# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1. Penelitian Sebelumnya

1) Arya Pageh Wibawa (2012)

Penelitian berjudul "Kajian Situs (*website*) Organisasi Profesi Desain Di Indonesia (ADGI - Asosiasi Desain Grafis Indonesia, HDII - Himpunan Desain Interior Indonesia, IAI - Ikatan Arsitek Indonesia)" penelitian ini dilakukan oleh Arya Pageh Wibawa pada tahun 2012. Didalamnya peneliti membandingkan desain 3 *website* organisasi profesi antara lain ADGI - Asosiasi Desain Grafis Indonesia, HDII - Himpunan Desain Interior Indonesia dan IAI - Ikatan Arsitek Indonesia. Penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui kesesuaian desain *website* sebagai situs organisasi profesional desain. Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan eksperimen pre-test post-test dengan metode analisis data statistik deskriptif.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Arya Pageh Wibawa

Sumber : Perpustakaan FSRD ITB, Agustus 2016

| | |
|---|---|
| Peneliti | Arya Pageh Wibawa |
| Judul penelitian | Kajian Situs (*website*) Organisasi Profesi Desain Di Indonesia (ADGI - Asosiasi Desain |

| | |
|---|---|
| | Grafis Indonesia, HDII - Himpunan Desain Interior Indonesia, IAI - Ikatan Arsitek Indonesia). |
| Metodologi | Kuantitatif, pendekatan eksperimen pre-test post-test dengan metode analisis data statistik deskriptif. |
| Analisis | Ketergunaan *website.* |
| Tujuan | Mengetahui kesesuaian fungsi *website* pada bidang profesi. |

**Faktor penyama** dalam penelitian Arya Pageh Wibawa adalah bahwa objek yang diteliti merupakan *website* dan ketergunaan atau *usability* dari *website* itu sendiri sebagai wadah bagi profesi terkait. Yang berbeda adalah objek *website*. Pada penelitian "Kajian Situs (*website*) Organisasi Profesi Desain Di Indonesia (ADGI - Asosiasi Desain Grafis Indonesia, HDII - Himpunan Desain Interior Indonesia, IAI - Ikatan Arsitek Indonesia)" *website* dikaji secara menyeluruh dan dibuat sebuah hipotesa dan menghasilkan sebuah model yang lalu diujikan pada responden (pre-test post-test) sedangkan **faktor pembeda** dalam penelitian yang akan dilakukan pengkajian berfokus pada unsur visual dalam *user interface* website terlepas dari unsur-unsur IT didalamnya dan pengkajian desain *user experience* untuk mengetahui keefektifannya. Objek penelitian *website* berbeda yaitu situs portofolio Deviant Art, Dribbble dan Bēhance dan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan visual matriks.

2) Syarip Yunus (2015)

Penelitian berjudul "Kajian Desain *User Interface* dan *User Experience* Terhadap *Usability Mobile E-Commerce* Bukalapak dan Tokopedia" penelitian ini dilakukan oleh Syarip Yunus pada tahun 2015. Didalamnya peneliti membandingkan desain *user interface* dan *usability* pada dua aplikasi *mobile e-commerce* Bukalapak dan Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi visual seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan rancangan *user interface* aplikasi *mobile e-commerce*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan visual matriks dan *usability testing*.

Tabel 2.2 Tabel Penelitian Syarip Yunus

Sumber : Pusat Arsip Magister Unikom, November 2016

| | |
|---|---|
| Peneliti | Syarip Yunus |
| Judul penelitian/buku | Kajian Desain *User Interface* dan *User Experience* Terhadap *Usability Mobile E-Commerce* Bukalapak dan Tokopedia |
| Metodologi | Kualitatif Deskriptif, pendekatan metode analisis visual matriks dan pengujian *usabity* |
| Tujuan | Mengkaji strategi komunikasi visual, peran UI dan UX dalam *usability* aplikasi dan memahami peran UI dan UX terhadap pembangunan citra visual pada aplikasi *e-commerce* bukalapak dan tokopedia. |

**Faktor penyama** dalam penelitian Syarip Yunus adalah metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan visual matriks. Sedangkan **faktor pembeda** dalam penelitian yang akan dilakukan adalah objek yang diteliti. Pada penelitian yang dilakukan Syarip Yunus adalah aplikasi *mobile e-commerce* sedangkan objek pada penelitian yang dilakukan adalah *website* penyedia jasa penyimpanan karya *online*. Walaupun tujuannya terlihat sama (mengkaji strategi komunikasi visual untuk mengetahui komunikasi visual seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan rancangan *user interface*) akan terdapat perbedaan mengingat medium yang digunakan pada penelitian Syarip Yunus adalah aplikasi *mobile* yang terdapat pada *smartphone* dan yang akan digunakan pada penelitian adalah *website* yang diakses melalui layar komputer.

## 2.2 Portofolio

Pengertian portofolio menurut Pranata (2004) adalah sebuah koleksi yang berisi karya - karya yang didesain untuk dikomunikasikan dalam berbagai macam cara untuk mengikhtisarkan kemampuan diri penciptanya. Sebuah portofolio bukan merupakan *resume*, yang secara praktis merupakan susunan pengalaman kerja dan pencapaian selama ini. Portofolio juga bukan merupakan sebuah surat yang berisikan tulisan mengenai diri dan spesialisasi pekerjaan yang akan dilakukan atau deskripsi keahlian profesi. Tetapi semua hal di atas dapat menjadi bagian sebuah portofolio. Portofolio merupakan koleksi dokumen dan artefak yang dapat dibawa dengan mudah (*portable*) yang dapat digunakan untuk memvalidasi hal yang diakui dikerjakan oleh seseorang (Satterthwaite, The Career Portfolio Workbook (2003 : 1 - 2).

Portofolio biasanya dibuat dalam format rapi, seperti buku atau *binder* disusun sedemikian rupa sehingga mencerminkan gaya atau ciri khas pemiliknya. Dokumen di dalamnya tidak berupa dokumen asli, melainkan salinan dari dokumen asli. Hal ini dianjurkan agar jika buku atau binder portofolio hilang maka dokumen aslinya masih ada dan dapat diduplikasi kembali. Dalam bidang seperti seni, periklanan, penulis, fotografi, desain dan *fashion* penggunaan portofolio sebagai alat penjualan sudah terjadi sejak lama. Seiring berkembangnya zaman penggunaan portofolio mengalami perluasan, tidak hanya pada bidang pekerjaan yang sudah disebutkan sebelumnya. Penggunaan portofolio dinilai efektif dalam mempromosikan diri terhadap pasar, dengan melihat portofolio pihak pembeli atau pihak yang membutuhkan jasa tenaga ahli dapat melihat secara jelas apa yang mampu seseorang kerjakan, meningkatkan keyakinan pengguna jasa akan kemampuan pelamar.

Menurut Satterthwaite (2003) terdapat 5 target utama yang harus dimiliki portofolio seseorang, yaitu :

- Portofolio harus menggambarkan secara jelas informasi kunci yang ingin disampaikan.
- Portofolio harus mengandung ikatan yang dapat memberikan kesempatan.
- portofolio harus bisa menggambarkan objek *intangible* menjadi *tangible*.
- Portofolio menambahkan kredibilitas pemilik.
- Portofolio mampu menambah kepercayaan diri pemilik.

## 2. 3 Internet

Internet merupakan kependekan dari *interconnection-networking* adalah seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar sistem *Global Transmission Control Protocol*/ *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sebagai pertukaran paket *(packet switching communication protocol)* untuk melayani milyaran pengguna di seluruh dunia. Menurut Robbins (2007) internet adalah sebuah jaringan yang dibangun oleh komputer yang terhubung satu dengan lainnya, internet merupakan hasil kolaborasi dari pemerintah dan ilmuan untuk menciptakan sebuah sistem standar dan peraturan dengan tujuan berbagi informasi. Internet tidak menjadi hak ekslusif seseorang atau dikuasai oleh satu pihak, internet merupakan suatu hal yang tidak dimiliki oleh seseorang tapi dimiliki oleh masyarakat secara global. Menurut Leiner (2009) internet menjadi sebuah revolusi komputer dan komuniksi dalam dunia yang belum terjamah. Tidak seperti radio atau telegram yang hanya memungkinkan komunikasi dalam wilayah terbatas, internet memiliki kemampuan siaran secara lebih luas (mencakup seluruh dunia), sebuah mekanisme untuk mendisemintasi informasi dan media kolaborasi dan interaksi antara individu tanpa batasan wilayah.

Internet merupakan salah satu kesuksesan besar dalam sejarah panjang komunikasi umat manusia. Hal ini tidak lepas dari jasa pemerintah, industri dan akademisi dalam bekerja sama mengembangkan teknologi. Internet berkembang melalui 4 aspek penting yaitu evolusi teknologi, management dan operasi infrastuktur global, sosial dan komersil.

Menurut Gromov (1995) Teknologi internet bermula dari proyek *Atlantic Cable* pada tahun 1858 yang bertujuan untuk membuat komunikasi instan menyebrangi samudra untuk pertama kali. Kabel ini hanya beroperasi selama

beberapa hari dikarenakan permasalahan teknis. Baru pada tahun 1866 dipasang kabel yang dapat dikatakan sukses, kabel ini digunakan hampir 100 tahun.

## 2. 4 *Website*

Menurut Robbins (2009) *website* atau *world wide web* (www) adalah salah satu cara membagi informasi melalui internet. Keunikan website adalah bagaimana sebuah dokumen dapat terhubung satu dengan lainnya melalui *hypertext* yang memungkinkan informasi terkumpul secara lebih masif dengan menggunakan protokol yang disebut *hyper text transfer protocol* (http).

### 2.4.1 Desain*Website*

Menurut Suyanto (2007) desain website adalah seni dan proses dalam menciptakan halaman web tunggal atau keseluruhan dan bisa melibatkan estetika dan seluk-beluk mekanis dari suatu operasi situs web walaupun yang utama memusatkan pada *look* dan *feel* dari situs web tersebut. Tidak seperti desain media cetak, desain web memiliki keterbatasan yng mengakibatkan tercipta karya-karya yang memiliki banyak persamaan. Menurut Miller (2011) desain pada dasarnya adalah sebuah perencanaan, desain web sendiri memiliki beberapa batasan, batasan pada desain web disebabkan oleh beberapa faktor antara lain *color depth* monitor, resolusi monitor, sistem operasi dan tipe *browser* yang digunakan. Mendesain web bukan hanya berupa merancang sebuah rencana tetapi juga mempersiapkan rencana cadangan. Sebuah desain *website* yang baik adalah yang dapat memberikan pengalaman yang baik pada pengguna, memberikan

keleluasaan pada pengguna tetapi membatasinya pada suatu koridor pemikiran yang disesuaikan dengan target *audience* dan tujuan *website*.

Dalam merancang sebuah *website* sama seperti desain pada bidang lain pemahaman terhadap kebiasaan *end-user* diperlukan. Faktor ini dipertimbangkan sebagai batasan dalam menciptakan sebuah produk desain, pada desain *website* batasan ini memunculkan struktur desain tertentu seperti *header* halaman, sistem navigasi yang tetap, area konten, navigasi *footer* dan sering kali perlakuan terhadap *background*. Setiap elemen umum pada desain *website* ini dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan dasar seperti bagaimana sebuah halaman dibaca secara umum, susunan yang mengadaptasi media cetak, ekspektasi pengguna, optimalisasi mesin pencari dan standarisasi *ads*.

Jika dilihat secara keseluruhan terdapat beberapa teori desain yang harus diperhatikan dalam desain *website*, yaitu:

- *Organization & Hierarchy*
  Organisasi dan hierarki yang dimaksud disini adalah dalam konteks visual, alur baca yang terbangun dari penggunaan *white space* dan *grid*.

- *White Space*
  Ruang kosong yang terbentuk dari *grid* yang ada. Berfungsi sebagai ruang istirahat bagi pengguna.

- *Containment*
  Ruang yang berguna untuk menandai suatu objek dan mendefinisikannya secara lebih jelas dalam sebuah *website* dapat berupa garis, batas dan bentuk.

- *Grids*
  Pengorganisasian jarak pada elemen visual dalam *website*.

- *Baseline Grid*

  *Grid* yang secara horizontal mensejajarkan elemen visual pada *website*.

- *Modularity*

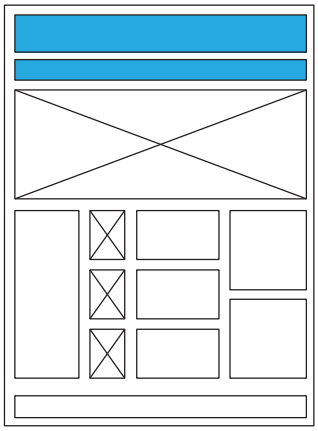
  Kemudahan sebuah *layout website* untuk digunakan pada halaman lain.

### 2.4.2 Anatomi Desain *Website*

Menurut Miller (2011) *website* memiliki 6 komponen penyusun utama yang membentuk *website* itu sendiri, yaitu :

- ***Header***

  *Header* merupakan sebuah area yang biasanya dibuat konsisten dalam tiap halaman *website*. Komponen ini biasanya dijadikan sebuah landasan tetap untuk pengguna mengidentifikasi dan secara visual menggambarkan keseluruhan *website*. *Header* menentukan bagaimana *look* dan *feel* dan biasanya menimbulkan ketertarikan pengguna untuk tetap berada di dalamnya.

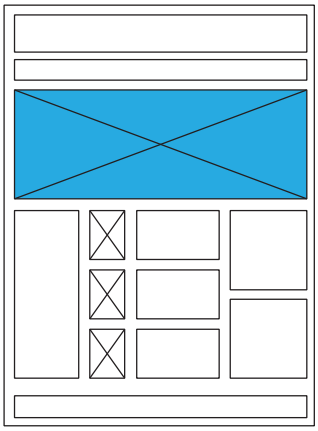


Gambar 2.1 *Website Header*

Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

- ***Feature Area***

  *Feature area* adalah area dimana informasi yang penting dibuat secara menonjol agar menjadi *focal point* dalam halaman *website*. Pada *website* biasanya area ini berukuran lebih besar dari konten lainnya dan menggunakan visual dan tipografi yang lebih mencolok, biasanya pada area ini dibuat menjadi *slideshow* menggunakan javascript, ajax atau animasi flash. Bagian ini menjadi kunci untuk menentukan hirarki visual sebuah *website*.

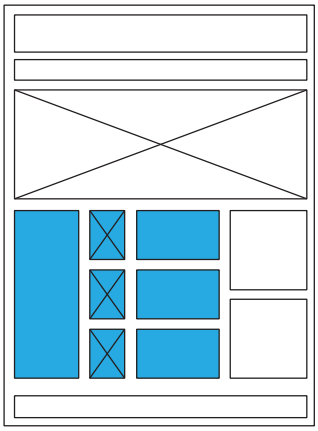


Gambar 2.2 *Website Feature Area*

Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

- ***Body/ Content***

  *Body/ Content* adalah area dalam *website* dimana pengguna menghabiskan waktunya didalam *website*, pada dasarnya konten inilah yang dicari oleh pengguna. Didalam area ini keterbacaan dan kejelasan menjadi penting dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan konteks dan tujuan *website*. *White space* seringkali memainkan peranan penting untuk mengatur ritme baca pengguna, membantu pengguna melakukan *skimming* informasi.

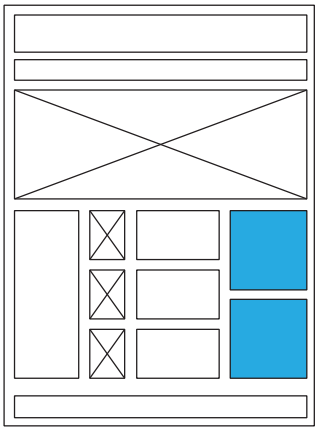


Gambar 2.3 *Website Body/ Content*

Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

- ***Sidebar***

  *Sidebar* adalah bagian pada *website* yang didalamnya terdapat informasi sekunder yang mendukung konten utama atau memberi informasi tambahan mengenai topik serupa dengan konten utama. Biasanya area pada *sidebar* dijadikan area untuk menaruh iklan.

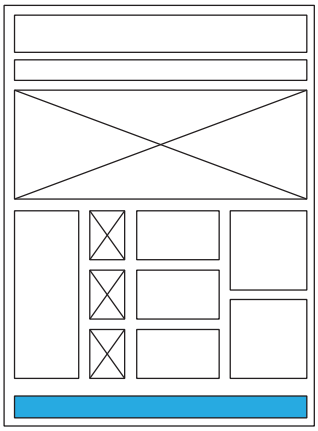


Gambar 2.4 *Website Sidebar*

Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

- ***Footer***

*Footer* adalah bagian bawah pada *website* yang belakangan ini menjadi unsur penting dalam *website*. Pada desain *website* lampau *fotter* hanya berisi informasi *copyright website* dan beberapa *link* halaman tertentu, tetapi sekarang *footer* menjadi *site map* kecil yang dapat menghubungkan setiap halaman dalam sebuah *website*.

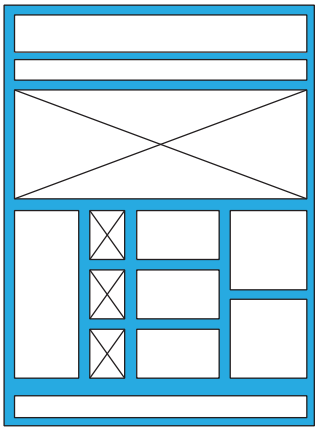


Gambar 2.5 *Website Footer*

Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

- ***Background***

*Background* pada desain *website* generasi awal biasanya dibuat dari grafis yang dibuat secara berulang dalam pola, tetapi sekarang penggunaanya menjadi lebih rumit. *Background* menjadi penting untuk menciptakan kedalaman dimensi dalam tampilan *website* bahkan dapat menambah nilai konten didalamnya.



Gambar 2.6 *Website Background*

Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

### 2.4.3 Elemen Dalam Desain *Website*

Dalam desain grafis desainer merancang sebuah sistem untuk membuat berbagai elemen yang berbeda agar menjadi sebuah sistem yang dapat bekerja sama dan saling membangun sehingga membentuk sebuah fungsi untuk tujuan tertentu, hal ini tidak berbeda dengan apa yang dilakukan seorang desainer web. Desain *website* tidak hanya sebatas mengorganisasikan informasi tetapi juga bertujuan menciptakan sesuatu yang berbeda dan mudah diingat. *Style* atau gaya desain sebuah *website* menjadi sebuah usaha untuk menselaraskan kegunaan dari *website* dengan selera dan kebutuhan dasar pengguna, didalamnya terdapat elemen - elemen grafis, antara lain:

- ***Color***

  *Color* atau warna, warna memiliki peran sebagai panduan, mengarahkan dan mengajak pengguna. Secara intuitif warna dapat

mempengaruhi perasaan (*mood*) pengguna. Warna memiliki makna berbeda disetiap budaya. Warna menjadi penyelaras hubungan antara berbagai elemen visual yang berada dalam suatu desain *website*. Warna yang digunakan pada desain *website* adalah jenis warna RGB berbeda dengan media cetak yang menggunakan warna jenis CMYK.

- ***Texture***

  Tekstur pada desain *website* dapat menimbulkan kesan lebih hidup pada penggunanya. Penggunaan tekstur secara tidak sadar dapat mempengaruhi bagaimana indra peraba pada pengguna terlibat. Selain itu tekstur yang dimaksud bukan hanya berupa tekstur yang ditimbulkan secara langsung seperti penggunaan tekstur kayu atau batuan tetapi juga bisa dihasilkan dari penggabungan elemen visual lain yang terdapat didalam *website* seperti bagaimana *font*, gambar dan ilustrasi yang ada menimbulkan kesan tertentu secara keseluruhan.

- ***Imagery & Iconography***

  Penggunaan gambar dan *icon* dapat memudahkan pengguna untuk mencerna informasi, gambar dan *icon* dapat menjadi pengganti teks dalam *website*. Penggunaan gambar dapat menambah kesan *branding* yang ingin ditunjukan sebuah *website*. Tetapi dalam memasukan gambar harus disertai dengan pertimbangan ukuran gambar dan besar ukuran *file*-nya.

- ***Scale***

  *Scale* adalah kontras pada ukuran elemen grafis pada desain *website*. Dengan penggunaan yang tepat *scale* dapat memberi kesan dramatis, memiliki elemen yang dominan sangat penting untuk menciptakan kejelasan hirarki visual.

- ***Depth & Dimension***

  Terdapat banyak cara untuk menambahkan kesan kedalaman dan dimensi pada sebuah *website,* elemen grafis dapat diberikan efek bayangan, dibuat menjadi gradasi atau menumpuk elemen grafis. Dengan memberikan kedalaman dan dimensi pada *website* memberikan kesan lebih nyata, menciptakan suasana yang lebih diterima oleh pengguna secara tidak sadar, memeberi kesan seperti benar-benar berada didalam sebuah lingkungan.

- ***Animation***

  Animasi digunakan oleh desainer untuk menciptakan lapisan informasi, membuat sekuen informasi atau sebagai tampilan untuk memanjakan penglihatan pengguna. Animasi dapat menjadi *focal point* dalam *website* tetapi dapat juga berupa gerakan kecil pada elemen visual yang ditujukan untuk memberi kesan kejutan dan interaktif pada pengguna.

- ***Variability***

  *Variability* adalah kemampuan *website* untuk diubah sesuai dengan tema tertentu yang sedang berlangsung. Dengan mengubah beberapa elemen visual pada *website* dapat memberi kesan menyenangkan dan fleksibel. Selain itu dengan mengubah beberapa elemen visual pada *website* dapat memberikan efek kejutan pada pengguna sehingga meningkatkan antusias pengguna untuk mengakses *website*.

### 2.4.4 *Typography website*

Menurut Miller (2011) tipografi dari berbagai elemen dalam desain memegang peranan sangat penting. karena huruf pada *website* khususnya

berfungsi sebagai pembawa pesan, perlakuan desainer terhadap jenis huruf dapat memperkuat kesan atau dapat menghilangkan pesan yang dibawanya. Terdapat banyak aspek yang dapat dilakukan pada tipografi seperti mengatur jarak antar huruf dan mengatur jumlah kolom, tetapi pada desain *website* perlakuan yang dapat diaplikasikan sangat terbatas. Keterbacaan dan legibilitas dari jenis huruf yang digunakan menjadi acuan utama dalam desain *website* dikarenakan jenis huruf yang terbatas. Terdapat 3 jenis huruf dalam desain *website* yang dapat direnderr, antara lain:

- *Image of type*

  Huruf berbentuk gambar, jenis huruf ini memberikan kebebasan untuk desainer untuk menggunakan *font* yang dimiliki dan mengaturnya secara bebas. Huruf jenis ini memberikan kemudahan untuk memberikan kesan sesuai dengan yang ingin disampaikan oleh desainer.

- *Web-safe fonts*

  *Web-safe fonts* adalah huruf yang secara global sudah ter-*instal* dalam komputer semua orang, sehingga dapat ditampilkan tanpa masalah. Terdapat ribuan *font* jenis ini, tampilan huruf jenis ini dipengaruhi oleh tipe *operating system* dan *browser* yang digunakan.

- *Font replacement and embeding*

  *Font replacement and embeding* adalah metode yang dapat memberikan kebebasan pada desainer untuk menggunakan jenis huruf dengan menambahkan *coding* agar pengguna *website* secara otomatis mengunduh *font* yang digunakan dalam desain. Metode ini juga berfungsi untuk menyebarkan *font*.




Gambar 2.7 Infografis kontrol *font*

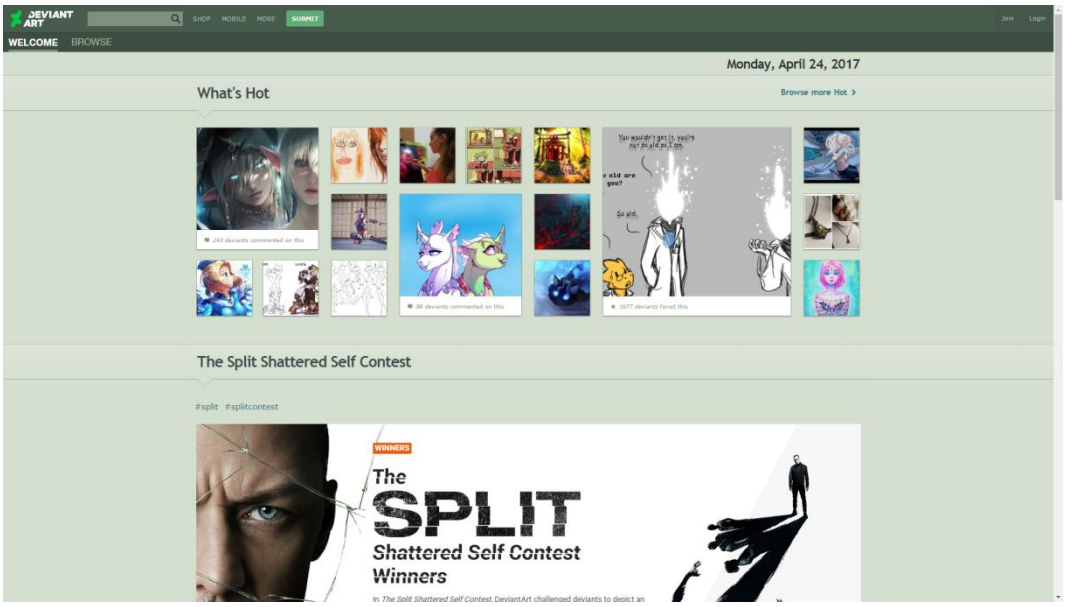
Sumber : *Above the fold : Understanding The Principles of successful web design*

## 2. 5 *Website* Deviant Art, Dribbble dan Bēhance

### 2.5.1 Deviant Art

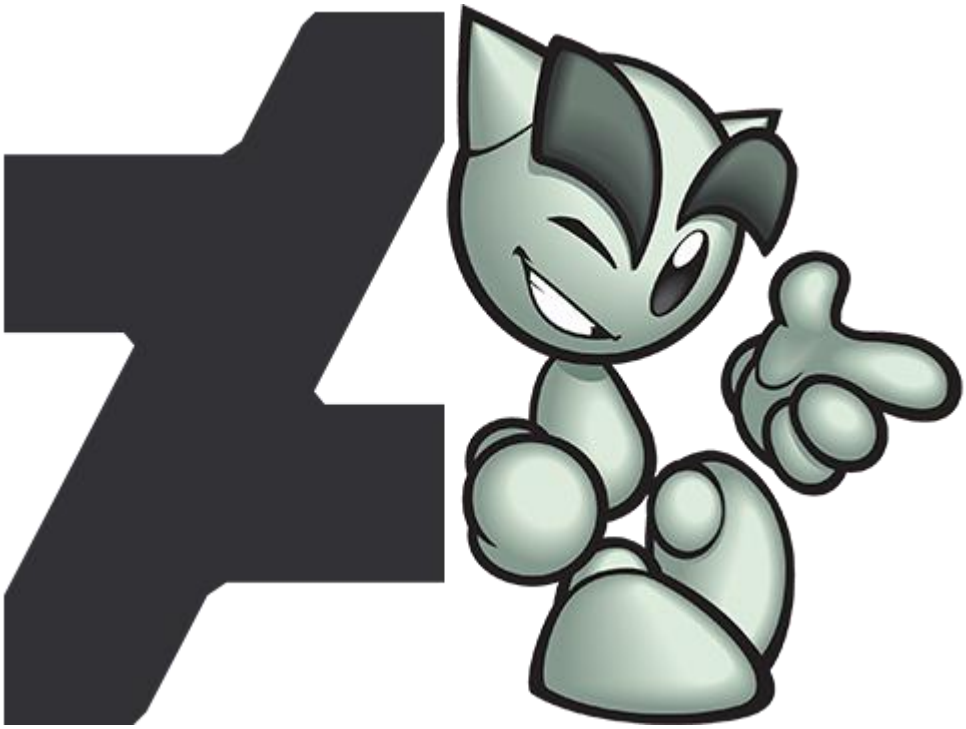
Seperti yang dituliskan dalam https://about.deviantart.com/ (diakses 01 februari 2017) Deviant Art merupakan situs komunitas maya yang menampung beragam karya berupa gambar ilustrasi dan foto. Deviant art diluncurkan pada 7 Agustus 2000 dengan tujuan menyediakan tempat bari seniman dan antusias seni memamerkan karya serta mendiskusikan karya yang ada didalamnya. Situs ini menjadi tempat para pecinta seni untuk bertukar pendapat, alat gambar (*photoshop brush),* berbagi *tutorial*, sumber gambar dan menjual karya. Berbeda dengan situs seperti Dribbble dan Bēhance yang bersifat ekslusif, devaint art lebih bersifat inklusif dan mendukung komunitas didalamnya. Deviant Art lebih bertujuan untuk memberikan fasilitas kepada seniman untuk meningkatkan kemampuan dan

membantu mempublikasi karya. Sampai saat ini terdapat lebih dari 38.000.000 pengguna yang teregistrasi dan lebih dari 65.000.000 pengunjung tiap bulannya dan setiap harinya terdapat 160.000 karya yang di-*upload* tiap harinya.




Gambar 2.8 Tampilan *home* www.deviantart.com

Sumber : dokumentasi pribadi (diakses: 25 April 2017)



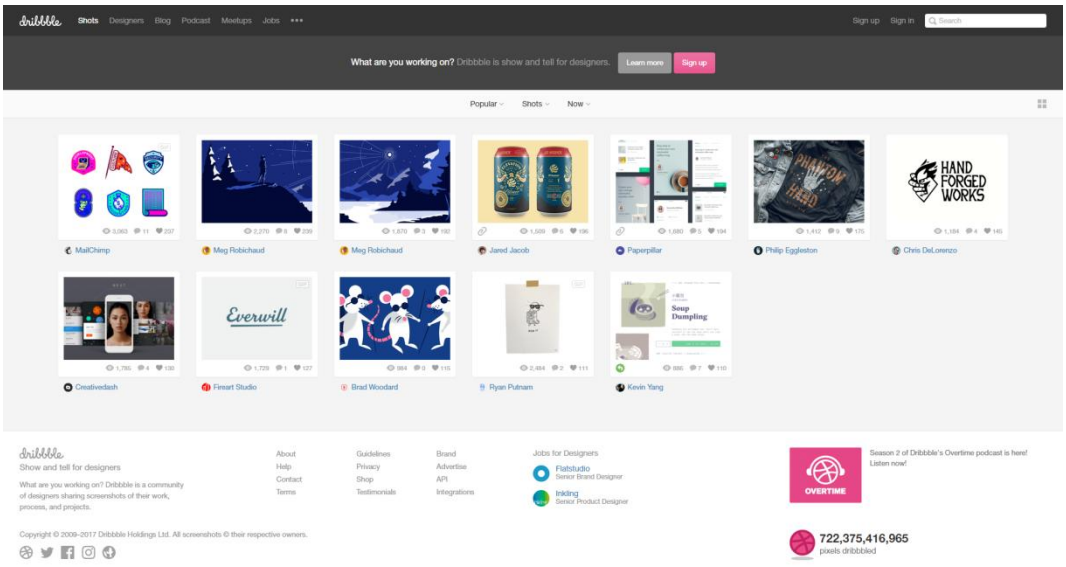
Gambar 2.9 Logo Deviant Art bersama Fella (maskot deviant art)

Sumber : dokumentasi pribadi (diakses: 25 April 2017)

### 2.5.2 Dribbble

Dribbble adalah situs media sosial yang ditujukan untuk para profesional bidang kreatif untuk menyimpan dan memamerkan karyanya kepada pengguna dribbble lainnya. Istilah yang digunakan dalam situs ini mengacu pada istilah-istilah dalam dunia basket contohnya anggota disebut sebagai *player, post* karya disebut *shoot,* komentar pada karya disebut *rebound*. Dribbble diluncurkan secara resmi pada akhir tahun 2009 terinspirasi dari situs *twitter,* pada awalnya dribbble tertutup pada kalangan tertentu saja dengan menggunakan sistem undangan. Baru pada Maret 2010 dribbble secara resmi menjadi *website* komunitas desain. Sampai

sekarang dribbble masih memberlakukan sistem undangan bagi anggotanya perbedaannya adalah pengguna baru dapat mendaftar tetapi hanya terbatas sebagai pengamat, tidak bisa melakukan *post* karya atau *shoot* hal ini dimaksudkan untuk menjaga ekslusifitas dari situs dribbble sendiri sehingga didalamnya hanya ada desainer-desainer yang dianggap serius dan kompeten dalam bidangnya.




Gambar 2.10 Tampilan *home* www.dribbble.com

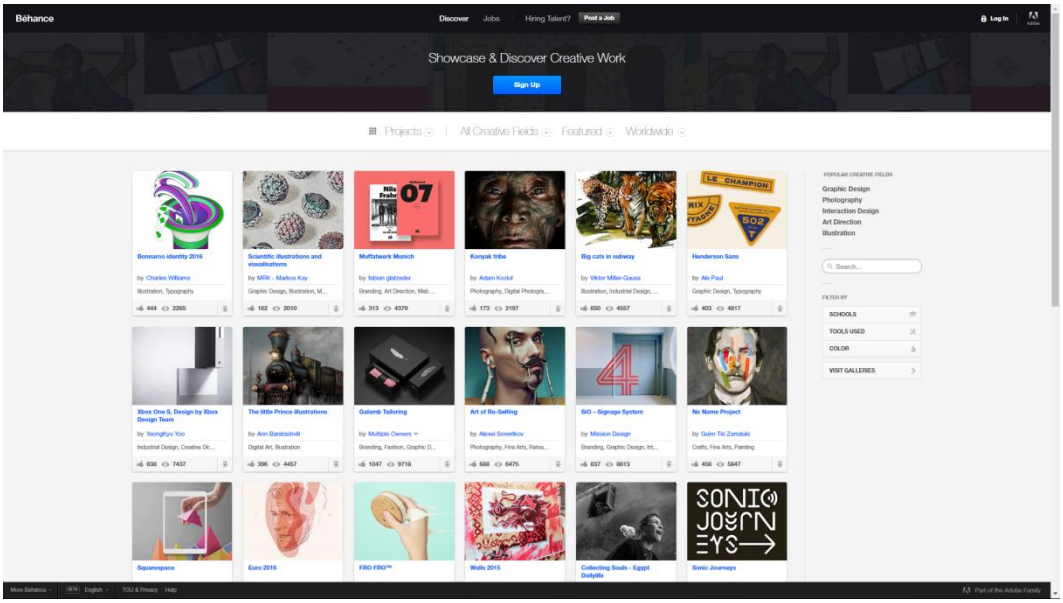
Sumber : dokumentasi pribadi (diakses: 25 April 2017)

### 2.5.3 Bēhance

Bēhancē adalah situs portofolio online yang dimiliki Adobe (20 Desember 2012). Bēhancē adalah sebuah platform online yang memungkinkan para profesional dibidang kreatif untuk menampilkan dan menemukan karya kreatif melalui portofolio online. Bēhancē memiliki misi untuk mendorong dunia kreatif

untuk mewujudkan gagasan mereka dengan cara membuat sebuah platform untuk menghilangkan batasan antara talenta dan kesempatan yang ada. Para pelaku kreatif dapat memperbarui karya mereka dan menyebarkannya keseluruh dunia secara efisien, dan para pemilik perusahaan dapat mencari karya dan talenta sesuai dengan kebutuhan perusahaannya. Sampai saat ini setiap bulannya ada sekitar 56.019.065 orang yang melihat karya melalui situs ini (berdasarkan website resmi Bēhancē).

Selain sebagai situs portofolio online Bēhancē juga memiliki acara rutin bernama Bēhancē portofolio *review* yang diadakan di berbagai kota di tiap negara. Di Indonesia sendiri Bēhancē portofolio *review* pernah diadakan di Jakarta, Yogyakarta dan Bandung. Bēhancē portofolio review menjadi ajang apresiasi yang diberikan oleh Bēhancē pada para pelaku industri kreatif yang memiliki karya yang dinilai baik, selain itu pada acara ini terdapat *sharing session* sehingga para pelaku industri kreatif dapat bertemu langsung dan berinteraksi.

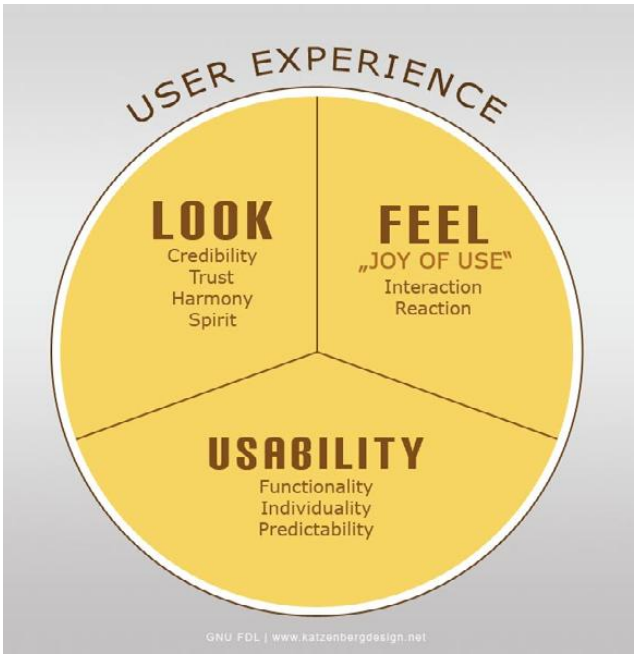



Gambar 2.11 Tampilan *home* www.behance.net

Sumber : dokumentasi pribadi (diakses: 25 April 2017)

## 2. 6 *User Experience & User Interface*

Menurut Bank (2014) *user experience* sebuah *website* adalah perasaan abstrak yang muncul pada saat *user* mengakses suatu *website* dan *user interface* adalah hal yang berinteraksi dengan *user* yang berada dalam ruang lingkup *user experience*. Saat mendesain sebuah *website*,desainer harus menjadikan *user experience* sebagai prioritas. Hal ini agar orang yang mengakses *website* merasa nyaman berada didalamnya dan mudah menggunakannya.




Gambar 2.1 Diagram UX yang baik

Sumber : Ux_katzebergdesign_engl".wikimedia.CreativeCommons

Pada dasarnya untuk meningkatkan nilai positif dari *user experience* desainer akan memikirkan bagaimana desain *user interface*. Memikirkan bagaimana opsi menu, *buttons, text,* grafis dan video ditempatkan dalam tampilan halaman web, memikirkan bagaimana tata letak mempengaruhi perasaan pengguna dalam menggunakannya.

Dalam konteks desain web *user interface* adalah bagaimana seorang desainer meletakan elemen *website* untuk digunakan oleh pengguna, dan bagaimana seorang user menyukai atau merasa nyaman dengan kemudahan yang diberikan. *User Interface* adalah desain, presentasi dan eksekusi setiap elemen yang membangun suatu halaman web. Terdapat beberapa kategori elemen dalam *user interface*, yaitu :

- ***Input***

  *Input* adalah bagian dimana pengguna dapat memasukan perintah kedalam *website*. Contohnya *button, drop down list,* formulir, dll.

- ***Navigation***

  *Navigation* adalah bagian web yang mengarahkan pengguna pada satu fungsi spesifik pada web. Contohnya *slider,* form pencarian, *icon,* dll.

- ***Sharing***

  *Sharing* adalah bagian web yang dapat digunakan untuk menyebar luaskan sebuah informasi. Contohnya *follow buttons, like/promote, invite friend,* dll.

- ***Information***

  *Information* adalah konten informasi yang ada dalam sebuah web. Contohnya konten teks, *tooltips, message box, progress bar,* dll.

Selain kategori terdapat bebera aspek penting yang harus diperhatikan dalam *user interface*, seperti yang dikemukakan oleh Fadeyev dalam Yunus (2015) aspek yang harus diperhatikan antara lain :

- ***Clarity***

  Sebuah *user interface* harus dibuat sejelas mungkin terhindar dari kesamaran, hal ini dapat menciptakan tampilan yang mudah

digunakan oleh pengguna. Kejelasan dapat diciptakan dari hirarki visual, tipografi, *icon* dan elemen visual lainnya.

- ***Concision***

  *Concision* atau meringkas yang dimaksud adalah membuat elemen visual seefektif mungkin untuk menambah kejelasan pada *user interface*.

- ***Familiarity***

  *User interface* harus mudah dikenali, hal ini dapat diciptakan dari keseragaman visual pada setiap halaman yang ada dalam *website*.

- ***Responsiveness***

  Respon yang dimaksud dapat berarti kecepatan *user interface* diakses atau dioperasikan dan memberikan umpan balik yang cepat.

- ***Consistency***

  Konsistensi pada *website* meningkatkan kemampuan adaptasi pengguna terhadap *website*. Dengan menjaga konsistensi seperti halaman awal, pengguna tidak akan sulit beradaptasi dengan halaman lain yang terdapat dalam *website*.

- ***Aesthetics***

  Dengan menambahkan nilai estetik dapat memperpanjang durasi pengguna berada dalam *website* dan menimbulkan perasaan senang secara emosional.

- ***Efficiency***

  Dengan ditunjang kecepatan akses produktidfitas penggunaan dapat lebih efisien. Karena dengan sedikit usaha dan waktu dapat menghasilkan dampak yang besar.

- ***Forgiveness***

  Rancangan *user interface* yang baik dapat mereduksi kesalahan diluar perancangan yang disebabkan oleh perilaku dan kebiasaan pengguna dengan memberikan fasilitas peringatan atau fitur *undo*.

Borsky dalam Bank (2014) menyatakan bahwa UX adalah nukleus dari *brand* dengan *brand* itu sendiri sebagai kumpulan dari pengalaman seseorang terhadap perusahaan atau organisasi. Setiap detail kecil memiliki kontribusi untuk dalam memberikan pengalaman dan kesan pada penggunanya. Tetapi seorang desainer web tidak dapat mengontrol pengalaman yang ditimbulkan secara langsung. *User experience* bersifat intangible sehingga sulit dikendalikan karena berbeda dengan *user interface* yang bersifat *tangible*. Maka dari itu lebih mudah untuk desainer web untuk secara hati-hati dan penuh pertimbangan mendesain *user interface* agar *user experience* yang positif dapat tercermin. Bagaimana *user interface* membentuk *user experience* secara jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 2.3 Tabel Pengaruh UI terhadap UX

Sumber : e-book Uxpin web ui design best practices, halaman:17-18

| UI *design* | UX *Result* |
|---|---|
| **Konsistensi** - memiliki fungsi kerja tunggal dalam *website* secara keseluruhan. | Konsistensi akan memberikan perasaan intuitif dan pengguna akan merasa nyaman dan lebih percaya diri karena mereka mengerti bagaimana cara kerjanya. Konsistensi mengurangi beban kognitif. |
| **Efek Suara** - menambahkan beberapa suara yang berkorespondensi dengan tindakan spesifik. | Dengan menggunakan beberapa suara berbeda dapat mengurangi kebingungan akan aksi yang terjadi. Selain itu dengan menggunakan suara dapat membantu membentuk lingkungan yang diinginkan sesuai konteks. |
| **Skema Warna** - warna yang digunakan sebagai *background*, *text* dan grafis. | Sama dengan efek suara, skema warna menciptakan *ambiance* yang dapat menimbulkan *mood experience* sesuai yang diinginkan. Selain itu warna memiliki makna kultural dan neurobiologi. |

| | |
|---|---|
| **Instruksi** - bantuan untuk memberi informasi fungsi pada web. | Pengguna dapat memahami bagaimana cara kerja situs dan menghindari kebingungan. |
| **Pilihan *custom*** - memberikan fasilitas untuk *user* melakukan penyesuaian sesuai selera. | Pengguna akan mendapatkan kesan "memiliki" situs tersebut. |