar ke kecil, warna mencolok ke warna netral, atau garis dan bentuk yang mengarahkan pandangan dari satu titik ke titik lainnya (Blakemen, 2022). Elemen visual seperti garis, bayangan, atau objek yang tampak “bergerak” melintasi halaman juga dapat membantu menciptakan alur pandang yang dinamis. Dengan penerapan *eye flow* yang efektif, desain tidak hanya terlihat menarik, tetapi juga mampu mengarahkan perhatian audiens sesuai dengan urutan informasi yang diinginkan.

4. *Alignment*

Alignment merupakan prinsip desain yang mengacu pada penempatan atau perataan elemen-elemen visual dalam suatu komposisi, baik sejajar di bagian atas, bawah, tengah, maupun sisi desain (Blakemen, 2022). Penyelarasan elemen, terutama mengikuti margin atau garis tertentu, membantu menciptakan konsistensi dan keteraturan sehingga tampilan terlihat lebih rapi dan profesional. Dengan *alignment* yang baik, setiap komponen memiliki hubungan visual yang jelas satu sama lain, sehingga tidak tampak terpisah atau acak. Dalam beberapa kasus, penggunaan gambar atau ilustrasi yang melewati batas tepi desain dapat digunakan untuk menambahkan dinamika visual tanpa menghilangkan struktur utama tata letak (Blakemen, 2022).

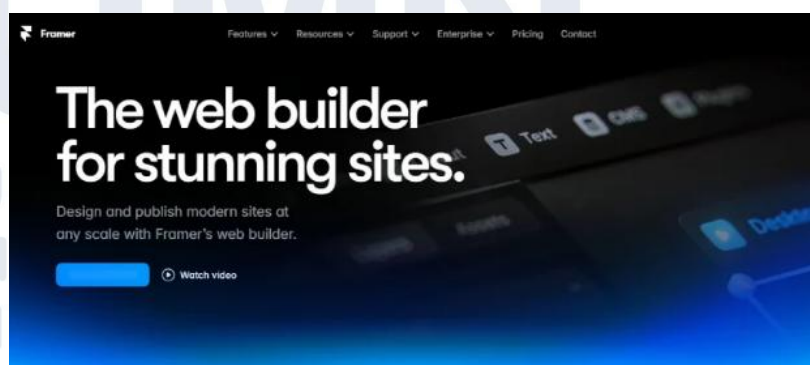


Gambar 2.21 Contoh Prinsip *Alignment* dalam Website
Sumber: <https://www.buildwithangga.com/tips/tutorial-laravel-11-filam...>

Penerapan *alignment* yang tepat membantu meningkatkan keterbacaan serta memperjelas hierarki informasi dalam desain (Blakeman, 2022). Elemen yang tersusun sejajar akan lebih mudah dipindai oleh mata, sehingga audiens dapat memahami isi pesan dengan cepat dan efisien. Tanpa *alignment* yang jelas, desain dapat terlihat berantakan dan membingungkan karena tidak memiliki struktur visual yang terorganisir. Oleh karena itu, *alignment* berperan penting dalam menciptakan tampilan yang terstruktur, harmonis, dan mendukung penyampaian pesan secara efektif (Blakeman, 2022).

5. *Dominance*

Dominance merupakan prinsip desain yang menekankan bahwa tidak semua elemen dalam sebuah iklan memiliki tingkat kepentingan yang sama (Blakeman, 2022). Dalam suatu komposisi visual, hanya satu elemen yang seharusnya menjadi pusat perhatian atau paling menonjol, yaitu visual utama atau *headline*. Pemilihan elemen yang mendominasi bergantung pada manfaat utama yang ingin disampaikan kepada konsumen. Jika pesan lebih efektif disampaikan melalui gambar, maka visual menjadi fokus utama. Sebaliknya, apabila pesan lebih kuat disampaikan melalui kata-kata yang informatif atau persuasif, maka *headline* yang perlu lebih ditonjolkan (Blakeman, 2022).

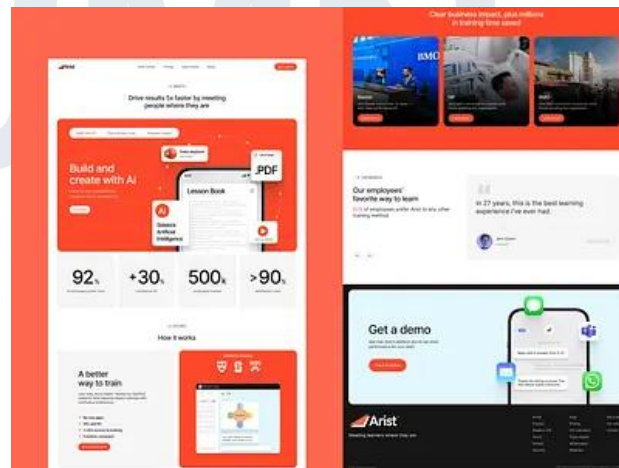


Gambar 2.22 Contoh Prinsip *Dominance* dalam *Website*
Sumber: <https://www.sliderrevolution.com/design/website-layout-exam...>

Dominasi dapat diciptakan melalui berbagai cara, seperti memperbesar ukuran elemen utama, menggunakan warna yang lebih kontras, membuatnya lebih tebal, atau mengisolasinya dari elemen lain di dalam tata letak (Blakeman, 2022). Dengan adanya satu titik fokus yang jelas, audiens dapat langsung memahami pesan utama tanpa terdistraksi oleh elemen lain yang bersaing menarik perhatian. Oleh karena itu, penerapan prinsip *dominance* membantu menciptakan hierarki visual yang kuat serta memastikan pesan tersampaikan secara efektif dan terarah (Blakeman, 2022).

6. Structure

Structure merupakan prinsip desain yang menekankan bahwa penempatan setiap komponen dalam sebuah iklan harus memiliki tampilan yang terkontrol dan direncanakan dengan matang (Blakeman, 2022). Tidak ada elemen yang ditempatkan secara acak, dan seluruh kualitas tata letak harus konsisten satu sama lain. Desain dikatakan tidak memiliki struktur apabila terdapat elemen yang menyimpang dari pola yang telah dibangun, misalnya seluruh komponen disusun rata tengah, tetapi terdapat satu subjudul yang rata kiri sehingga bertentangan dengan susunan utama (Blakeman, 2022).



Gambar 2.23 Contoh Prinsip *Structure* dalam Website
Sumber: <https://dribbble.com/tags/web-layout>

Setiap elemen dalam desain harus memiliki tujuan yang jelas. Tujuan tersebut dapat dibangun melalui pengulangan kualitas tata letak, seperti konsistensi dalam alignment, ukuran, maupun jarak antar elemen (Blakeman, 2022). Dengan adanya struktur yang kuat, desain akan terlihat lebih rapi, terorganisir, dan profesional, serta mampu menyampaikan pesan secara lebih efektif karena seluruh elemen bekerja secara selaras dan tidak saling bertentangan (Blakeman, 2022).

7. *Gradation*

Gradation merupakan prinsip desain yang mengacu pada perubahan bertahap dan teratur secara langkah demi langkah dalam suatu komposisi visual (Blakeman, 2022). Perubahan ini dapat diwujudkan melalui variasi warna, gradasi abu-abu, perbedaan ketebalan garis, maupun perubahan ukuran bentuk. Susunan elemen ini dapat menciptakan kesan tertentu, bahkan menghadirkan rasa ketidakseimbangan jika tidak diatur dengan tepat. Penambahan warna gelap juga dapat memperkuat kesan tersebut (Blakeman, 2022).



Gambar 2.24 Contoh Prinsip *Gradation* dalam Website
Sumber: <https://www.kadencewp.com/blog/how-to-use-gradients-in-we...>

Gradation pada warna, *tone*, dan ukuran mampu memberikan ilusi gerak, jarak, bayangan, sorotan cahaya, hingga menunjukkan berlalunya waktu dalam desain (Blakeman, 2022). Dengan penerapan *gradation* yang tepat, desain menjadi lebih dinamis, memiliki kedalaman visual, serta mampu memperkaya pengalaman audiens dalam memahami pesan yang disampaikan (Blakeman, 2022).

8. *Contrast*

Contrast merupakan prinsip desain yang berfungsi untuk menciptakan perbedaan yang jelas antar elemen dalam suatu komposisi visual (Blakeman, 2022). Meskipun terkadang dianggap sebagai elemen desain, *contrast* tetap berperan penting dalam membangun ketertarikan visual dan harus diterapkan di antara komponen yang ada pada halaman. Perbedaan dapat ditunjukkan melalui variasi ukuran, *value*, *tone*, warna, bentuk, maupun tekstur.



Gambar 2.25 Contoh Prinsip *Contrast* dalam *Website*

Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/contrast-in-user-interface-design/>

Penggunaan prinsip *contrast* membantu objek-objek yang serupa namun ditempatkan berdekatan tetap terlihat unik dan memiliki identitas masing-masing (Blakeman, 2022). Penerapan kontras yang tepat juga dapat menciptakan *eye flow* serta menghasilkan tampilan yang harmonis dan terpadu antar komponen. Semakin jelas perbedaan antar elemen, semakin mudah pula sebuah iklan atau desain untuk dibaca dan dipahami oleh audiens.

9. *Negative/Positive Space*

Negative/Positive Space merupakan prinsip desain yang mengacu pada hubungan antara ruang yang terisi dan ruang yang tidak terisi dalam suatu komposisi visual (Blakeman, 2022). *Negative space* adalah area kosong, seperti bagian putih halaman atau ruang di sekitar teks dan gambar, sedangkan *positive space* adalah bagian yang terisi oleh elemen desain. Keseimbangan antara kedua jenis ruang ini membantu menciptakan tampilan yang terstruktur, tidak berlebihan, dan mudah dipahami oleh audiens.



Gambar 2.26 Contoh Prinsip *Negative/Positive Space* dalam *Website*
 Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/contrast-in-user-interface-design/>

Dalam konteks *website*, penerapan *negative* dan *positive space* sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna saat menjelajah halaman. Ruang kosong dapat digunakan untuk memberi jarak antar section, memperjelas hierarki informasi, serta menonjolkan elemen penting seperti *headline*, gambar utama, atau *tombol call-to-action* (Blakeman, 2022). *Website* yang minim *negative space* cenderung terlihat penuh dan membingungkan, sehingga menyulitkan pengguna dalam memindai informasi.

10. Unity

Unity, atau dikenal juga sebagai *harmony*, merupakan prinsip desain yang memastikan seluruh elemen visual dalam sebuah iklan bekerja bersama untuk menyampaikan satu pesan yang kohesif dan terpadu (Blakeman, 2022). *Unity* berfungsi sebagai “perekat” yang menyatukan komponen visual dan teks agar tidak saling bersaing atau bertabrakan. Prinsip ini tercapai ketika setiap elemen memiliki keselarasan dalam ukuran, bentuk, warna, suasana (*mood*), dan tekstur. Tipografi juga dapat memperkuat *unity* dengan menyesuaikan karakter huruf terhadap gaya visual yang digunakan, misalnya penggunaan garis tipis pada huruf jika ilustrasi yang digunakan juga memiliki karakter tipis. Selain itu, pemanfaatan *border* dan *white space* turut membantu menciptakan kesatuan dalam desain (Blakeman, 2022).



Gambar 2.27 Contoh Prinsip *Unity* dalam *Website*
 Sumber: <https://blog.tubikstudio.com/contrast-in-user-interface-design/>

Dengan menerapkan prinsip *unity*, desain akan terlihat lebih harmonis, terarah, dan profesional karena seluruh elemen tampak saling terhubung dalam satu sistem visual (Blakeman, 2022). *Unity* membantu audiens memahami pesan dengan lebih mudah karena tidak ada elemen yang terasa terpisah dari keseluruhan konsep. Oleh karena itu, *unity* bersama elemen dan prinsip desain lainnya dapat dijadikan sebagai pedoman dalam menciptakan desain yang baik, sehingga alur visual menjadi lebih terstruktur dan mampu memandu pembaca dalam menerima pesan secara efektif (Blakeman, 2022).

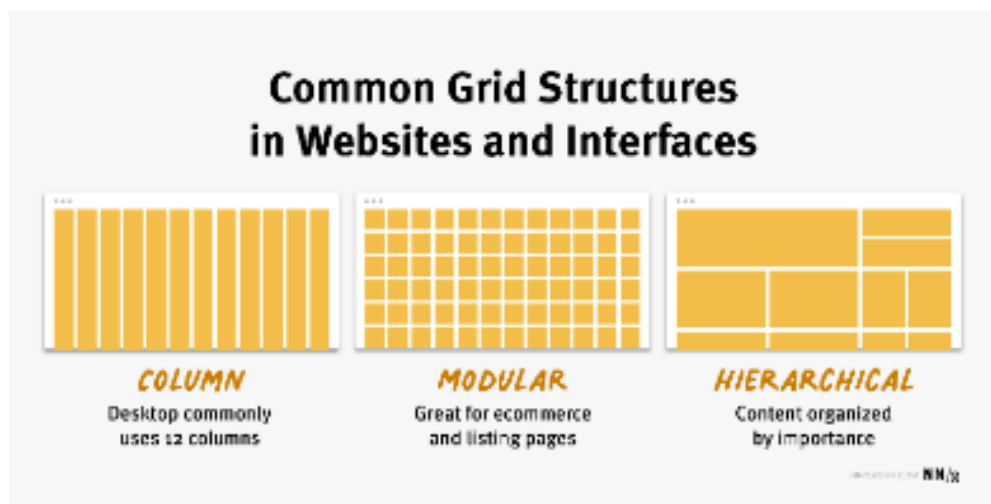
Berdasarkan penjelasan mengenai prinsip desain, dapat disimpulkan bahwa prinsip desain merupakan pedoman penting dalam menciptakan tampilan visual yang terstruktur, komunikatif, dan memiliki nilai estetika. Dalam bukunya, Blakemen (2022) menjelaskan bahwa terdapat sepuluh prinsip dasar dalam desain grafis, yaitu *balance*, *white space*, *eye flow*, *alignment*, *dominance*, *structure*, *gradation*, *contrast*, *negative/positive space*, dan *unity*. Penerapan prinsip-prinsip tersebut secara tepat dapat membantu menciptakan desain yang memiliki hierarki visual yang jelas, mampu mengarahkan perhatian pengguna, serta mendukung penyampaian informasi secara efektif dan jelas..

2.3 User Interface

Dalam melakukan sebuah perancangan, salah satunya adalah perancangan membuat *website*, seorang desainer grafis diharuskan memahami pengetahuan terkait *User Interface (UI)*. *UI* merupakan segala visual yang terdapat pada sebuah aplikasi atau *website*, mulai dari *button*, warna, *layout*, konten, hingga tipografi (2025). Dengan memahami *UI*, desainer grafis dapat membuat tampilan *website* menjadi lebih menarik untuk dilihat sehingga audiens menjadi lebih tertarik untuk membuka *website* dan aplikasi tersebut.

2.3.1 Grid

Grid merupakan sistem tata letak yang digunakan untuk mengatur elemen-elemen visual agar tersusun secara rapi, terstruktur, dan konsisten dalam sebuah desain. Penggunaan *grid* membantu mengorganisasi konten, menjaga keseimbangan visual, serta mempermudah penempatan elemen seperti gambar, tipografi, dan grafik sehingga proses perancangan menjadi lebih efisien (Chipman, 2022). Selain itu, *grid* juga berfungsi sebagai kerangka yang membantu menghasilkan tampilan yang lebih teratur dan mudah dipahami oleh pengguna.



Gambar 2.28 *Grid* pada *Website*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/using-grids-in-interface-designs/>

Salah satu penerapan *grid* adalah *grid pattern*, yaitu gaya tata letak yang menyusun elemen-elemen visual ke dalam kotak-kotak sehingga setiap elemen dapat berdiri sendiri tanpa mengganggu elemen lainnya. Setiap elemen visual umumnya dilengkapi dengan judul, deskripsi singkat, serta informasi pendukung yang disusun secara sistematis. Bagian atas desain biasanya diisi oleh visual utama atau judul untuk menarik perhatian audiens, sedangkan bagian bawah digunakan untuk menampilkan susunan elemen visual dalam bentuk *grid*. Tata letak ini dapat diterapkan pada berbagai media cetak maupun digital karena mampu menciptakan tampilan yang lebih terorganisir, meningkatkan keterbacaan, dan mempermudah penyampaian informasi kepada pengguna (Blakemen, 2022).

2.3.2 Pattern

Pattern merupakan susunan elemen visual yang terbentuk melalui pengulangan (*repetition*) sehingga menciptakan keteraturan dan kesatuan dalam sebuah desain. Menurut Blakemen (2022), *pattern* digunakan untuk membangun organisasi visual serta menciptakan kesan pergerakan (*movement*) melalui pengulangan bentuk, ukuran, warna, maupun elemen desain lainnya. Pengulangan tersebut juga dapat menunjukkan hubungan antar elemen sehingga tampilan desain menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens.



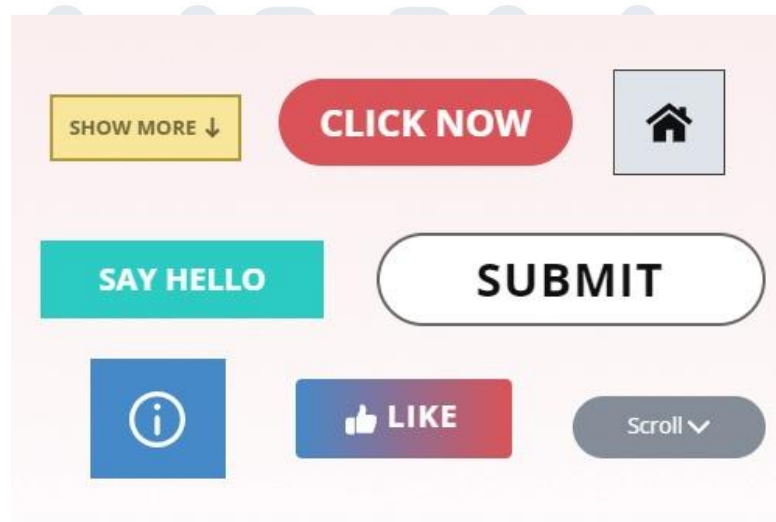
Gambar 2.29 Pattern pada Website

Sumber: <https://www.awwwards.com/background-patterns-designs-and-resources-for-websites.html>

Penggunaan *pattern* tidak hanya diterapkan pada bentuk visual, tetapi juga dapat berupa pengulangan tipografi, warna, logo, garis, maupun ukuran elemen yang digunakan secara konsisten. Selain menciptakan kesan yang teratur, *pattern* juga dapat digunakan untuk menunjukkan perubahan atau perkembangan melalui variasi ukuran, posisi, maupun gradasi warna pada elemen yang diulang. Oleh karena itu, penerapan *pattern* yang konsisten mampu menciptakan kesatuan visual yang estetik, serta memperkuat identitas sebuah desain (Blakemen, 2022).

2.3.3 *Button*

Button merupakan elemen antarmuka yang digunakan pengguna untuk menjalankan suatu perintah, memilih suatu tindakan, atau berpindah ke halaman tertentu pada sebuah website. Dalam proses perancangan, *button* perlu dirancang dengan memperhatikan ukuran, warna, dan penempatannya agar mudah dikenali serta digunakan oleh pengguna. Selain itu, penggunaan *button* yang konsisten dapat membantu menciptakan antarmuka yang lebih teratur, memudahkan pengguna dalam memahami fungsi setiap tombol, serta meningkatkan pengalaman penggunaan website (Chipman, 2022).



Gambar 2.30 *Button* pada *Website*

Sumber: <https://nicepage.com/feature/button-element-481899>

Menurut Blakemen (2022), *button* merupakan salah satu alat navigasi yang paling umum digunakan dalam website, seperti *home*, *next*, *previous*, dan *help*, yang berfungsi membantu pengguna menemukan informasi dan berpindah antarhalaman dengan mudah. Oleh karena itu, *button* sebaiknya dirancang dengan tampilan yang sederhana, memiliki kontras yang jelas dengan elemen visual lainnya, serta ditempatkan secara konsisten pada setiap halaman agar mudah dikenali. Dengan penerapan *button* yang tepat, navigasi website menjadi lebih efektif dan memberikan pengalaman yang lebih nyaman bagi pengguna.

2.3.4 Icon

Icon merupakan elemen visual yang digunakan untuk mewakili suatu fungsi atau informasi dalam sebuah website sehingga memudahkan pengguna dalam mengenali berbagai fitur yang tersedia. Menurut Chipman (2022), penggunaan elemen visual yang konsisten, termasuk *icon*, membantu menciptakan antarmuka yang mudah dikenali dan dipahami oleh pengguna. Dengan demikian, *icon* berperan dalam mendukung interaksi pengguna agar menjadi lebih sederhana dan efisien.



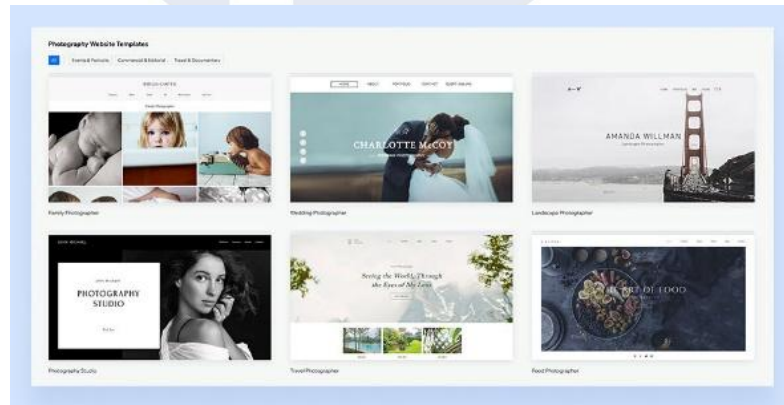
Gambar 2.31 Icon pada Website

Sumber: <https://www.keentodesign.com.au/icons-for-website/>

Penggunaan *icon* yang konsisten pada setiap halaman *website* dapat membantu pengguna mengenali fungsi suatu fitur tanpa perlu mempelajari kembali cara penggunaannya. Chipman (2022) menjelaskan bahwa *clickable icon* sebaiknya mempertahankan tampilan dan fungsi yang sama agar antarmuka tetap terlihat konsisten serta memberikan pengalaman yang lebih mudah dan nyaman bagi pengguna.

2.3.5 Foto

Foto merupakan salah satu elemen visual yang paling umum digunakan dalam desain untuk menyampaikan informasi secara nyata dan menarik perhatian audiens. Menurut Blakemen (2022), penggunaan foto memberikan kesempatan kepada audiens untuk melihat suatu objek secara lebih jelas, termasuk detail produk, cara penggunaan, maupun manfaat yang ditawarkan. Oleh karena itu, foto berperan dalam membantu membangun komunikasi visual yang lebih efektif.



Gambar 2.32 Foto pada *Website*

Sumber: <https://www.wix.com/blog/how-to-make-a-photography-website>

Penggunaan foto yang berkualitas mampu menghidupkan citra suatu *brand* dalam imajinasi audiens. Detail seperti tekstur, pola, warna, serta kualitas suatu objek dapat ditampilkan dengan lebih jelas sehingga mampu memperkuat daya tarik visual dan membangkitkan respons emosional. Dengan pemilihan foto yang tepat, sebuah desain dapat menyampaikan pesan secara lebih menarik, meyakinkan, dan mudah dipahami oleh audiens (Blakemen, 2022).

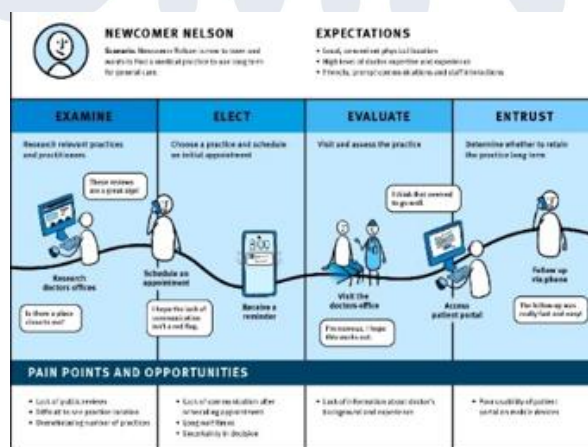
Berdasarkan penjelasan mengenai *User Interface (UI)*, dapat disimpulkan bahwa *UI* merupakan aspek penting dalam perancangan. Dalam merancang *website*, seorang desainer perlu memahami berbagai komponen, seperti *grid*, *pattern*, *button*, *icon*, dan foto. Dengan demikian, penggunaan komponen *UI* yang dirancang secara baik mampu meningkatkan pengalaman pengguna sekaligus mendukung penyampaian pesan secara efektif melalui *website*.

2.4 User Experience

Selain memahami terkait unsur estetika dari desain, seorang desainer yang baik juga harus memahami terkait pengalaman pengguna ketika menggunakan desain yang dibuat. Dalam bukunya Gingerich, dijelaskan bahwa *User Experience (UX)* membantu desainer dalam merancang media yang berfokus pada pengalaman pengguna (2022).

2.4.1 User Journey

Tahapan pertama dalam memahami pengalaman pengguna adalah dengan membuat *User Journey*. Sebagaimana dijelaskan oleh Stephanie Walter dalam bukunya yang berjudul *User Journey Mapping* yang dipublikasikan pada tahun 2022, beliau menjelaskan bahwa alat yang paling efektif dalam memahami pengguna, yaitu dengan membuat *User Journey*. *User Journey* dapat membantu desainer dalam memvisualisasikan data-data tersebut menjadi sebuah peta perjalanan seorang pengguna ketika menggunakan sebuah produk atau jasa (Walter, 2022).



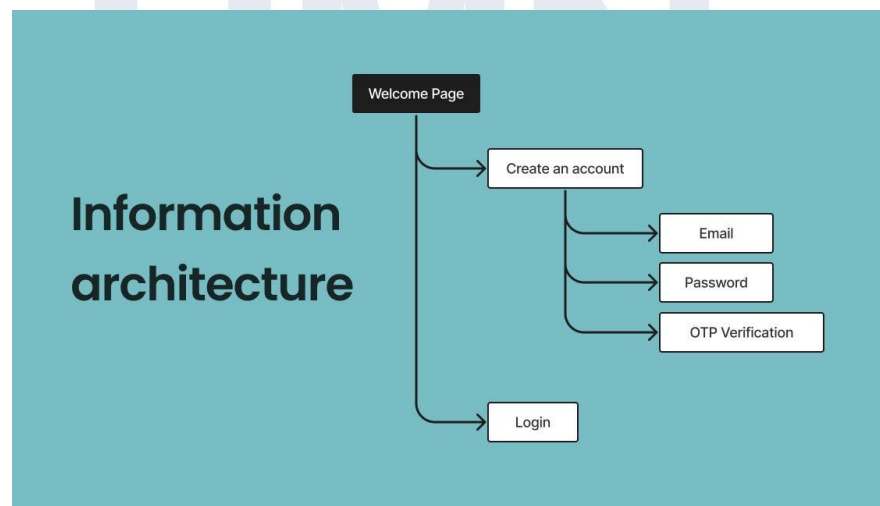
Gambar 2.33 Contoh *User Journey*

Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/user-journeys-vs-user-flows/>

User Journey tidak hanya menggambarkan pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sebuah situs *web* atau aplikasi, tetapi juga mencakup seluruh rangkaian pengalaman sebelum dan sesudah penggunaan produk digital. Menurut Walter (2022), perjalanan pengguna dapat dimulai sebelum pengguna menggunakan produk digital dan berlanjut setelah interaksi digital selesai. Sebagai contoh, pada *website* sekolah, pengalaman calon orang tua tidak berhenti ketika berhasil mengirimkan formulir pendaftaran, tetapi juga mencakup proses memperoleh informasi mengenai tahapan penerimaan peserta didik baru, menerima konfirmasi dari pihak sekolah, hingga berkomunikasi apabila terdapat kendala selama proses pendaftaran.

2.4.2 Information Architecture

Information Architecture merupakan sebuah alat untuk memahami bagaimana informasi sebaiknya diorganisasi, disusun, dan disajikan agar mudah dipahami serta diakses oleh pengguna. Menurut Stephanidis dan Salvendy (2025), *Information Architecture* berperan dalam menciptakan struktur informasi yang jelas melalui pengelompokan konten, penentuan hierarki informasi, serta perancangan sistem navigasi yang memudahkan pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan



Gambar 2.34 Contoh Information Architecture

Sumber: https://medium.com/@ahmedtareq_46462/information-architecture-ia-and-site...

Jika dipahami lebih dalam, perjalanan interaksi pengguna diawali dengan visualisasi informasi yang dirancang untuk mendukung kemudahan penggunaan dan meningkatkan pengalaman pengguna. Aspek *Information Architecture* juga berkaitan dengan aspek navigasi karena keduanya berperan dalam membantu memastikan pengguna untuk memahami isi konten yang diberikan dan memastikan kenyamanan. Secara keseluruhan, visualisasi informasi tidak hanya bertujuan menyajikan data secara menarik, tetapi juga mendukung penyampaian informasi yang efektif melalui prinsip-prinsip desain yang mempertimbangkan karakteristik pengguna, kompleksitas data, serta konteks penggunaan yang beragam (Stephanidis & Salvendy, 2025).

2.4.3 User Flow

User Flow merupakan diagram alur yang menggambarkan langkah-langkah yang ditempuh pengguna saat menggunakan sebuah produk, mulai dari titik awal hingga tujuan akhir yang ingin dicapai. Karena setiap pengguna dapat memiliki tujuan yang berbeda-beda ketika menggunakan suatu produk atau layanan, satu proyek dapat memiliki lebih dari satu *User Flow*. Beberapa alur mungkin dirancang untuk proses yang kompleks, seperti pendaftaran akun atau pembelian produk, sementara alur lainnya berfokus pada penyelesaian satu tugas tertentu (Chipman, 2022).



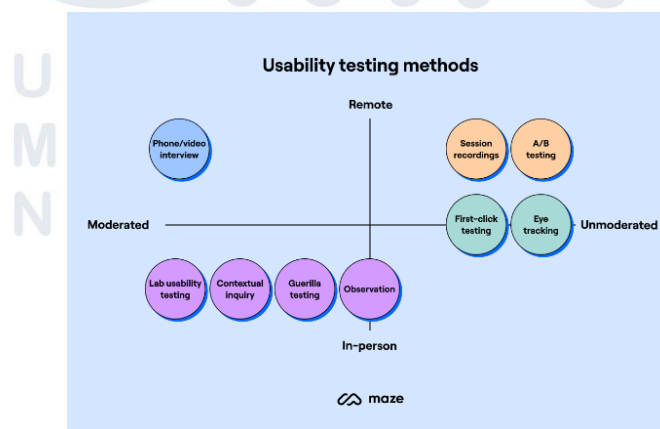
Gambar 2.35 Contoh *User Flow*

Sumber: <https://reteno.com/blog/5-user-flow-examples-for-exceptional-ux-design>

Jika dibandingkan dengan *User Journey* memang terlihat mirip fungsinya, namun keduanya memiliki fungsi yang berbeda. Manfaat utama dari *User Flow* sendiri adalah untuk membantu desainer dalam meningkatkan pengalaman pengguna dengan memvisualisasikan proses yang harus dilalui pengguna secara sederhana dan mudah dipahami. Sedangkan *User Journey* memvisualisasikan seluruh peta perjalanan dari pengguna. Oleh karena itu, *User Flow* tidak hanya digunakan sebagai panduan dalam merancang antarmuka, tetapi juga sebagai alat evaluasi untuk menemukan area yang perlu diperbaiki sehingga pengguna dapat menyelesaikan tugas mereka dengan lebih cepat dan efisien (Chipman, 2022).

2.4.4 Usability Testing

Usability Testing merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk menilai kemudahan penggunaan suatu produk digital, seperti *website* atau aplikasi, dengan mengamati secara langsung interaksi pengguna ketika menyelesaikan tugas-tugas tertentu menggunakan *wireframe*, *mock-up*, maupun prototipe (Cirucci & Pruchniewska, 2022). Melalui pengamatan tersebut, peneliti dapat mengetahui apakah pengguna mampu menyelesaikan tugas yang diberikan dengan mudah, mengidentifikasi hambatan yang muncul selama proses interaksi, serta memahami bagaimana pengguna menavigasi dan menggunakan fitur-fitur yang tersedia.



Gambar 2.36 Metode *Usability Testing*
Sumber: <https://maze.co/guides/usability-testing/methods/>

Selain mengidentifikasi permasalahan penggunaan, *Usability Testing* juga bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas, efisiensi, kemudahan penggunaan, dan aksesibilitas suatu produk digital (Cirucci & Pruchniewska, 2022). Pengujian ini dapat dilakukan secara langsung maupun jarak jauh, dengan atau tanpa pendampingan peneliti, sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selama proses pengujian, pengguna diminta menyelesaikan serangkaian tugas yang telah ditentukan, sementara peneliti mengamati perilaku, *feedback*, serta tingkat keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan tugas tersebut. Hasil evaluasi kemudian dimanfaatkan sebagai dasar untuk melakukan penyempurnaan desain sehingga produk yang dikembangkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik penggunaanya sebelum diimplementasikan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *User Experience (UX)* merupakan aspek penting dalam perancangan produk digital. Untuk menciptakan pengalaman pengguna yang efektif dan nyaman, desainer perlu memahami kebutuhan serta perilaku pengguna melalui berbagai metode, seperti *User Journey*, *Information Architecture*, *User Flow* dan *Usability Testing*.

2.5 Penelitian yang Relevan

Dalam perancangan ini, penulis juga melakukan analisis terkait penelitian-penelitian yang relevan seputar perancangan ulang *website* sekolah. Hal ini penulis lakukan untuk memahami tantangan apa yang sering muncul dalam perancangan ulang *website* sekolah, sehingga perancangan ulang yang akan dilakukan dapat lebih efektif, relevan, dan dapat menjawab permasalahan yang ada.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Ulang Desain <i>Website</i> SMAN1 Gamping	Johan Adi Saputro	Penelitian in tentang perancangan ulang desain	Pada penelitian ini website SMAN1 Gamping pada awalnya dinilai

	Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>		<i>website</i> SMAN 1 Gamping menggunakan metode perancangan <i>Design Thinking</i> .	minim informasi, namun setelah dilakukan redesain, para pengguna merasa lebih puas ketika mengakses <i>website</i> .
2.	Perancangan Desain <i>UI/UX</i> Berbasis <i>Website</i> Pada SDIT Nurul Ilmi Bilingual Integrated School Bekasi Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Andreas Eka Pradana, Ika Kurniawati, Fachri Amsury, Heriyanto	Penelitian in tentang perancangan ulang desain <i>website</i> SDIT Nurul Ilmi Bilingual Integrated School Bekasi menggunakan metode perancangan <i>Design Thinking</i> .	Pada penelitian ini <i>website</i> SDIT Nurul Ilmi Bilingual Integrated School Bekasi pada awalnya dinilai minim informasi, namun setelah dilakukan redesain, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan <i>website</i> menunjukkan tingkat keberhasilan yang tinggi dalam menjawab permasalahan yang ada.
3.	Perancangan <i>UI/UX Website</i> SMP Plus Mabdaul Huda	Milla Rochmawati, Apriade Voutama,	Penelitian in tentang perancangan ulang desain	Pada penelitian ini <i>website</i> SMP Plus Mabdaul Huda pada awalnya dinilai

	Menggunakan Metode <i>Design Thinking</i>	Azhari Ali Ridha1	<i>website</i> SMP Plus Mabdaul Huda menggunakan metode perancangan <i>Design Thinking</i> .	terlihat kurang menarik dan jarang mengupdate berita atau pengumuman di dalamnya, namun setelah dilakukan redesain telah sesuai dengan kebutuhan pengguna.
--	---	----------------------	--	--

Berdasarkan analisis ketiga penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan metode *Design Thinking* dalam perancangan ulang *website* sekolah terbukti efektif meningkatkan kualitas *website*. Secara umum, *website* pada awalnya memiliki masalah seperti informasi yang minim, tampilan kurang menarik, atau *update* konten yang jarang. Setelah dilakukan redesain menggunakan *Design Thinking*, *website* menjadi lebih informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga pengguna merasa lebih puas dan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan. Dengan kata lain, pendekatan *Design Thinking* membantu menciptakan *website* yang *user-friendly* dan lebih relevan dengan pengalaman pengguna.