



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Desain Website**

Sebelum mengetahui tentang desain *website* sekarang ini menurut Sklar (2012) dalam bukunya yang berjudul “*Principles of Web Design*” mengatakan *website*, *online shop*, nonton video, *share* foto, main *games*, dan berkomunikasi melalui sosial media menjadi sebuah kebutuhan utama untuk sebagian besar hidup manusia. Maka dari itu, perkembangan teknologi *internet* sangat mendorong permintaan dalam pembuatan melalui sebuah *website* menjadi sangat tinggi. Akibatnya terdapat peluang yang besar bagi para desainer grafis untuk memasuki bidang perancangan tampilan visual *website*. Visual *website* yang didesain dengan sangat baik dan profesional akan menjadi daya tarik dan dipercaya oleh pengunjung *website* tersebut (hlm. 2).

##### **2.1.1. Internet**

Menurut Robbins (2012) melalui buku yang berjudul “*Learning Web Design*” menjelaskan tentang *internet* merupakan jaringan komputer yang saling terkoneksi atau terhubung satu sama lain. Jadi, *website* merupakan bagian dari *internet* dengan sebuah salah satu dari banyak tampilan informasi yang bisa ditransferkan melalui jaringan antar komputer di seluruh dunia. Semula *website* disebut dengan *World Wide Web* atau *WWW* di dalam situs alamat. *Website* menggunakan sebuah protokol yang disebut *HyperText Transfer Protocol* atau

*HTTP*, dengan kata akronim tersebut sudah biasa diketahui, karena itu adalah empat huruf yang hampir digunakan disemua alamat *website* (hlm. 21).

### 2.1.2. *Website*

Seperti yang dinyatakan oleh Miller (2011) dalam bukunya yang berjudul “*Above The Fold*” adalah *website* merupakan sebuah medium untuk mendesain yang berasal dari beberapa desain dengan keterbatasannya. Keterbatasan dalam desain *website* mengatur hal-hal seperti jenis *font* yang dipakai dari banyaknya *font* yang tersedia, mencocokkan warna yang tepat, menentukan spesifikasi halaman *website* dengan ukuran dan *breaks*, *text warps*, dan menggunakan *white space* untuk memisahkan bagian dari kontennya. Hal-hal penting di atas membuat desain *website* menjadi susah dan mustahil dalam membuat desain *website* (hlm. 15).

Maka, Miller melanjutkan desain *website* yang baik adalah sebuah pengalaman. Jadi, mendesain *website* merupakan pengalaman berinteraksi untuk pengunjung dalam mengakses *website*. Pengalaman yang dimaksud yaitu, membangun sebuah kondisi atau keadaan di lingkungan bagi pengunjung *website* untuk menyampaikan sebuah konten dengan berhasil. Tingkat keberhasilan sebuah konten *website* terlihat melalui sikap pengunjung yang ingin mengakses lagi secara rutin dan berkala pada sebuah *website*. Pengalaman dari pengunjung seperti ini disebut sebagai *user experience* (hlm 24).

Selanjutnya, menurut Hidayat (2010) dalam bukunya yang berjudul “Cara Praktis Membangun *Website* Gratis” ialah *website* merupakan kumpulan halaman yang berguna untuk menampilkan sebuah informasi berupa teks, gambar yang

bergerak atau diam, animasi, suara, ataupun gabungan dari semua. *Website* yang bersifat statis maupun dinamis dapat membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terikat dan masing-masing dapat terhubung dengan tiap jaringan pada halaman *website*. Hubungan halaman *website* antarlain *hyperlink* yaitu, antar halaman *website*, dan *hypertext* yaitu, penghubung media dalam teks (hlm. 2).

Hidayat (2010) menyatakan bahwa *website* mempunyai jenis-jenisnya berdasarkan sifat atau *style*-nya antara lain (hlm. 4):

1. *Website* dinamis, ialah *website* yang terdapat konten atau isi bisa berubah setiap saat. Istilah dalam bahasa pemrograman antara lain yang digunakan adalah PHP, ASP, .NET, dan memanfaatkan *database* MySQL atau MS SQL. Ada beberapa contohnya antara lain [www.google.com](http://www.google.com), [www.detiknews.com](http://www.detiknews.com), [www.youtube.com](http://www.youtube.com), [www.instagram.com](http://www.instagram.com), dan banyak lainnya.
2. *Website* statis, ialah *website* dengan konten yang sangat jarang bisa diubah. Seperti HTML dan yang belum memanfaatkan *database* merupakan sebuah bahasa pemrograman. Contoh dalam *website* organisasi, website pemerintahan, dan lain-lain.

*Website* dapat menarik dan jelas menurut Patterson (2014) dalam bukunya yang berjudul "*learning responsive web design*" dalam menggunakan sebagian besar desain *website*, desainer grafis dalam hal membuat halaman *website* biasanya membuat *web pages* dengan tampilan *fixed widths* agar mudah dan jelas untuk dijadikan sebuah solusi sederhana dalam mendesain halaman *website*. *Fixed page width* yang dapat digunakan untuk *mobile websites* berukuran 320-pixel-

*wide screen*, sedangkan untuk monitor laptop atau computer dapat menggunakan 1024-*pixel-wide* monitor. Patterson melanjutkan, secara nyata *mobile phones* hanya digunakan ketika sedang diperjalanan atau digunakan bersamaan ketika sedang melakukan kegiatan dengan sibuknya. Kegiatan yang seperti biasa dilakukan, mungkin sering dilakukan pengunjung *website* saat ini. Tetapi *mobile phones* menjadi lebih banyak digunakan di mana saja. Hal ini karena sifat masyarakat sekarang mulai menggunakan sebuah perangkat untuk keperluan yang semakin bertambah banyak dan tidak secepat ketika hanya menggunakan laptop atau komputer mereka atau bahkan menggunakan keduanya dengan *multitasking* (hlm. 9-10).

### 2.1.3. Fungsi Desain Website

Hidayat (2010) menyatakan fungsi *website* berdasarkan jenis-jenis yang antara lain terbagi atas (hlm. 4):

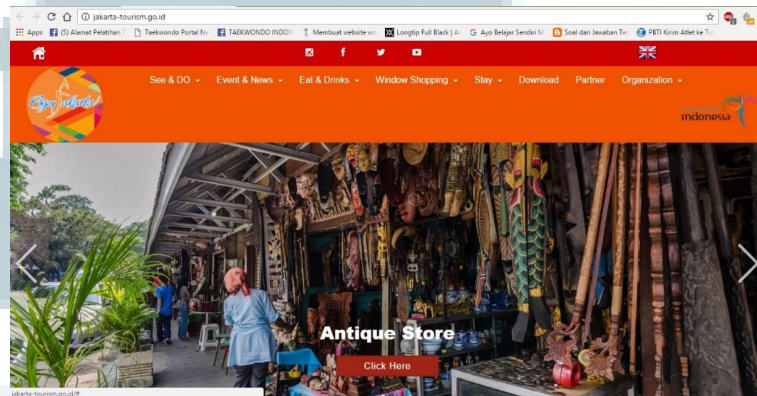
1. *Commercial website*, sebuah *website* yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dalam bidang bisnis.



Gambar 2.1. Commercial website

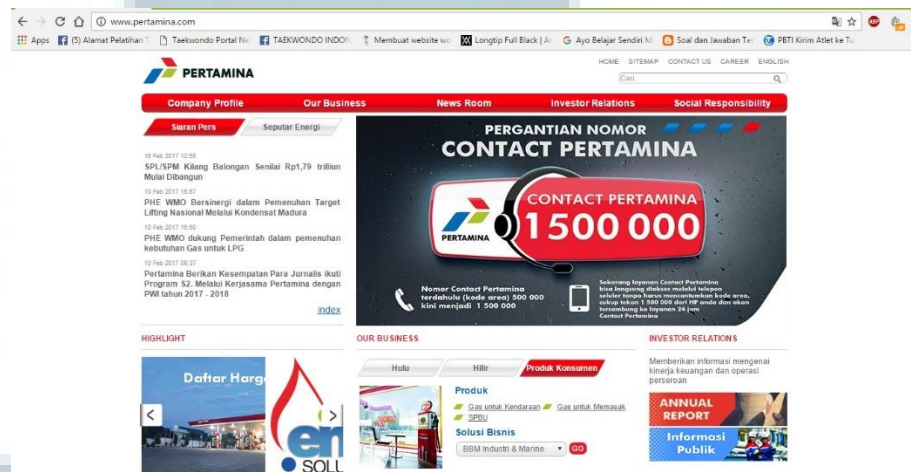
(Sumber: <http://assets.indosatooredoo.com/Assets/Upload/isatcom1.jpg>)

2. *Government websites*, website yang dipergunakandan dimiliki oleh pihak instansi pemerintahan atau instansi pendidikan atau instansi pariwisata yang bertujuan dapat memberi pelayanan kepada pengguna *website*.



Gambar 2.2. *Website tourism*  
(Sumber: jakarta-tourism.go.id)

3. *Non-Profit Organization Website*, website jenis ini dipergunakan untuk organisasi yang bersifat non-profit bisa dikatakan tidak bersifat secara bisnis.



Gambar 2.3. *Non-Profit Organization website*  
(Sumber: www.pertamina.com)

4. *Personal websites, website* dipergunakan untuk diisikan informasi data pribadi seseorang dan portofolionya.



Gambar 2.4. *Personal website*

(Sumber: <http://static.wixstatic.com/media/05205c463a0d4af1bc5db5f755269f5d.jpg>)

Miller (2011) mengatakan fungsi desain *website* adalah diwajibkan untuk desainer *website* bertindak melakukan segala cara agar dapat memahami kebiasaan pengguna *website* dan dapat membuat desain *website* yang benar dan tepat. Tanpa memahami fungsi dari kebiasaan pengguna *website*, desainer *website* menjadi semata-mata meniru kebiasaan dari desain yang mereka telah lihat sebelumnya atau plagiatisme (hlm. 27).

Serupa dengan pandangan Sklar (2012) fungsi dari desain *website* adalah untuk pengunjung atau pengguna *website*. Jadi, desainer *website* harus mencari tahu yang pengguna *website* harapkan dari sebuah *website*. Contohnya untuk mencari kostumer atau pengguna *website* yang ingin melakukan transaksi *online*.

Lanjut Sklar, berdasarkan fungsi desain *website* untuk pengguna dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu (hlm. 78-82):

1. Desain untuk interaksi, desainer *website* harus tahu tipe konten yang akan dipilih untuk pengguna apakah pengguna *website* lebih suka membaca secara detail atau hanya mengamati halaman *website* secara sekilas saja.
2. Desain untuk lokasi, pengguna *website* bisa menlintasi sebuah halaman *website* dalam berbagai macam cara. Maka, seorang teknisi mempelajari sebuah pergerakan mata pada pengguna *website* dengan sensor yang memperlihatkan hasil jarak pandangan secara luas ketika pengguna melacak halaman *website* menggunakan mata mereka.

#### **2.1.4. Prinsip Desain Website**

Prinsip desain menurut Beard (2010) dalam bukunya yang berjudul “*The Principles of Beautiful Web Design*” menjelaskan bahwa kebanyakan orang menentukan desain *website* dengan dua sudut pandang utama yaitu, apakah itu “baik” atau “buruk” sebuah tampilan *website* tersebut. Sebenarnya desain *website* memiliki *value*. *Value* tersebut dapat melalui sudut pandang *website* yang dengan melihat nilai guna *website* yang difokuskan dari segi fungsi atau tingkat seberapa efektif penyampaian sebuah informasi, dan seberapa efisien. Sedangkan dalam desain *website* terdapat pandangan nilai estetika dalam membuat *website*. Nilai estetika tersebut dilihat melalui nilai seni atau artistik dan daya tarik visual dari sebuah desain untuk menarik calon pengunjung. Tetapi jangan sampai desainer *website* hanya tertuju akan nilai estetika dan grafis saja lalu lupa tentang informasi



yang ingin disampaikan untuk pengguna *website*, sementara beberapa desainer *website* terlalu fokus dalam menyampaikan informasi untuk pengguna dan lupa tentang daya tarik visualnya. Maka, untuk menjangkau pengguna dan mempertahankan kepentingan mereka, sangat penting untuk memaksimalkan kedua *value* di atas. Nilai paling penting untuk diingat adalah bahwa semua desain itu ialah tentang komunikasi (hlm. 5-6).

Lanjut Beard (2010) prinsip desain *website* ialah desain merupakan sebuah komunikasi. Jadi, apabila desainer *website* dapat menciptakan sebuah *website* dan informasinya tersampaikan dengan baik tetapi *website*-nya terlihat jelek atau tidak cocok dengan *brand* dari seorang klien, maka tidak akan satu pun ingin mengunjungi atau menggunakan *website* itu kembali setelah mengunjungi untuk pertama kali, begitu juga sebaliknya. Maka, untuk menyelesaikan desain *website* harus terdapat sebuah elemen dan nilai fungsi seperti dikerjakan menjadi satu kesatuan, sehingga (hlm. 6-7):

1. Pengguna senang dengan desainnya dan juga tertarik dengan isi konten *website*-nya. Pusat perhatian dari nilai guna untuk ukuran profesional adalah ketika mengamati pengguna ketika sedang menggunakan halaman *website* untuk mencari informasi yang diinginkannya, baik itu dari isi konten, *link* yang tersambung ke halaman lainnya, atau bentuk bidang pada *website* tersebut. Desain harus tidak menjadi halangan; melainkan seharusnya menjadi penghubung antara pengguna dan informasi pada *website*.
2. Pengguna bisa dengan mudah mengakses navigasi dengan naluri atau intuisi pada diri pengguna *website*. Jadi, navigasi menjadi hal utama untuk tidak

menjadi penghalang atau *distraction* melainkan harus terlihat sangat jelas dalam sebuah halaman *website*. Penghubung atau *link* antar navigasi dengan halaman *website* dapat berfungsi untuk saling berhubungan sesuai tema konten berisikan tulisan atau gambaran pada judul. Sebuah struktur navigasi tidak hanya merubah penampilan saja ketika *cursor* pada *mouse* lewat dengan *link* tersebut, tetapi juga menunjukkan bahwa halaman atau bagian itu aktif atau tidak. Jadi, hal itu dapat membantu pengguna sadar akan keberadaan navigasi dan pengguna bisa mendapatkan kemana mereka ingin mengakses *website* atau menikmati konten *website* secara maksimal.

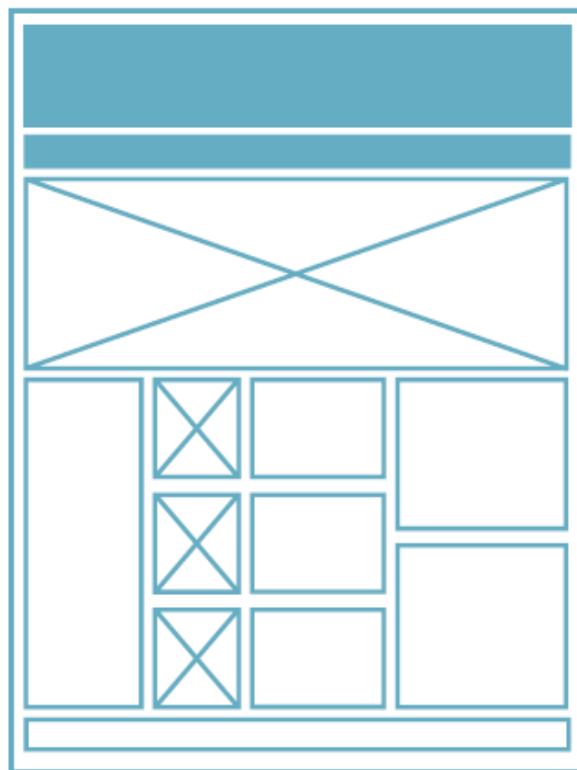
3. Pengguna sadar bahwa setiap halaman *website* termasuk dari bagian *website*. Bahkan jika terdapat perbedaan secara kurang atau tidak merubah penampilan *link* yang menghubungkan antara layout halaman utama dengan beberapa halaman pada *website*, tema desain layout akan dipersatukan dengan tema atau gaya desain yang harus ada di semua halaman *website* untuk membantu mempertahankan desain pada *website*.

Terakhir menurut Miller (2011) prinsip desain *website* dipengaruhi oleh space usage, tipografi, dan beberapa elemen dari unsur hirarki yang efektif sangat penting untuk desain cetak dan desain *website*. Tetapi metode untuk mencapai prinsip-prinsip dimana melibatkan keahlian yang berbeda dan yang akan dipertimbangkan oleh pengalaman pengguna *website* (hlm. 6).

### 2.1.5. Anatomi Website

Berawal seperti yang dinyatakan Miller (2011) dalam bukunya yang berjudul “*Above The Fold*” menyatakan bahwa ada beberapa bagian anatomi pada *website* seperti bagian yang terdiri atas (hlm 35-50):

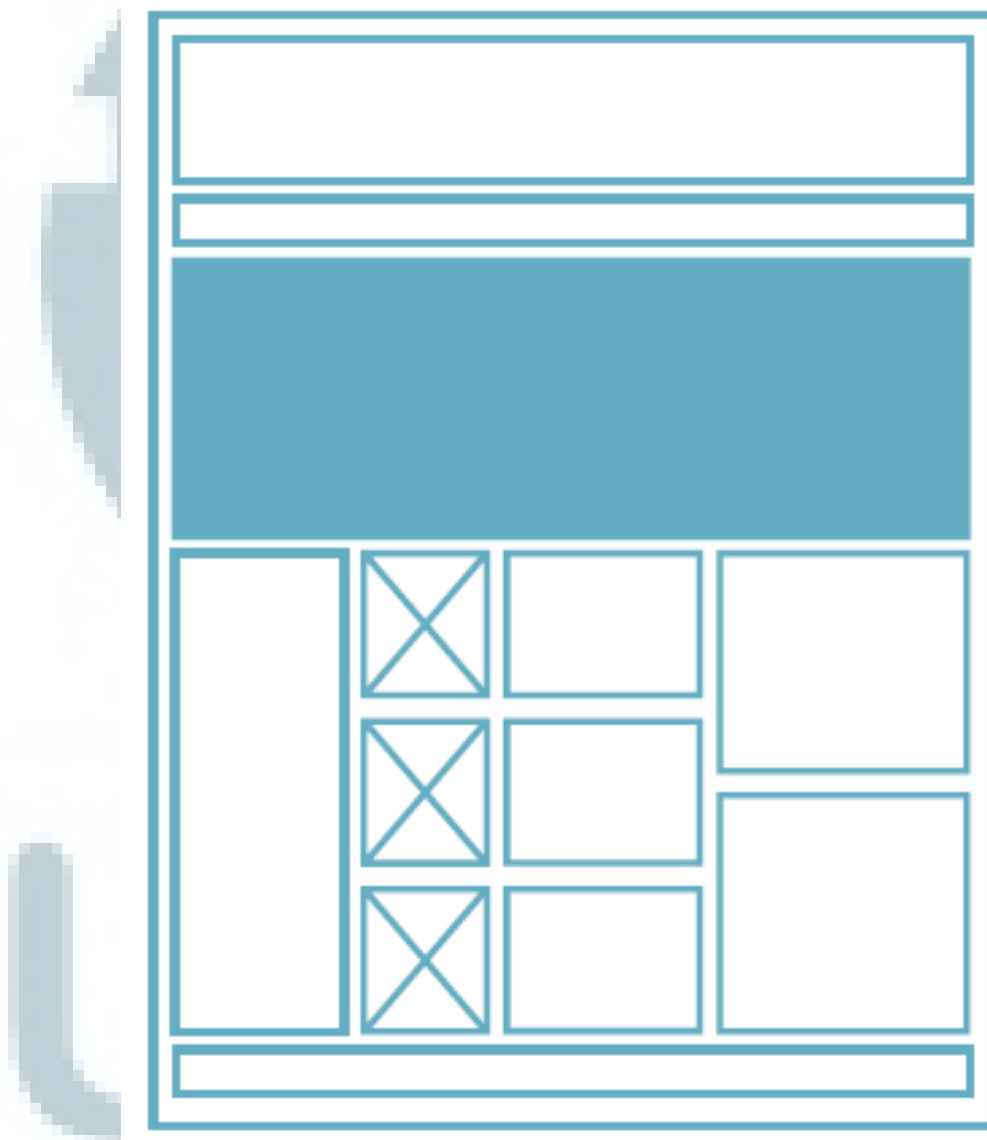
1. *Header* merupakan sebuah komponen, terletak pada bagian atas tampilan visual *website* dan konsisten pada semua bagian tampilan *website*, kecuali pada halaman *home* yang bisa sedikit dimodifikasi tetapi masih memiliki tema yang sama. *Header* dipergunakan sebagai tempat untuk mengidentifikasi tampilan *website* dan membuat kesatuan atau kesamaan pada seluruh halaman *website*.



Gambar 2.5. *Header*

(Sumber: Above The Fold/Miller/2011)

2. *Feature Area* merupakan isi dari sebuah konten utama, namun sebagai besar merupakan sebuah halaman yang ditampilkan pada *website*. Pada umumnya isi konten berupa *slide show*, *Thumbnails*, *panels* atau gambar/foto resolusi berukuran besar dan bisa mengandung tulisan atau teks.



Gambar 2.6. *Feature Area*  
(Sumber: Above The Fold/Miller/2011)

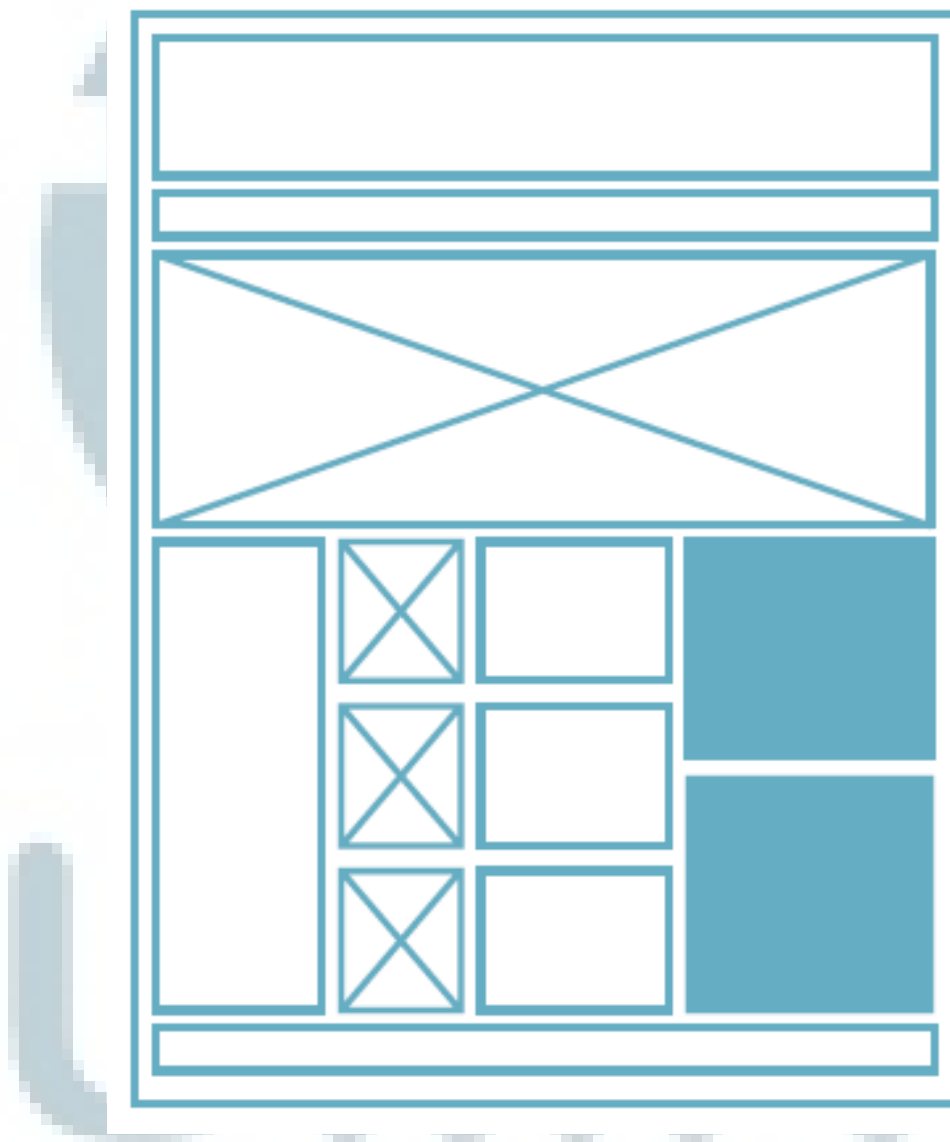
3. *Body* atau konten merupakan sebuah kumpulan berisikan informasi untuk calon pengunjung dan pengguna *website*. Maka, pengunjung *website* dapat menghabiskan waktunya seharian untuk mengakses atau menelusuri halaman *website*. Semua isi informasi yang ingin ditampilkan harus bersifat jelas dan mudah dipahami serta terdapat pemisah yang dilakukan oleh *whitespace* yang terlihat pada *website* biasanya. Hal ini sejalan dengan desain *website* untuk menentukan tampilan halaman yang ditelusuri untuk terus di *scroll*.



Gambar 2.7. *Body*

(Sumber: Above The Fold/Miller/2011)

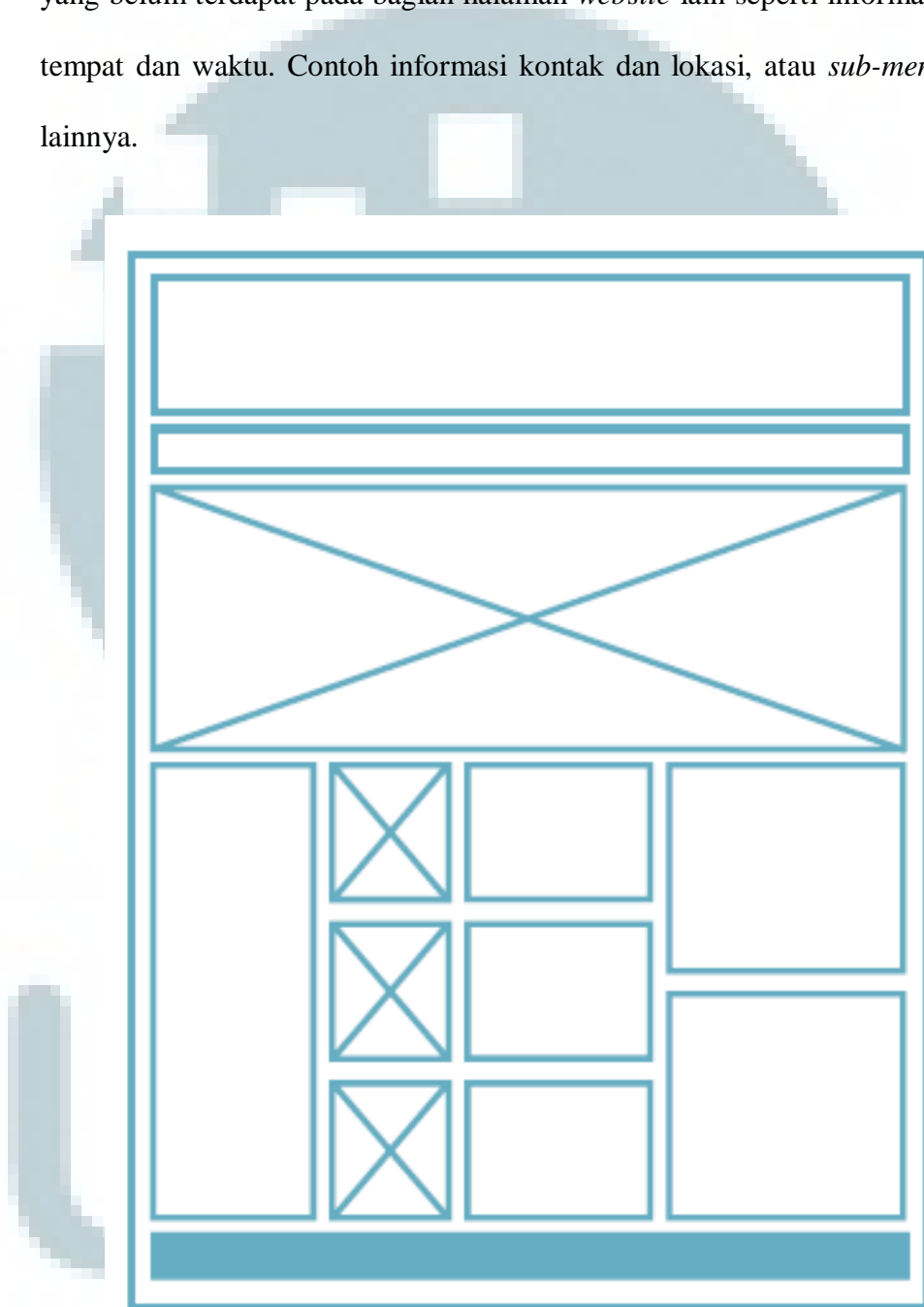
4. *Sidebar* merupakan sebuah bentuk yang dibuat untuk meletakkan informasi bersifat sekunder atau disebut sub-menu pada sebuah *website*. Biasanya bagian ini dialihkan untuk tempat memuat iklan.



Gambar 2.8. *Sidebar*

(Sumber: Above The Fold/Miller/2011)

5. *Footer* merupakan sebuah bagian yang terletak di bawah tampilan *website*. Biasanya berisikan sebuah *trademark* atau *copyright* serta informasi terkait yang belum terdapat pada bagian halaman *website* lain seperti informasi suatu tempat dan waktu. Contoh informasi kontak dan lokasi, atau *sub-menu* yang lainnya.



Gambar 2.9. *Footer*

(Sumber: Above The Fold/Miller/2011)

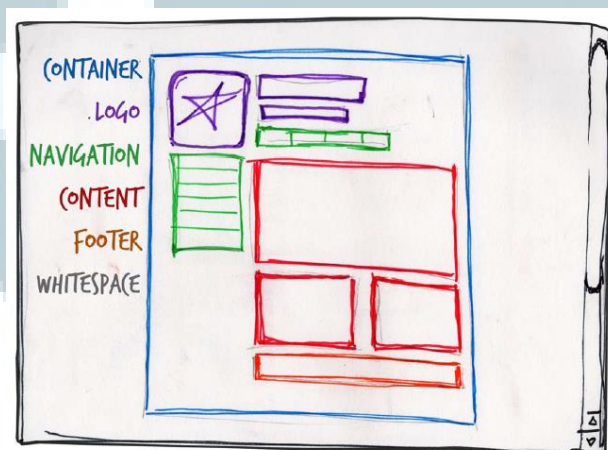
6. *Background* merupakan bagian yang terletak di belakang atau samping dari isi konten atau *body* dan ada pada seluruh bagian halaman *website*. *Background* bisa berguna untuk membantu memberikan kesan yang berkarakter bagi *website* sehingga terlihat menyatu dengan konten dan membuat *website* menjadi berukuran lebar.



Gambar 2.10. *Background*  
(Sumber: Above The Fold/Miller/2011)



Sedangkan anatomi halaman *website* menurut Beard (2010) adalah dengan mendefinisikan bahwa sebuah desain dapat memenuhi semua yang diuraikan desainer *website* ketika melakukan pekerjaan dan memiliki respon melalui pengguna *website* dengan mudah (jelas dan paham) melalui komunikasi visual. Hal itu sama saja dengan membuat susunan kata yang dikumpulkan untuk membuat puisi dengan kumpulan kata-kata. Meskipun ada jutaan cara untuk menyusun kata, hanya beberapa susunan kata saja yang membuat menjadi masuk akal. Menyusun kata dalam hal ini seperti komponen atau blok-blok dari bagian halaman pada *website*. Beberapa komponen atau blok-blok ialah (hlm. 8-10):



Gambar 2.11. *Anatomy Website*

(Sumber: *The Principles of Beautiful Web Design/Beard/2010*)

1. *Containing blocks* merupakan bagian di setiap halaman *website* yang memiliki *container*. Ini bisa menjadi bentuk dari penanda badan halaman, semua yang mengandung *div tag*. Tanpa adanya sebuah *container*, desainer *website* tidak memiliki tempat untuk menempatkan konten ke halaman *website*.

2. *Logo* ketika desainer mengacu pada identitas. Mereka menghubungkan logo dan warna yang ada di berbagai bentuk perusahaan *marketing*, seperti kartu nama, kop surat, brosur, dan selanjutnya. Blok identitas yang muncul dalam sebuah *website* harus bersama logo perusahaan atau nama, dan diletakan atas disetiap halaman *website*.
3. *Navigation* merupakan inti dari sebuah sistem navigasi pada *website* yang mudah dicari dan digunakan. Pengguna berharap untuk melihat navigasi di kanan atas dari halaman *website*. Dimana pun desainer merencanakan untuk menggunakan *vertical menus down* di samping dari halaman, atau *horizontal menu* yang melintang pada halaman, navigasi harus bisa dekat dengan atas, dan dari *layout* yang memungkinkan untuk menjadi fokus pertama.
4. *Content* merupakan raja atau hal terpenting dalam sebuah *website*. Ciri khusus pengunjung *website* akan masuk dan pergi meninggalkan *website* dalam hitungan detik. Jika pengunjung tidak bisa menemukan apa yang mereka cari, mereka pasti akan menutup *browser* atau akan pindah ke *website* lain. Ini menjadi penting untuk menjaga bagian konten utama sebagai titik fokus sebuah desain, jadi pengunjung bisa mengamati halaman *website* untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.
5. *Footer* dilokasikan pada bagian bawah halaman, daerah *footer* biasanya digunakan sebagai *copyright*, kontak, dan informasi resmi, maupun beberapa *link* untuk ke menu bagian utama dari *website*. Dengan memisahkan akhir konten dari bawah jendela *browser*, *footer* harus menunjukkan kepada pengguna bahwa mereka berada di bagian bawah halaman.

6. *Whitespace* atau dengan istilah lain yang disebutkan oleh desainer grafis mengacu pada setiap area halaman tanpa ilustrasi atau sejenisnya, bagian paling bawah *layer* (*wallpaper* atau *background*). Dimana kebanyakan dari desainer *website* (dan kebanyakan klien) ingin merasakan tiap incinya halaman *website* harus diisi dengan foto, teks, *table*, dan data, ruang kosong dalam halaman *website* merupakan sama pentingnya dengan memiliki konten. Tanpa direncanakan secara hati-hati *whitespace* akan dekat dengan desain dan menghasilkan seperti ruangan yang ramai penuh sesak. *Whitespace* membantu desain untuk “bernafas” dalam memandu mata pengguna disekitar halaman *website*, tetapi juga membantu untuk menciptakan keseimbangan dan kesatuan.

#### **2.1.5.1. Desain Website Navigasi**

Miller (2011) menyatakan bahwa sebuah navigasi pada sebuah *website* ialah sebuah rangkaian aspek yang memiliki petunjuk arah yang diarahkan melalui *website* tertentu. Maka, navigasi bertujuan sebagai penghubung dari halaman satu ke halaman lain. Jadi, navigasi digunakan untuk berpindah halaman dan memiliki nilai fungsional (hlm. 174).

Namun menurut Tidwell (2011) dalam bukunya yang berjudul *Designing Interfaces* menjelaskan bahwa sebuah tampilan navigasi harus baik dan benar ketika pengunjung *website* dapat dengan mudah mengakses navigasi sesuai dengan pemakaian yang inginkan. Navigasi memiliki sebuah perancangan sederhana, hal ini dilakukan agar menghindari berjalannya waktu yang tebuang atau menunggu terlalu lama ketika

menggunakan atau mengakses navigasi saat mengalami perpindahan antar halaman atau menuju konten halaman ke halaman lain yang diinginkan. (hlm. 11).

Lanjut Tidwell, navigasi bisa sangat membingungkan untuk banyak pengguna. Itu karena ada hal yang membuktikan bahwa menyediakan aturan yang jelas dapat sangat membantu pengguna, sesuai peraturan perancangan *user experience* (UX). Dalam memberi navigasi tampilan *interface*, penting untuk mengikuti nilai standar urutan perintah. Hal ini sangat memungkinkan pengguna *website* untuk menjalankan perintah yang memiliki urutan yang sama ketika kondisinya mirip. Tautan-tautan dalam *interface* juga hendaknya disesuaikan dengan bagian yang memang pada halaman *website* bisa terarahkan. Navigasi *interface* juga sebaiknya menggunakan judul yang unik dan deskriptif. Karena judul tersebut juga harus berkaitan dengan konten yang dideskripsikan. Navigasi *interface* seharusnya menggunakan *thumbnails* sebagai tolak ukur skala kecil sebelum membuka gambar dalam ukuran yang lebih besar (hlm 57).

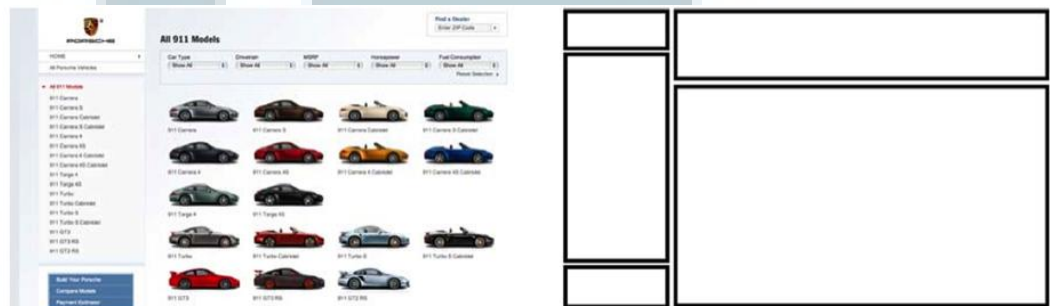
#### **2.1.5.2. Layout Website Navigasi**

Sebuah layout pada *website* digunakan untuk mengelompokkan antara sebuah bentuk ruang dan jarak dengan konten yang berisikan informasi tentang *brand website* kepada pengguna *website*. Supaya pengguna dapat memahami suatu informasi yang ingin disampaikan, menurut Beard (2010), ada tiga buah penempatan layout untuk penempatan sebuah

identitas, navigasi, serta isi dalam konten diulang-ulang saja. Hal itu ialah (hlm.26-27):

- *Left-column Navigation*

Format *left-column navigation* merupakan semua dimulai dengan rata di sebelah kiri, atau sebuah cara sejak awal mula *website* terbuat. Hal itu untuk menampilkan navigasi pada halaman *website*, terlebih banyak *website* yang sesuai dengan format ini tidak semestinya menggunakan kolom di rata sebelah kiri sebagai navigasi utama. *Left-column navigation* jarang terpakai sekarang ini terkadang desainer *website* menggunakan navigasi yang berada sepanjang bagian atas halaman, dan masih membelah tata letak di bawah header. Tetapi *Format* tersebut masih pilihan yang aman untuk pembuatan *website*. Seperti contoh dibawah ini:



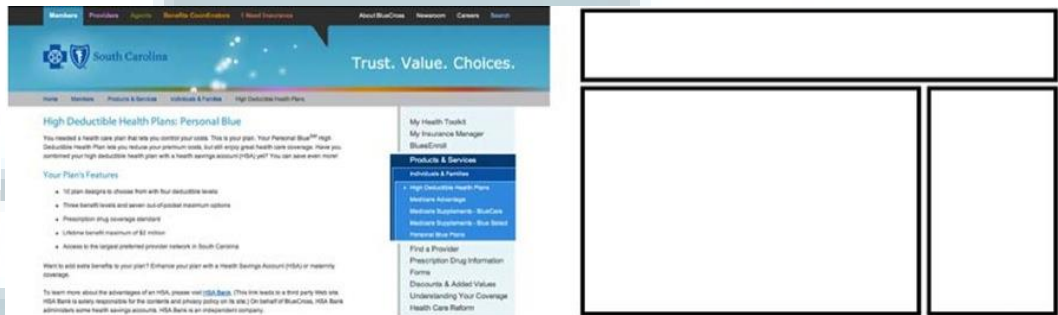
Gambar 2.12. *Left-column Navigation*

(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/Beaird/2010)

- *Right-column Navigation*

Format *right-column navigation* memiliki sifat yang berlawanan dengan *left-column navigation*. Pada dasarnya pada *right-column navigation*

memiliki konten utama yang berada di sebelah kiri halaman. Sedangkan untuk bagian konten dari navigasi dan juga iklan pada *sidebar* berada di sebelah kanan halaman.



Gambar 2.13. *Right-column Navigation*  
(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/Beaird/2010)

- *Three-column Navigation*

*Three-column navigation* ialah dapat memiliki ciri sebagaimana pada kolom tengah berukuran lebar dan sisi kanan dan kirinya merupakan dua kolom navigasi kecil. Pada halaman dengan banyak navigasi *three-column navigation* merupakan solusi yang baik. *Three-column navigation* merupakan solusi baik karena disetiap kolom memiliki navigasi, potongan konten pendek seperti iklan untuk ditampilkan, dan adanya spasi menjadi penting untuk menjaga tata letak agar beraturan.



### Gambar 2.14. *Three-column Navigation*

(Sumber: *The Principles Of Beautiful Web Design/Beaird/2010*)

Selanjutnya Beaird (2010) mengatakan desain yang baik ialah mengenai hubungan antara elemen yang ada yang dapat menciptakan sebuah keseimbangan diantara keduanya. Sebuah desain yang baik haruslah menjadi *timeless* atau abadi. Hal tersebut maksudnya merancang *website* agar dalam jangka panjang masih bisa diakses hingga masa depan dengan menyesuaikan kemampuan teknologi yang ada dimasa mendatang. Jadi, sangat dibutuhkan sebuah navigasi atau arahan yang jelas untuk pengguna *website* (hlm. 5).

#### **2.1.6. *User Experience (UX)***

Sebuah pengalaman ketika mengakses *website* yang pengguna kunjungi menurut Nielsen (2000) menyatakan bahwa *user experience (UX)* dalam pembuatan sebuah *website* sangat berhubungan erat dengan *user interface (UI)* yang merupakan bentuk fisik dari UX, maksudnya melalui perilaku atau cara berpikir yang dialami pengguna *website*, pendesain bisa melihat kebiasaan dan pengalaman manusia ketika berinteraksi dengan *website*. Jadi, ketika pengguna dapat dengan mudah dan memahami tampilan visual *website* dalam jangka waktu singkat, semakin baik pengalaman yang didapat pengguna *website*. Maka, pengalaman yang seperti itulah yang dapat menarik perhatian calon pengguna dan pengguna *website*. Hal itu menciptakan pengguna *website* untuk tetap tinggal dan kemungkinan besar kembali lagi ke *website* yang merupakan tujuan utama dari UX (hlm. 10).

Neilsen (2000) menambahkan, halaman yang terdapat pada *website* harus didominasi konten yang menarik perhatian pengunjung *website*, maka, dengan meminimalkan beberapa faktor yang tidak seharusnya yang dapat menjadikan gangguan, menyebabkan fokus pengunjung *website* teralihkan, seperti tampilan layout yang tidak mencerminkan *website* tersebut (hlm. 18).

#### **2.1.7. User Interface (UI)**

Berawal dari merancang tampilan yang merupakan langkah yang besar pada sebagian besar kasus pembuatan desain *website*. Menurut Smith dan Mosier (1986) ada lima tujuan berdasarkan tingkatan tertinggi sebagai panduan perancangan tampilan, yaitu (hlm 58):

1. Konsistensi tampilan data, selama melakukan proses merancang, penyingkatan, format, warna, kapitalisasi, dan lainnya, sebaiknya dapat melalui standardisasi. Hal itu harus diawasi dengan satu kesatuan asalkan memiliki nilai yang konsisten. Jadi, sistem tersebut dapat bergerak dengan satu nyawa.
2. Asimilasi informasi secara efisien oleh pengguna *website*, jadi, format dari sistem harus familiar untuk operator. Format ini seharusnya berhubungan dengan perintah yang harus dilaksanakan sesuai dengan datanya. Pada umumnya perintah seperti ini digunakan untuk penggunaan dalam *input* data berupa data numerik.
3. Beban memori minimum untuk pengguna. Pengguna lebih baik tidak diharuskan mengingat informasi dari satu layar untuk kegunaan di layar



lain. Dengan perintah-perintah yang seharusnya diatur sedemikian rupa dapat meminimalisir jumlah tahapan-tahapan yang membingungkan. Jika beberapa perintah sejenis dijadikan dalam satu halaman, hal itu akan memberikan keringanan suatu muatan memori yang harus dibuka. Jadi, mempercepat kinerja pada *website*.

4. Kompatibilitas data tampilan dengan data *input*, dengan format tampilan informasi yang demikian seharusnya dapat dihubungkan dengan jelas dengan format data input lainnya. Hal ini berfungsi ketika aplikasi sudah memiliki sistem input data. Sehingga ketika pengguna menginput sebuah data, hal ini dapat langsung ditampilkan dalam layar tampilan monitor *devices*.
5. Fleksibilitas pengguna dalam mengontrol tampilan data. Seharusnya pengguna mampu dalam mendapatkan sebuah informasi dari tampilan visual yang baik seperti dalam bentuk yang paling nyaman untuk perintah yang akan pengguna jalankan supaya terus berlama-lama dilayar monitor mengakses *website* tersebut. Seperti contohnya, dalam urutan tampilan suatu data harus dapat diubah dengan cara manual oleh pengguna. Maksudnya, tentu dapat mempermudah sebuah proses control dalam tampilan data (hlm 58).

Menurut Smith dan Mosier (1986) ada pula delapan aturan emas perancangan *User Interface* (UI) Prinsip ini disebut aturan emas karena prinsip ini dapat diaplikasikan di dalam sebagian besar sistem interaktif. Prinsip-prinsip ini

berasal dari pengalaman dan perbaikan selama tiga periode, membutuhkan validasi dan pengaturan untuk domain desain secara spesifik. Prinsip ini juga telah diterima dengan baik sebagai panduan berguna untuk pelajar dan desainer-desainer. Delapan aturan emas tersebut adalah (hlm. 59):

1. Perjuangkan konsistensi dengan tindakan yang berurutan sehingga konsisten harus diwajibkan dalam situasi yang sejenis. Terminologi indentikal yang harus digunakan seperti tampilan dorongan, menu, dan bantuan. Konsistensi seperti warna, *layout*, kapitalisasi, dan jenis huruf harus dijalankan sepanjang proses mendesain. Tetapi terdapat pengecualian, seperti konfirmasi ulang dari perintah buang harus dapat dipahami dan dibatasi jumlahnya sesuai kapasitas.
2. Layanan kegunaan universal dalam perancang harus mengenali kebutuhan dari pengguna yang beragam dengan menyediakan rancangan yang dapat diubah. Hal ini akan memfasilitasi perubahan konten yang ada. Sehingga sistem dapat digunakan oleh berbagai jenis pengguna. Keahlian pengguna berbeda-beda, sehingga desainer harus membuat fitur yang sesuai untuk semua jenis keahlian.
3. Menawarkan saran informatif pada setiap tindakan pengguna, seharusnya ada sistem saran atau umpan balik (*feedback*). Hal ini berfungsi juga sebagai konfirmasi ulang tindakan yang akan dilakukan. Objek presentasi visual dari fungsi ini menyediakan lingkup yang lebih nyaman untuk pengguna.
4. Merancang dialog untuk menghasilkan penutupan dalam urutan tindakan seharusnya diorganisir ke dalam grup-grup dengan urutan awal, tengah, dan

akhir. Saran saat penyelesaian sekelompok tindakan memberi operator pemuasan atas terselesaikannya tindakan tersebut, memberi rasa lega, sebuah sinyal untuk menghilangkan kemungkinan buruk yang mungkin terjadi di pikiran mereka, dan sebuah untuk menyiapkan serangkaian tindakan selanjutnya.

5. Mencegah kesalahan harus sebisa mungkin untuk membuat sebuah rancangan sistem yang membuat pengguna tidak melakukan kesalahan yang serius. Hal ini dapat dilakukan dengan mewarnai abu-abu pada bagian pilihan yang tidak pantas. Jika seorang pengguna melakukan kesalahan, antarmuka harus mendeteksi kesalahannya dan menawarkan instruksi yang sederhana, konstruktif dan spesifik untuk pengembalian seperti semula.
6. Mengizinkan tindakan pengembalian yang mudah melalui tindakan-tindakan seharusnya dapat dikembalikan sebanyak mungkin. Fitur ini melepaskan kecemasan, karena pengguna tahu bahwa kesalahan dapat dibatalkan, dan memacu eksplorasi dari pilihan yang kurang familiar. Unit-unit dari pemutarbalikan dapat berupa tindakan satuan, perintah pemasukan data, atau bahkan sekelompok tindakan yang lengkap.
7. Menyediakan fokus internal sehingga pengguna yang berpengalaman sangat mendamba perasaan di mana mereka memiliki kuasa terhadap *interface* dan *interface* merespon dari perintah-perintah yang diberikan. Mereka tidak akan mau memiliki kejutan atau perubahan dalam perilaku familiar. Mereka akan terganggu dengan urutan pemasukan data yang merepotkan, kesulitan dalam

mendapatkan informasi penting, dan ketidakmampuan untuk memproduksi hasil yang diinginkan.

8. Mengurangi muatan ingatan jangka pendek karena kapasitas manusia yang terbatas dalam memproses ingatan jangka pendek mengharuskan desainer untuk menghindari *interface* dimana pengguna harus mengingat informasi dari satu layar untuk digunakan di layar lain. Desainer harus menghindari perintah-perintah yang mengharuskan pengguna untuk memasukkan ulang data-data yang pernah dimasukkan. Hal ini memudahkan pengguna dan membuatnya nyaman dalam menggunakan.

## 2.2. *Typography Website*

Menurut Schmitt (2013) bahwa penyampaian sebuah kata yang ditampilkan secara visual dapat berpengaruh kepada pembaca. Maka, dengan memilih *font* sesuai dapat mencerminkan makna tertentu. Hal ini dapat membantu pembaca untuk berkomunikasi secara cepat dengan tampilan yang menarik bagi pengunjung *website* yang membaca artikel (hlm. 45).

Lanjut Schmitt (2013) pada dasarnya *font* terbagi menjadi dua, yaitu sans-serif dan serif. *Sans-serif* tidak memiliki kaki-kaki dan serif memiliki kaki-kaki pada tiap karakter huruf. Tiap *font sans-serif* dan *serif* memiliki kesan yang berbeda sesuai konten yang ingin dibahas. Sedangkan, *serif* merupakan jenis *font* yang sudah ada dan dikembangkan sejak zaman dahulu. Serif telah beradaptasi hingga kini. Lain halnya dengan *sans-serif* yang merupakan *font* yang dikembangkan untuk tujuan yang lebih praktis dan sesuai untuk media yang

kualitas tampilan visualnya terbatas, misalkan seperti pada generasi awal layar monitor (hlm. 110)

Berdasarkan pernyataan MacMillan (2006) bahwa legibilitas mengarah kepada kejelasan dari suatu huruf. Sebagaimana dengan mudah sebuah huruf dapat dibedakan dengan huruf yang lain. Tingkat keterbacaan mengarah kepada bagaimana sebuah huruf yang banyak tersebut berinteraksi ketika dikombinasikan menjadi sebuah kata-kata, kalimat, dan paragraf. Kedua hal ini menjadi pertimbangan utama dalam tipografi (hlm. 1).

Selanjutnya, Menurut MacMillan (2006) seorang desainer harus memikirkan sumber demografis pada pengguna yang diinginkan. Mulai dari jarak usianya, tingkatan pendidikan, rentang perhatian atau fokus, dan pilihan kosakata dari para pengguna. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pertimbangan-pertimbangan seperti apa yang harus dilakukan. Jenis huruf yang berbeda memiliki daya yang berbeda-beda pula bagi pengguna. Seperti kalangan lanjut usia akan lebih mencari kejelasan dan legibilitas yang baik untuk mata mereka. Kalangan remaja lebih tertarik dengan jenis huruf yang tidak biasa dan unik, bahkan jangkauan keterbacaannya sangat luas. Anak-anak dan pembaca pemula akan lebih memilih huruf yang berukuran besar dan mudah dibaca (hlm 1).



Arial  
**Arial Black**  
Comic Sans MS  
Courier New  
Georgia  
**Impact**  
Times New Roman  
Trebuchet MS  
Verdana

Gambar 2.15. *Serif dan Sans-serif*

(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/ Beaird/2010)

Secara umum MacMillan (2006) menyatakan terdapat dua macam penggunaan huruf pada sebuah dokumen. Seperti teks atau *body type* yang merupakan tipe huruf meliputi mayoritas, dokumen dan *display type* digunakan sebagai *headline* atau judul. Hal ini menjadi bagian body karena berisi kumpulan kalimat-kalimat, paragraf, dan menjadi pertimbangan utama untuk *body type* adalah legibilitas dan keterbacaan (umumnya, 9-12 *points*). Selanjutnya *display type*, merupakan kebalikannya. Hal ini dapat membantu mengelompokan dokumen seperti *headline*, *subheadline*, dan efek lain seperti pull quotes. Karakteristik *display type* adalah hal yang membuat menarik huruf tersebut ketika dipandang mata, dan huruf tersebut berkoordinasi dengan jenis huruf yang digunakan sebagai *body copy*. Salah satu kunci meningkatkan tingkat keterbacaan ialah dengan memahami sebenarnya manusia tidak membaca huruf per huruf. Tetapi, dalam hal membaca hanya sebagian kata dan frase saja sebagai kata kunci. Faktor penentu dalam mengenali sebuah kata adalah dengan mengenali bentuk

yang seringkali dipengaruhi oleh jarak per huruf, kata, baris, dan panjang baris. Mengalami kesulitan sulit untuk membaca huruf-huruf kapital dapat dikarenakan bentuk dari kata-kata tersebut sulit untuk dibedakan dan kurang tingkat keterbacaannya. Dengan huruf yang berjarak tidak seukuran dapat mengganggu kemampuan membaca manusia untuk membedakan bentuk antar huruf. Kalimat yang berjarak dekat menghambat kemampuan manusia untuk menetapkan gerakan mata pada baris yang sedang dibaca. Terlalu banyak jarak di antara baris-baris kalimat membuat sulit untuk bergerak dari satu baris ke yang selanjutnya. Baris kalimat yang terlalu panjang membuat mata sulit untuk menemukan awal dari kalimat selanjutnya, sementara baris kalimat yang terlalu pendek memaksa mata untuk berganti baris terlalu sering. Panjang baris kalimat yang baik adalah 60-70 karakter (termasuk tanda baca dan spasi) meskipun begitu dengan 40 dan 80 karakter ternyata masih bisa dibaca (hlm 2).

### **2.3. Psikologi Warna Desain Website**

Menurut Beaird (2010) menyatakan psikologi warna merupakan sebuah tempat untuk belajar menganalisis sebuah emosi dan efek kebiasaan sebuah penggunaan dari warna dan kombinasi warna lainnya yang digunakan. Seperti sebuah *website* perusahaan yang bergerak di bidang bisnis menginginkan untuk mencari cara agar mendapat keuntungan dengan menginginkan warna yang disukai pengguna. Dengan mendesai sesuai deskripsi melalui koneksi emosional seseorang, mereka dapat mengetahui topik yang disukai agar *website* tersebut dapat terus dikunjungi. Beaird mengartikan beberapa warna di bawah ini seperti (hlm. 43-50):

1. Merah merupakan symbol dari meningkatkan adrenalin dan tekanan darah. Merah juga diketahui dapat meningkatkan metabolisme manusia. Simbol-simbolnya dapat dikatakan seperti: *exciting*, dramatis, dan *rich color*. Merah juga merupakan warna untuk passion.



Gambar 2.16. *Red Colours*

(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/ Beard/2010)

2. *Orange* merupakan warna seperti merah karena merupakan keturunan warna merah dengan kuning. Karena itu *Orange* atau jingga menyerupai seperti warna merah. Jingga itu warna yang sangat aktif dan energik, tetapi hal ini tidak membangkitkan rasa passion seperti warna merah. Warna jingga ini dapat membangkitkan rasa senang, dan mempresentasikan seperti matahari terbit, rasa antusias, dan kreativitas.



Gambar 2.17. *Orange Colours*

(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/ Beard/2010)



- Putih merupakan warna yang membantu untuk membangkitkan sebuah ide yaitu, *clean power*. Dalam budaya barat putih memiliki anggapan bahwa menjadi warna yang sempurna, bercahaya, dan kemurnian. Faktanya warna putih digunakan sebagai iklan komersil pada sabun pencuci baju dan pada pernikahan.



Gambar 2.18. *White Colours*

(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/ Beaird/2010)

- Hitam merupakan warna yang berlawanan dengan warna putih. Warna hitam memiliki konotasi seperti kematian dan kejahatan. Tetapi warna hitam juga bisa menyimbolkan warna *power*, *elegan*, dan *strength*. Hal ini tergantung cara pemakaian warna hitam untuk keperluan seperti apa.



Gambar 2.19. *Black Colours*

(Sumber: The Principles Of Beautiful Web Design/ Beaird/2010)

#### 2.4. *Grid System Website*

Menurut Boulton (2009) dalam bukunya yang berjudul *design for the web grid system* adalah sebuah desain *grid* yang telah di rancang sedemikian rupa agar dapat diterapkan dan mendapat kegunaan tanpa harus mengubah bentuk pada halaman *website* yang berbeda-beda. Misalkan seperti *grid* pada buku dimana dengan jenis halaman yang berbeda seperti judul, pembukaan, dll hanya membutuhkan satu *grid system* saja. Hal ini digunakan untuk meningkatkan kerapihan sebuah desain buku, dan sama hal nya dengan desain *website* (hlm. 200).

Boulton (2009) melanjutkan pada *canvas* atau area suatu *website* untuk menentukan *grid system* tergantung dilihat dari ukuran media yang akan digunakan. Seperti buku, majalah, *signage*, atau sebuah *website* sekalipun. Untuk mencari kesuksesan dalam membuat desain *website*, pendesain harus melihat skenario terbaik dalam melihat sebuah penurunan. Usahakan halaman *website* berukuran 1024 x 768 *pixels*. Karena sudah lebih dari 60% keseluruhan monitor sudah 1024 x 768 *pixels*. Sehingga jika 90% pengguna sudah berbasis 1024 *pixels*, maka sebagian besar pengguna menginginkan dan menggunakan resolusi lebih tinggi, sehingga pendesain harus menyesuaikan ukuran resolusi layar pada monitor (hlm. 201-202).