



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

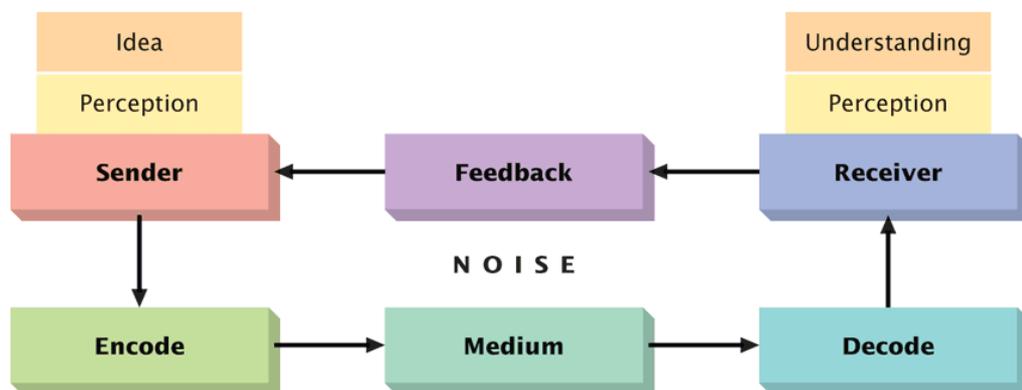
2.1. Interaktivitas

Interaktivitas erat kaitannya dengan kata interaksi dan interaktif. Gleason (2009) dalam disertasinya menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang dilakukan oleh beberapa pihak yang saling bertukar pesan atau aksi untuk berkomunikasi. Interaksi adalah sebuah kata sifat yang mengacu pada sebuah proses komunikasi. Karakteristik proses komunikasi ini adalah memiliki aksi timbal balik, pengaruh, atau pertukaran pesan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih. Kedua pihak memiliki hak penuh untuk memahami konten yang ditawarkan kepadanya dalam sebuah proses komunikasi (hlm. 10-12).

Beliau dalam disertasinya menyatakan bahwa interaktivitas merupakan deskripsi dari suatu kondisi komunikasi. Kondisi ini dihasilkan dari integrasi aspek-aspek yang terjadi selama terjadinya pertukaran informasi. Dengan kata lain, interaktivitas adalah sebuah fitur dari komunikasi yang merefleksikan relasi antara teknologi dengan penggunaannya, untuk mencapai komunikasi/interaksi yang diinginkan. Dalam hal ini, pihak pengirim memiliki potensi interaktivitas dan pihak penerima interaksi memiliki konsep interaktivitas yang dikenal (Gleason, 2009, hlm. 11).

Ada pula pendapat oleh Liu dan Shrum (2002) yang mendefinisikan interaktivitas sebagai fase komunikasi. Fase yang dimaksud adalah fase yang terjadi saat pihak-pihak yang berkomunikasi dapat merespon satu sama lain. Hal

ini terjadi baik di dalam media komunikasinya, maupun informasi yang ingin disampaikan. Maka dari itu, terjadilah keselarasan mengenai informasi yang diterima. Dengan terjadinya keselarasan informasi, maka interaksi dalam intraktivitas ini dapat dikatakan berhasil.



Gambar 2.1. Bagan Interaksi

(<https://daudario.files.wordpress.com/2012/07/org2.png>, 2012)

Mereka juga menyatakan bahwa sejatinya interaktivitas memiliki tiga dimensi utama. Dimensi-dimensi inilah yang telah mewakilkan/membentuk sebuah interaktivitas, sebagai sebuah kesatuan komunikasi yang utuh. Ketiga dimensi itu yakni kontrol aktif, komunikasi dua arah, dan keselarasan. Kontrol aktif dipahami sebagai runtutan aksi-aksi yang secara langsung memengaruhi pengalaman dari pihak yang berkomunikasi. Komunikasi dua arah, memiliki artian bahwa dalam sebuah proses komunikasi, harus ada sifat resipokal, atau saling berbalas antar pihak yang berkomunikasi. Sementara itu, keselarasan berarti sinkron, dalam artian pihak-pihak yang berkomunikasi berada di jalur komunikasi yang sama (hlm. 54-55).

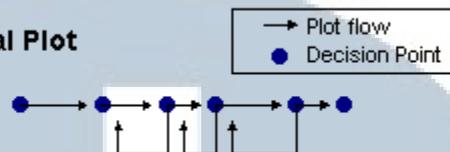
Pendapat lain datang dari Heeter (2000) yang menyatakan bahwa interaktivitas adalah konsep yang banyak digunakan oleh desainer di seluruh dunia. Namun, konsep interaktivitas memiliki banyak definisi yang tidak semuanya tepat dipahami oleh orang-orang. Beberapa desainer berpendapat bahwa interaktivitas sama halnya dengan istilah navigasi, ada pula yang menganggapnya sebagai panduan pemrograman yang interaktif (hlm. 4). Dalam realitanya, interaktivitas memiliki definisi yang beragam, namun pemahamannya dapat dirasakan langsung dari kehidupan sosial manusia. Salah satu aspek fundamental yang sederhana dari interaktivitas adalah interaksi. Interaksi merupakan seri dari kumpulan aksi dan reaksi manusia terhadap berbagai hal di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa sesungguhnya interaktivitas merupakan konsep kehidupan yang telah dipahami oleh manusia dalam tindakan, tidak lagi dalam tulisan.

Interaktivitas dalam penerapannya memiliki sistem plot yang dinamakan plot interaksi. Plot interaksi menurut Meadows melalui Sloan (2015, hlm. 120-121) dibagi dalam tiga tipe utama, yakni:

2.1.1. Nodal Plot

Nodal plot adalah plot interaksi yang memiliki satu arah narasi. Plot ini memiliki satu buah awal, satu jalur utama, dan satu akhir. Kelebihan utama dari plot interaksi ini adalah kekuatannya dalam menyampaikan narasi. Setiap interaksi yang berstruktur *nodal*, selalu memiliki pergerakan yang konstan dan terarah secara default. Pengguna memiliki interaksi dengan sistem, tetapi dibatasi, sehingga tidak mengubah alur sistem itu sendiri.

Nodal Plot

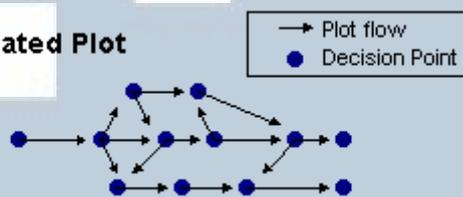


Gambar 2.2. *Nodal Plot*

(<http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/nodal.gif>)

2.1.2. Modulated Plot

Modulated Plot



Gambar 2.3. *Modulated Plot*

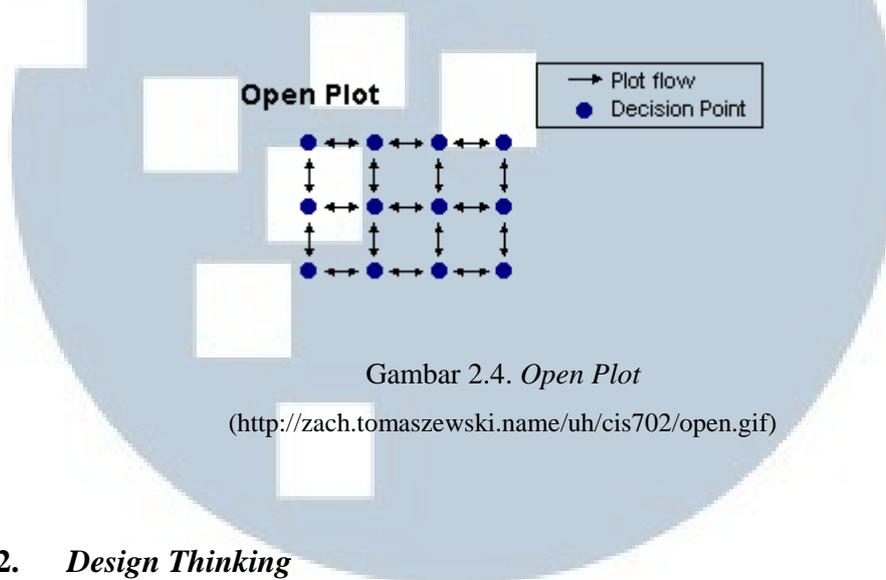
(<http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/modulated.gif>)

Modulated plot adalah plot interaksi yang memiliki arah narasi bercabang-cabang. Plot ini memiliki bermacam-macam kemungkinan dari sebuah awal yang sama. Kelebihan dari plot interaksi ini adalah fleksibilitas yang dimilikinya, sehingga pengguna memiliki kuasa lebih atas sistem. Setiap pilihan yang dilakukan oleh pengguna, memiliki pilihan lain yang berkesinambungan, sehingga menimbulkan kesan bahwa penggunalah yang menentukan alur narasi. Maka dari itu, plot interaksi ini memiliki interaktivitas yang relatif lebih menyenangkan dibandingkan dengan nodal plot karena memberi kebebasan kepada pengguna.

2.1.3. Open Plot

Open plot adalah plot interaksi yang berbeda dengan *nodal* dan *modulated plot*. Hal ini dikarenakan tidak ada awal atau akhir yang pasti dari struktur narasinya, bahkan bisa saja tidak ada poin akhir. Penceritaan/sistem yang terbuka dan bebas

adalah ciri khas dari plot interaksi ini. Pengguna diberikan kebebasan yang berlimpah untuk menentukan arah narasi berjalan. Pilihan masih ada, tetapi arahnya sangat bebas dan fleksibel, bercabang dan dapat saling bersinggungan antara satu poin dengan poin lainnya.



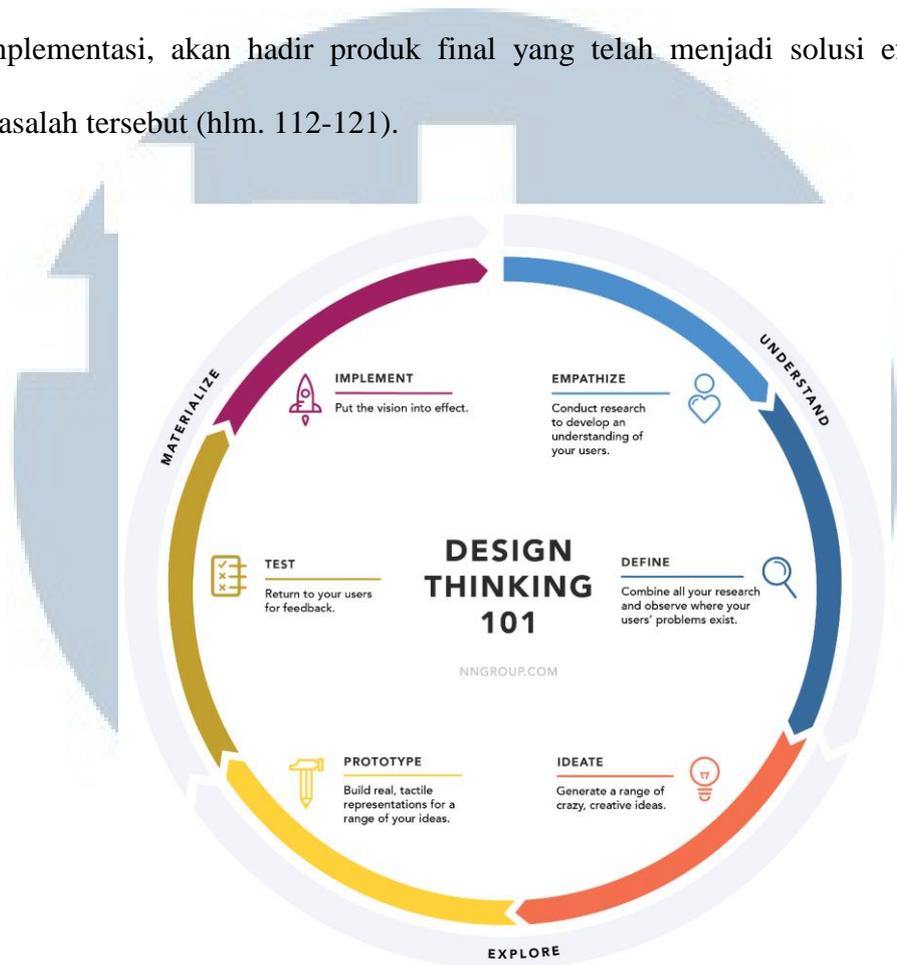
Gambar 2.4. *Open Plot*

(<http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/open.gif>)

2.2. *Design Thinking*

Plattner, Meinel dan Leifer (2016) memaparkan proses mendesain inovasi untuk menghasilkan produk yang solutif. Proses tersebut dinamakan *Design Thinking*. Design thinking memiliki lima proses umum, yakni *emphatize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *test*. Namun, mereka menggabungkan kembali *prototype* dan *test*, menghadirkan tahapan bernama *bring home*. *Emphatize* adalah tahapan fenomena/masalah diamati dan dipahami. *Define* adalah proses penggalan informasi yang lebih dalam mengenai akar masalah, dan cara menanganinya. *Ideation* adalah proses pengumpulan ide-ide untuk menyelesaikan masalah terkait, dan *prototype-test* adalah perancangan produk awal (*dummy*) untuk keperluan riset lapangan. Setelah semua hal itu dilalui, pada proses *bring home* atau

implementasi, akan hadir produk final yang telah menjadi solusi efektif bagi masalah tersebut (hlm. 112-121).



Gambar 2.5. Proses *Design Thinking*

(https://media.nngroup.com/media/editor/2016/07/29/designthinking_illustration_final-01-01.png)

2.3. *User Interface dan User Experience*

Galitz (2007) menuturkan bahwa *user interface (UI)* adalah bagian dari human-computer interaction (HCI). HCI sendiri adalah bidang yang mempelajari tentang interaktivitas antara manusia dengan komputer, agar komputer dapat memberikan kepuasan melalui cara yang efektif bagi manusia yang menggunakannya. *User interface*, adalah sarana interaksi bagi manusia dan komputer tersebut. Beliau menyatakan bahwa *UI* adalah bagian komputer yang dapat dilihat, didengar,

disentuh, oleh indera manusia, sehingga informasi dari komputer dapat dipahami. Dalam interaksinya, *UI* memiliki dua komponen, yakni *input* dan *output*, yang dilihat dari sudut pandang pengguna. *Input* adalah cara pengguna mengomunikasikan kehendaknya pada komputer, sementara *output* adalah jawaban komputer atas kehendak pengguna tersebut (hlm. 4).

Keberadaan *UI*, didukung oleh keberadaan *user experience (UX)*. Chandler (2009) menjelaskan bahwa *user experience* adalah sinkronisasi antara elemen-elemen yang berhubungan langsung dengan pengguna (dalam hal ini user interface), dengan pengalaman pengguna mengenai topik yang sedang dikomunikasikan. Tujuan utama dari *UX* adalah memengaruhi persepsi pengguna, dan menyalurkan informasi mengenai topik tersebut (hlm. 3). Dalam hal ini, *user experience* berperan sebagai ciri khas sebuah karya yang memberikan pengalaman unik dalam interaksi manusia dengan karya tersebut. Dengan kata lain, *UX* merupakan pemberi makna atas keberadaan *user interface*.

Meskipun *user interface* dan *user experience* merupakan hal yang berbeda, secara harfiah mereka tidak dapat dipisahkan. Keberadaan *user interface* tidaklah berfungsi dengan baik apabila tidak ada makna dari *user experience* yang ingin disampaikan, begitu pula makna tidak akan tersampaikan apabila tidak ada *user interface* sebagai penyalurnya. Seperti yang dikatakan oleh Rogers, Sharp dan Preece (2002), keberadaan desain *UI/UX* sebagai salah satu komponen desain interaktif, bertujuan untuk membantu pengguna dalam keseharian mereka dengan efektif. Hal inilah yang membuat *UI/UX* sebagai sebuah kesatuan harus memiliki

desain yang sederhana, mudah dipahami, dan bersinergi satu sama lain agar makna dapat disampaikan dengan efektif (hlm. 6).

2.3.1. Elemen-elemen *User Interface*

Untuk dapat bekerja secara optimal, desainer *user interface* wajib memahami elemen-elemen yang dimiliki oleh UI. Bank dan Cao (2015) menyatakan bahwa setidaknya ada delapan elemen UI yang harus dipahami oleh desainer. Yang pertama adalah *the essence of interface*, yakni pemahaman akan makna *interface* yang merupakan kumpulan dari berbagai fungsi/pekerjaan. Yang kedua adalah *input controls*, yakni berbagai macam cara pengguna berinteraksi atau mengontrol komunikasi/perintah untuk mengerjakan sebuah fungsi, seperti tombol, icon, dan sebagainya. Elemen ketiga ialah *navigation*, yang berfungsi untuk mengatur pemetaan konten dalam halaman dan memastikan pengguna tidak “tersesat” atau kebingungan dalam menjelajahi halaman. Kemudian ada elemen *animation*, yang berfungsi sebagai penarik perhatian, pengatur transisi, dan penanda apabila sebuah kontrol oleh pengguna telah diselesaikan (hlm. 52-70).

Apabila empat elemen di atas merupakan elemen yang berkaitan langsung dengan masalah teknis, maka empat elemen berikut adalah elemen yang erat kaitannya dengan konsep visual. Melanjutkan pernyataan Bank dan Cao, elemen *UI* yang paling sering diaplikasikan adalah *default setting*, yakni pengaturan/tampilan awal, tanpa perubahan dari pengguna. Elemen *guided action*, adalah elemen yang berusaha menentukan sebuah titik fokus agar pengguna bergerak untuk melakukan kontrol atas fokus tersebut. Kemudian adalah elemen *visual clarity & language clarity*, yang bertujuan memastikan desain visual dan

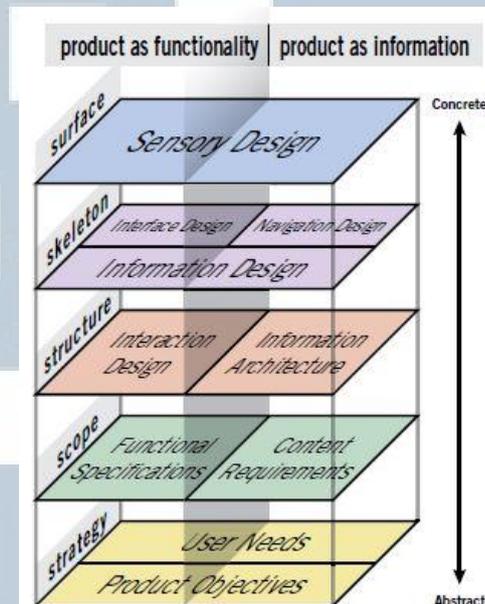
bahasa/penulisan harmonis dan *user friendly*. Terakhir adalah “MAYA” (*most advanced yet acceptable*) principle, yang bertujuan untuk menjaga kualitas desain UI yang unik dan menarik, agar tetap dapat familiar dan dipahami oleh pengguna (Bank dan Cao, 2015, hlm. 52-70).

2.3.2. Elemen-elemen *User Experience*

Pemahaman akan makna atau informasi yang ingin disampaikan, merupakan pemahaman yang wajib diketahui oleh desainer *user experience* dalam mendesain UX yang baik. Garret (2010) percaya bahwa UX yang baik adalah UX yang memahami penggunaan dan penggunanya. Beliau juga percaya bahwa desain yang baik adalah desain yang melangkah sedikit demi sedikit secara teratur, dengan tetap memperhitungkan bagaimana pengguna akan bereaksi. Maka dari itu, ia mempopulerkan teori *five planes of user experience design*, yakni bahwa perancangan UX yang baik memiliki lima elemen utama yang terstruktur dan saling berkaitan. Lima elemen tersebut ialah *strategy plane*, *scope plane*, *structure plane*, *skeleton plane*, dan *surface plane* (hlm. 17, 28-30).

Penyampaian makna yang baik dimulai dari penyusunan strategi penyampaian yang baik pula. Elemen pertama, *strategy plane*, memiliki fungsi dasar yakni menyelaraskan tujuan perusahaan dengan kebutuhan pengguna. Menurut Garret, alasan paling umum sebuah desain mengalami kegagalan adalah tidak sesuai dengan kehendak yang dituju produk/perusahaan dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Desainer UX harus memahami apa kehendak produk/perusahaan dengan mempelajari target bisnis, hingga identitas

produk/perusahaan. Selain itu, desainer juga wajib mempelajari apa yang pengguna butuhkan, dengan cara melakukan segmentasi, dan riset pasar.



Gambar 2.6. Lima Elemen UX

(<https://designdd.files.wordpress.com/2014/10/5-elements-split-drill.jpg>, 2014)

Elemen kedua ialah *scope plane*, yakni elemen yang membantu desainer dalam memahami apa yang akan dirancang dan apa yang tidak akan dirancang. Elemen ini berfokus pada alasan/tujuan utama perancangan desain, serta makna desain yang akan dirancang itu sendiri. Dalam hal ini, ada dua peran produk sebagai output desain, yakni produk sebagai fungsi dan produk sebagai informasi. Dua peran tersebut, hanya akan berjalan dengan baik apabila memenuhi prasyarat-prasyarat tertentu sebagai pondasi awal perancangan. Untuk mempelajari dan memahami hal ini, desainer harus cermat dalam menentukan spesifikasi fungsi

dan kualitas konten yang akan disampaikan, agar prioritas prasyarat-prasyarat yang dibutuhkan dapat ditentukan.

Structure plane, merupakan elemen yang menghubungkan antara desain interaksi dengan arsitektur informasi. Dengan kata lain, elemen ini adalah harmonisasi antara interaksi pengguna dengan informasi yang ada dalam produk. Dalam elemen ini, desainer merancang apa yang disebut dengan desain interaksi, atau dengan kata lain, cara pengguna berkomunikasi dengan produk. Hal ini dapat dibantu dengan metode model konseptual, atau pengambilan contoh, serta simulasi penanganan masalah apabila terjadi miskomunikasi/kesalahan penggunaan. Dalam elemen ini juga, desainer harus menyusun dan merapikan informasi yang akan disampaikan. Hal ini dapat dicapai dengan mempelajari penyusunan struktur konten, pendekatan arsitektur informasi seperti struktur hierarkis, organis, dan sequential, memahami prinsip mengorganisir, dan memperhatikan sistematika bahasa yang digunakan. Maka dari itu, tujuan dari elemen ini ialah mengorganisir harmonisasi antara interaksi pengguna dengan informasi yang ingin disampaikan secara struktural, sehingga dapat diketahui bagaimana produk dapat berfungsi dengan baik.

Elemen keempat ialah *skeleton plane*, yakni elemen yang mulai merambah ke ranah *interface* dan sistem navigasi, serta desain informasi agar terjadi komunikasi yang efektif. Peran utama elemen ini ialah merumuskan rupa produk dalam menjalankan tugas/fungsinya. Desain *interface* memengaruhi visualisasi produk, serta navigasi secara umum, sehingga pemilihan elemen-elemen *interface* haruslah memiliki dasar atas konsep yang telah disusun dalam *structure plane*.

Desain navigasi, wajib menginformasikan pengguna perihal perpindahan poin ke poin lain, serta mengomunikasikan relasi antar elemen *interface* dan relasi antara konten dengan topik utama. Dalam hal ini, pengguna wajib tahu akan kedudukannya saat menggunakan produk, dan tugas desainer adalah membantu mengomunikasikannya. Salah satu cara yang dapat membantu desainer dalam elemen ini ialah *wireframing*, sehingga arsitektur informasi, *interface* dan navigasi dapat divisualisasikan mendekati *output* akhir.

Elemen terakhir sekaligus elemen yang akan pertama kali berhubungan langsung dengan pengguna ialah *surface plane*. Sesuai dengan namanya, elemen ini memuat segala hal mengenai tampilan muka produk. Tampilan ini pula yang akan terus berinteraksi dengan pengguna saat produk digunakan. Oleh karena itu, perancangan desain tampilan luar ini, harus memerhatikan konsep indera serta unsur psikologis penggunanya, yakni manusia. Manusia akan melihat, kemudian menyentuh untuk berinteraksi dengan produk, sehingga desainer harus memikirkan apa yang sebaiknya ditampilkan agar pengguna dan produk dapat saling memahami. Harmonisasi dapat tercapai apabila desain grafis tampilan konsisten dan selaras dengan *structure* dan *skeleton plane*. Hal ini dapat tercapai apabila desainer memerhatikan unsur-unsur desain grafis seperti *layout*, komposisi, pemilihan warna, dan *typography*.

2.3.3. Graphical User Interface

Galitz (2007) menyatakan bahwa dari awal perkembangan komputer analog hingga kini memasuki era *digital*, rupa *user interface* selalu berkembang. Dari yang awalnya berbentuk tombol, stik yang dapat disentuh secara fisik, menjadi

sebuah tampilan visual *digital* yang disebut *graphical user interface (GUI)*. *GUI* secara umum adalah *user interface*, dengan semua mekanisme interaktif yang dimilikinya, namun lebih sederhana karena terkompres dalam media *digital*. Dalam komputer *digital*, pengguna dapat berinteraksi dengan *GUI* dengan menggerakkan *pointer mouse* menuju visualisasi tombol, gambar, yang ada di layar komputer (hlm. 7, 16). Perkembangan *GUI* dalam *user interface* inilah yang telah umum digunakan di era *digital* ini, karena kelebihanannya dalam hal efektivitas dan kesederhanaan.

Menghadirkan sudut pandang lain dari Galitz, Lal (2013) menuturkan bahwa interaksi dengan *GUI*, merupakan sebuah inovasi interaksi manusia dengan komputer. Hal ini ia nyatakan dalam fungsi *GUI* yang memperkenalkan interaksi dengan komputer melalui gambar, ikon, dan elemen lainnya dalam layar dua dimensi. Hal ini mengeliminasi kompleksitas dalam interaksi dengan menggunakan *keyboard* melalui *command line interface (CLI)* yang digunakan sebelum *GUI* muncul (hlm. 16). Inovasi ini mengubah kompleksitas menjadi hal yang sederhana, sehingga dapat membawa *human-computer interaction* ke masyarakat yang lebih luas. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan internet dan gawai *digital* yang ada di seluruh dunia, dan bebas digunakan oleh berbagai kalangan.

GUI sebagai sebuah inovasi yang mengubah kompleksitas menjadi kesederhanaan, tidak lepas dari konsep manipulasi langsung. Schneiderman melalui Galitz (2003) menyatakan bahwa konsep interaksi berbasis grafis *digital* memiliki sebuah sistem manipulasi langsung, yang memiliki empat karakteristik.

Karakteristik yang pertama, yakni peran sistem yang menghadirkan visualisasi “dunia nyata” dalam layar, sehingga pengguna merasa familiar saat berinteraksi dengan komputer. Kedua, objek dan aksi dapat terus terlihat dan dimanipulasi secara natural. Ketiga, aksi berupa *input* direspon dengan cepat oleh sistem dengan *output* yang ditampilkan dalam layar. Terakhir, aksi *input* bersifat *reversible*, atau dapat dibatalkan dengan mudah (hlm. 16-17). Empat karakteristik itulah yang menjadikan *GUI* sebagai salah satu bentuk *user interface* yang sederhana dan familiar bagi manusia, sehingga memudahkan interaksi yang terjadi.

Dari konsep yang diutarakan oleh Schneiderman, ciri khas dari *GUI* adalah visualisasinya. Peranan visual dalam *GUI* menandai pergantian wujud fisik menjadi digital untuk sebuah fungsi dalam *user interface*. Dengan kata lain, perubahan metode input tombol analog menjadi gambar dan icon adalah salah satu kunci utama dari kesederhanaan *user interface* dalam *GUI*. Hal ini dapat dirasakan melalui perkembangan teknologi komputer yang semakin praktis, karena alat-alat input analog telah digantikan perannya oleh *GUI*. Apabila dahulu sebuah layar memerlukan tombol fisik khusus yang tersambung kabel untuk melakukan sebuah aksi, sekarang hanya diperlukan sebuah ikon untuk melaksanakan aksi tersebut.

2.3.4. Aplikasi UI/UX dalam Website

Website adalah sebuah istilah yang merujuk pada kumpulan halaman-halaman *web* tertentu dalam internet. Menurut Lal (2013), sebuah *website* adalah representasi dari seorang individu atau perusahaan yang memuat informasi-

informasi mengenai mereka. *Website* diakses melalui internet, melalui alamat yang disebut *uniform resource locator* (URL), yang kemudian menampilkan tampilan halaman dari website tersebut (hlm. 52). Secara teknis, Robbins (2012) melalui bukunya menyatakan bahwa sebuah *website* memiliki beberapa komponen yang tidak dapat dipisahkan. Komponen-komponen tersebut diantaranya adalah desain visual, desain *UI/UX*, dokumentasi, pemrograman dan *scripting*, informasi berupa konten, dan komponen multimedia (hlm. 4). *Website* sendiri disusun dari bahasa pemrograman HTML (*hypertext markup language*) dan bertujuan untuk menyalurkan informasi. Informasi yang disalurkan beragam, seperti informasi jasa, edukasi, berita, permainan, hingga informasi pribadi seperti *website* media sosial.



Gambar 2.7. Contoh UI *website*

(<http://www.umn.ac.id/>)

Desain *UI/UX* sejatinya adalah desain interaksi, dan tujuan dari setiap desain itu adalah membangun sebuah interaksi yang sederhana, efektif, dan memberi kesan nyaman. Robbins (2012) berkata bahwa dalam desain sebuah *website*, desainer *UI* berperan dalam menyalurkan kesederhanaan dan efektivitas

interaksi dalam *website* tersebut. Sementara itu, desainer *UX* bertanggung jawab atas harmonisasi desain *UI* dengan informasi yang ingin disampaikan, agar pengguna merasa nyaman dalam berinteraksi dengan *website*. Apabila user interface berfokus pada optimalisasi/efektivitas fungsi interaktif, *UX* berfokus pada penyampaian makna kepada pengguna sehingga dapat saling memahami. Pemaknaan desain visual, pemograman, kualitas konten, hingga performa *website* secara keseluruhan merupakan tanggung jawab dari desain *UX* agar pengguna mendapatkan interaksi yang sederhana, efektif dan nyaman (hlm. 5).

Desain *UI* dalam sebuah *website* memiliki beberapa karakteristik khusus yang secara konseptual wajib untuk diperhatikan oleh desainer interaktif. Hal ini dikaitkan dengan peranan *web user interface (WUI)* yang mirip dengan *graphical user interface (GUI)*. Galitz (2007) menyatakan bahwa sebuah desain *WUI* memiliki setidaknya 18 perbedaan penting dengan *GUI*, yang membuatnya unik. Sebagai contoh, dari perihal fokus penggunaan, *WUI* lebih mengedepankan unsur informatif dan navigasi dibandingkan dengan *GUI*. Hal ini dikarenakan oleh *WUI* dalam *website* memiliki fokus menyampaikan informasi, sementara *GUI* secara umum lebih berfokus pada proses dan hasil. Perbedaan juga hadir dari media/sistem yang menampilkan *UI*, yakni *WUI* yang diakses melalui internet, sehingga membutuhkan fleksibilitas yang lebih dari *GUI* (hlm. 28-36). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa perbedaan *GUI* dan *WUI* secara umum hadir dalam aplikasi fungsi *user interface* dalam *website* yang lebih terfokus untuk penyaluran informasi.

2.4. Teori Desain Grafis

Teori dasar desain grafis mendukung desain visualisasi, diantaranya:

2.4.1. Semiotika Visual

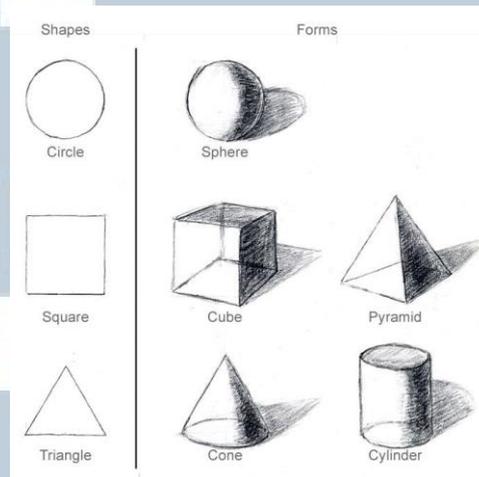
Menurut Tinarbuko (2009) semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda. Tanda-tanda tersebut, memiliki fungsinya masing-masing, dan memproduksi makna. Penafsiran tanda pun berbeda antara satu orang dengan yang lainnya. Namun, adalah hal yang pasti bahwa sebuah tanda mewakili sesuatu hal yang lain. Hubungan antara tanda dengan hal yang lain itulah yang menimbulkan pemahaman bagi orang yang melihat tanda tersebut. Timbulnya pemahaman itulah yang mendukung peran komunikasi dalam tanda (hlm. 12-13, 16).

Beliau menjelaskan bahwa tanda memiliki tiga rupa dalam semiotika visual. Ketiga hal tersebut adalah ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang memiliki rupa mirip, atau memiliki ciri-ciri yang sama dengan hal asli yang ia representasikan. Indeks adalah tanda yang memiliki relasi khusus, yakni sebab-akibat, atau pembuktian atas sesuatu hal. Sementara itu, simbol adalah tanda yang mengharuskan adanya perjanjian/peraturan tertentu atas relasinya dengan hal yang ia representasikan, yang disepakati bersama (Tinarbuko, 2009, hlm. 16-17).

2.4.2. Shape dan Form

Menurut Landa (2013), *shape* adalah rupa yang tercipta dari lintasan garis yang tertutup. Dengan kata lain, rupa yang secara harafiah memiliki panjang dan lebar atau bersifat dua dimensi. *Shape* sendiri memiliki rupa yang berisi/memiliki volume, yang disebut *form*. *Shape* memiliki 3 rupa dasar, yakni segitiga, persegi

dan lingkaran. Beliau juga menyatakan bahwa *shape* yang bersifat *rigid*/kaku, dinamakan *geometric shape*, sementara yang bersifat lentur dan didominasi oleh kurva dinamakan *organic shape* (hlm. 21).



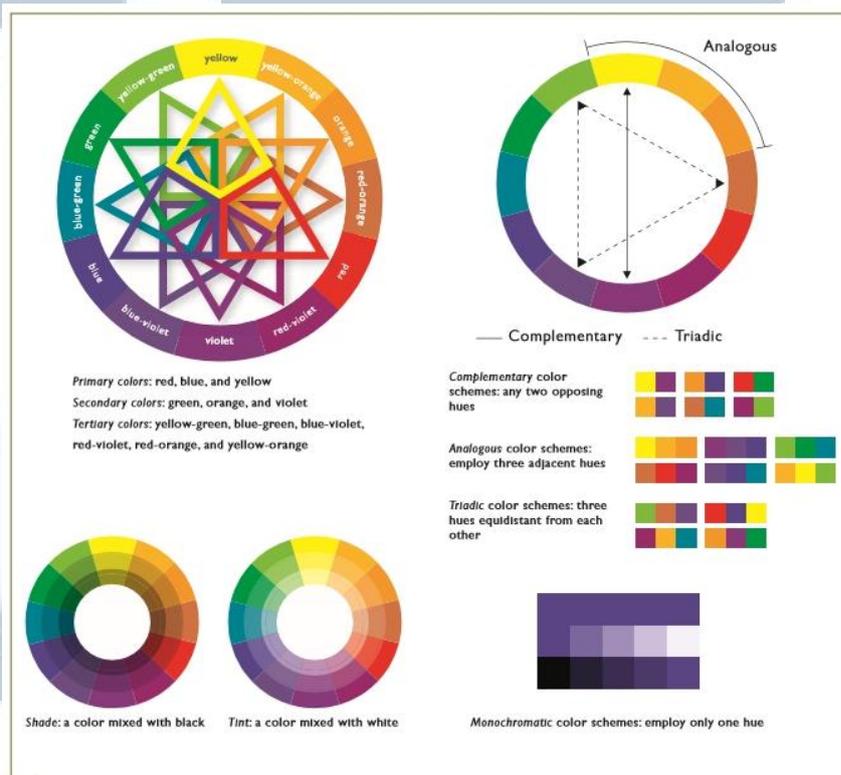
Gambar 2.8. *Shape & Form*

(<https://i.pinimg.com/736x/60/e9/75/60e97518115f7455d4a6ff3ba8d729a6--shape-art-the-shape.jpg>)

2.4.3. Warna

Pendapat Lupton dan Phillips (2015) mengenai warna adalah tentang peran warna yang dapat menyampaikan latar suasana, perasaan, mendeskripsikan realita, bahkan sebagai kode informasi. Desainer mengguakan warna untuk menciptakan sesuatu yang berkesan, atau bahkan menipu. Sejatinya, warna berbeda-beda untuk saling melengkapi (hlm. 81). Menurut Boulton (2009) arna pun erat kaitannya dengan unsur sains, artistik dan psikologis manusia, sehingga pembahasan warna sesungguhnya sangat luas. Namun, dalam desain, teori warna berfokus pada hubungan dan kombinasi antar warna dan dampaknya dalam menyampaikan informasi (hlm. 133-135).

Boulton (2009) menuturkan, warna sejatinya memiliki warna primer dan warna turunan. Dalam keluarga warna aditif, yakni warna yang diperoleh dari cahaya, warna primernya adalah merah, hijau, dan biru. Sementara keluarga warna subtraktif, yakni warna yang diperoleh dari pigmen, warna primernya adalah cyan, magenta dan kuning. Warna turunan terbagi lagi menjadi dua, yakni warna sekunder dan warna tersier. Warna sekunder adalah warna yang merupakan hasil penggabungan dua warna primer, sementara warna tersier didapat dari penggabungan warna primer dan sekunder (hlm. 135-137).



Gambar 2.9. Skema Warna

(Graphic Design Solution: International 5th Edition, 2013)

Lupton dan Phillips (2015) menyatakan, dalam mendesain, skema warna dan kombinasi warna yang harmonis sangat bergantung pada peran hue, saturation

dan brightness. *Hue* adalah warna itu sendiri dalam letaknya dalam suatu spektrum warna. *Saturation* (kroma) adalah kemurnian warna terhadap gradasinya ke warna abu-abu. *Brightness* sendiri membentuk intensitas warna, dan memetakan warna ke dalam kategori *tint* dan *shade*. *Tint* adalah variasi sebuah warna terhadap gradasinya menuju warna putih, sementara *shade* variasi sebuah warna terhadap gradasinya menuju warna hitam. Hal itu juga menentukan *value* sebuah warna, yakni gelap terangnya karakteristik sebuah warna (hlm. 84).

2.4.4. Layout

Landa (2006) menyatakan bahwa *layout* dalam desain grafis adalah penyusunan dari elemen-elemen visual dalam media dua dimensi seperti media cetak ataupun digital, untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif. Tujuan utama dari *layout* sendiri ialah menyusun elemen-elemen visual sehingga mereka berfungsi dengan baik sebagai satu kesatuan, mudah untuk dipahami oleh orang yang melihat, dan memberi dampak visual yang nyata. Ada berbagai cara menyusun elemen-elemen visual dalam sebuah halaman/media. Ada pula beberapa prinsip-prinsip dasar yang harus diperhatikan dalam merancang *layout*, yakni *emphasis*, kesatuan dan keseimbangan (hlm. 104).

2.4.4.1. Emphasis

Emphasis (focal point) atau titik pumpun menurut Landa (2006), adalah hal yang paling menarik perhatian dalam sebuah halaman/media. Memilih *focal point* merupakan hal yang harus dipertimbangkan dengan matang.

Umumnya, *focal point* adalah hal yang merupakan pesan utama dari sebuah informasi yang ingin disampaikan. Konsep dasar yang penting

untuk diingat dan diterapkan adalah menyusun hirarki visual, karena hal itulah yang menentukan urutan informasi yang akan dilihat. Selain itu, segala aspek yang berkaitan seperti ukuran, warna, komposisi, harus diperhitungkan untuk menciptakan *focal point* yang kuat (hlm. 104-107).

2.4.4.2. Kesatuan

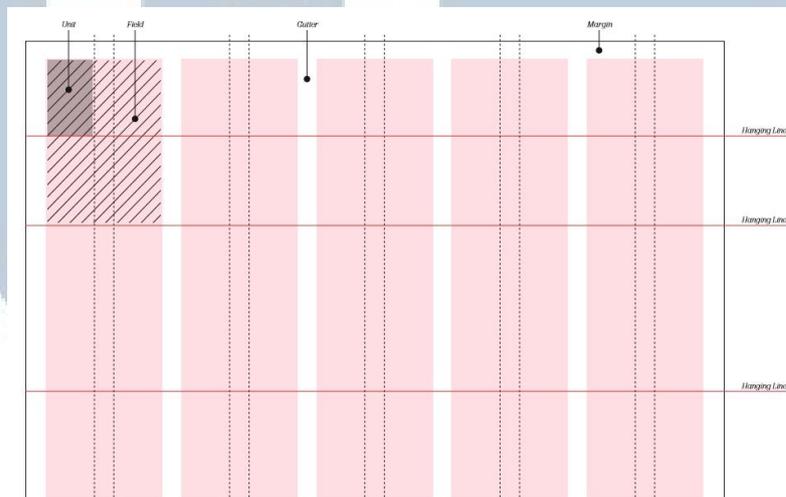
Landa (2013) menyatakan bahwa kesatuan adalah salah satu aspek utama sebuah komposisi, yakni komposisi sebagai sesuatu yang utuh, tidak terbagi sebagai komponen yang berbeda-beda. Orang-orang akan merasakan kesatuan yang kuat dalam sebuah komposisi ketika mereka menyadari hubungan antar elemen visual dalam komposisi tersebut (hlm. 37-39). Untuk menciptakan kesadaran akan hubungan tersebut, ada tiga hal yang menjadi aspek penting untuk meraih kesatuan, yakni korelasi antar elemen, penjajaran, dan *flow*. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, orang-orang akan lebih mudah mencerna/memahami hubungan antar elemen visual sebagai sebuah kesatuan (Landa, 2006, hlm. 107-108).

2.4.4.3. Keseimbangan

Landa (2013) menuturkan bahwa distribusi harga visual yang setara pada kedua sisi yang dipisahkan oleh sumbu vertikal, adalah kunci dalam menciptakan keseimbangan. Oleh karena itu, pergeseran satu elemen grafis saja dalam sebuah desain, akan berdampak pada keseluruhan komposisi (hlm. 142). Beliau juga menyatakan bahwa keseimbangan adalah hal yang krusial dalam sebuah komposisi *layout*. Desain yang tidak seimbang, akan memengaruhi emphasis, karena orang-orang akan menyadari keanehan

dari ketidakseimbangan desain tersebut terlebih dahulu. Untuk menyeimbangkan sebuah desain, desainer harus memperhatikan beban visual, posisi, dan penyusunan elemen visual itu sendiri (Landa, 2006, hlm. 108-109).

2.4.5. *Grid*



Gambar 2.10. Contoh *Grid*

(A Practical Guide to Designing for the Web, 2009)

Lupton dan Phillips (2015) menjelaskan bahwa *grid* adalah sebuah jaringan koneksi antar lini yang menggunakan garis sebagai dasarnya. Garis dalam *grid* berfungsi untuk membantu mengarahkan desainer untuk menyusun elemen-elemen visual secara rapi, dan efisien. Fungsi tersebut akan berdampak pada manajemen konten yang baik, sehingga desain terlihat matang dan terorganisir (hlm. 187, 196). Ada pula istilah sistem *grid*, yang merupakan desain *grid* didesain sedemikian rupa sehingga menjadi template, atau dapat diaplikasikan dalam berbagai desain tanpa merubah rupanya. Contoh eksklusifnya adalah sistem

grid pada buku yang selalu konsisten di setiap halamannya (Boulton, 2009, hlm. 208).

2.4.6. Typography

Landa (2013) menyatakan bahwa *typeface* adalah sebuah set desain yang terdiri dari kumpulan huruf, angka, bahkan simbol, yang memiliki ciri khas desain serupa. Ciri khas desain ini menjadi karakteristik sebuah *typeface* yang membuatnya masih dapat dikenali meski terjadi perubahan/penyuntingan. Sementara itu, *font* adalah sebuah set komplet dari *typeface* yang spesifik dalam satu ukuran, bobot, dan *style* (hlm. 44). Ukuran, bobot, dan *style* sebuah *typeface*, umumnya membantu desainer dalam memecahkan masalah desain dalam hal estetika dan konten informasi. Dalam hal estetika, *typeface* dapat menjadi elemen visual yang membantu sebagai penyeimbang dalam komposisi. Dalam hal konten, *typeface* berperan besar dalam menyalurkan informasi secara tepat dan efektif (Boulton, 2009, hlm. 97).

2.5. Batik

Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang hingga kini masih terjaga. Melihat sejarah batik, kata “batik” sendiri tidak memiliki sumber yang jelas. McCabbe Elliot (2004) menyatakan bahwa asal kata “batik”, adalah kata “titik” yang menunjukkan proses pembuatannya. Mengingat bahwa adanya perbedaan bahasa antara penduduk lokal dengan bangsa Eropa, wajar apabila terjadi kesalahan interpretasi dari kata titik menjadi batik. Terlepas dari itu, “batik” menjadi nama yang diakui saat ini di Indonesia dan dunia.



Gambar 2.11. Busana Batik Kreasi

(<http://batik-tulis.com/wp-content/uploads/2016/01/model-baju-batik-pria-lengan-panjang.jpg>)

Informasi asal usul batik sebagai warisan budaya Nusantara sangatlah minim, terutama perihal awal mula terciptanya batik sebagai produk komoditas. McCabbe Elliot (2004) menuturkan bahwa batik telah menjadi produk budaya jauh sebelum kedatangan bangsa Eropa pada abad ke-16. Saat itu, batik sangat dipengaruhi oleh tiga agama besar, yakni Hindu, Buddha dan Islam, dan juga menjadi simbol masyarakat, khususnya di pulau Jawa. Ketika bangsa Eropa datang, dan merubah kondisi sosial masyarakat di Nusantara, batik pun ikut bertransformasi. Seiring pula dengan perkembangan zaman, kini batik menjadi komoditas budaya yang telah umum digunakan oleh semua orang.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) dalam profil komoditas batik di Indonesia menunjukkan bahwa kreasi batik nusantara sangatlah beragam. Kreasi-kreasi batik nusantara, berupa produk busana, kerajinan tangan, dan semacamnya adalah salah satu bukti perkembangan batik yang mengikuti perkembangan zaman. Terdapat produk seperti busana modern,

tas, pigura, ukiran kayu, kreasi perak, yang menggunakan batik sebagai tema dan/atau bahan utama pembuatannya. Khusus dalam busana modern, perancang busana di Indonesia merangkul pembuat-pembuat batik untuk menciptakan motif-motif yang eksklusif, dari modifikasi motif-motif yang telah ada (hlm. 17-25). Dibandingkan dengan penggunaan batik yang dahulu hanya digunakan sebagai kain penutup tubuh, penggunaan batik sekarang ini menjadi lebih adaptif dan informal karena dapat diaplikasikan ke berbagai media. Hal ini dilakukan pula untuk mendukung komoditas batik bersaing di pasar nasional maupun internasional.

2.5.1. Tahapan Membuat Batik

Batik tradisional nusantara dibuat dengan bahan utama kain dan lilin malam, dan melalui beberapa tahap. Ada beberapa tahapan pembuatan batik seperti yang dikemukakan oleh Tanthowy (2015), yakni tahap *ngemplong*, *nyorek*, *mbathik*, *nembok*, *medel*, *ngerok* dan *mbirah*, *mbironi*, *menyoga*, dan *nnglorot* (hlm. 330). *Ngemplong* adalah tahap awal dalam membatik, yakni menyiapkan kain yang akan dibatik dari pencucian hingga penghalusan. *Nyorek* adalah tahap membuat pola di atas kain, sementara *mbathik* adalah proses membatik menggunakan malam dan canting. *Nembok* merupakan proses menutupi bagian-bagian yang tak boleh terkena warna dasar, baru kemudian kain dicelupkan pada cairan warna pada proses *medel*. *Ngerok* adalah proses pengerokan malam pada kain, lalu dibilas dan kemudian ditutupi lagi menggunakan malam pada pola-pola tertentu dalam proses *mbironi*. *Menyoga* adalah proses pencelupan kain ke cairan cokelat

untuk mendapatkan warna cokelat, dan akhirnya masuk pada proses *nglorot* untuk menanggalkan lilin malam pada kain.



Gambar 2.12. Membatik

(http://kratonjogja.id/upload/images/kagungandalem/img_LDozu4f.jpg)

2.5.2. Batik Yogyakarta

Batik yang sarat makna dan filosofis, identik dengan batik yang berasal dari daerah Keratonan Yogyakarta. Wulandari (2011) menuturkan bahwa lahirnya batik Yogyakarta, diawali oleh berdirinya kerajaan Mataram Islam oleh Panembahan Senopati atau Hamengkubuwono I. Sebagai seorang raja Jawa, beliau menguasai berbagai disiplin ilmu, termasuk rohani dan seni. Beliau memiliki rutinitas bertapa di pesisir pulau Jawa, setelah memindahkan pusat kerajaan dari Pajang ke Mataram. Di saat itulah beliau terinspirasi akan bentuk tebing pegunungan seribu yang tampak seperti “pereng” atau tebing berbaris, sehingga terciptalah motif batik *lereng* atau *parang*, yang kemudian disebut motif larangan. Istilah ini muncul karena motif-motif larangan lahir, dibuat, dan hanya dapat dipakai oleh raja dan keturunannya di lingkungan keraton (hlm. 54-55).

Batik keraton sangat erat dengan budaya masyarakat Jawa, karena bersumber dari pemikiran masyarakatnya yang sentralistik berpusat pada keraton. Wulandari (2011) menyatakan bahwa batik keraton, seluruh proses pembuatannya dilakukan di dalam lingkungan keraton oleh keluarga kerajaan, yakni para putri keraton dan abdi dalem. Namun, seiring dengan meningkatnya kebutuhan, proses pembuatan ini tidak lagi mungkin dikerjakan oleh para putri dan abdi dalem saja, sehingga terjadi penyebaran pembuatan batik di luar keraton. Hal ini pula yang mendorong kebutuhan batik terus meningkat, dan akhirnya mendorong masyarakat luar keraton ikut mengenakan kain batik sebagai busana mereka. Oleh karena itu pula tercipta motif bukan larangan, yakni motif-motif batik rakyat yang umum dan dapat digunakan oleh masyarakat luas (hlm. 56-57).

Wulandari (2011) menyatakan bahwa batik dari daerah keratonan Yogyakarta, memiliki ciri yang khas. Umumnya, batik Yogyakarta memiliki motif yang memiliki banyak bidang berwarna putih bersih. Selain itu, bentuk geometris dalam motifnya juga cenderung besar. Untuk pewarnaan, batik Yogyakarta cenderung memiliki warna putih dan coklat, khususnya coklat tua. Dalam beberapa motif turunan, terlihat aplikasi ornamen parang dan nitik yang juga merupakan motif khas dari Yogyakarta (hlm. 55, 60-61).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A