

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Pengertian *Website*

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponent atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja; *web site*, *site*) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau subdomain di *World Wide Web* (WWW) di Internet. WWW terdiri dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi “akar” (*root*), yang disebut *homepage* (halaman induk sering diterjemahkan menjadi “beranda”, “halaman muka”), dan biasanya disimpan dalam server yang sama. Tidak semua situs web dapat diakses dengan gratis. Beberapa situs web memerlukan pembayaran agar dapat menjadi pelanggan, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surat elektronik (*e-mail*), dan lain-lain.

Secara terminologi, *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang

hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut Homepage. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, hyperlink-hyperlink yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Beberapa website membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi website tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs e-mail gratisan, yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

Pengertian Website Secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut Homepage. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk

menjadi sebuah hirarki, meskipun, hyperlink-hyperlink yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Beberapa website membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi website tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs e-mail gratisan, yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

3.2 Pengertian *CompanyProfile*

Company profile (Profil perusahaan) adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profil perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman. Walaupun ada sejumlah format yang berbeda yang digunakan menyusun sebuah profil, ada beberapa jenis informasi penting yang wajib disertakan.

Setiap jenis laporan profil perusahaan, informasi kontak selalu disertakan. Informasi kontak mungkin tidak lebih dari sekedar alamat fisik dan surat untuk kantor pusat perusahaan, atau mungkin termasuk nama dan alamat dari petugas atau eksekutif tertentu dari perusahaan. Biasanya nomor telepon dan nomor faks juga dimasukkan dalam data kontak dasar. Dalam beberapa tahun terakhir, alamat email dan informasi umum juga dianggap penting dalam sebuah profil perusahaan.

Selain informasi kontak, profil perusahaan biasanya mencakup beberapa informasi tentang latar belakang dan sejarah dari bisnis yang bersangkutan. Ini

termasuk data mengenai kapan perusahaan itu dibentuk, nama-nama pendiri, dan bagaimana perusahaan tumbuh berkembang dari pertama kali didirikan. Kadang penulisan prosa perjalanan jatuh bangun dari sebuah perusahaan di sangkut-pautkan dengan perkembangan bisnis terkait pada saat terkini. Meski sebuah company profile tidak mencakup sejarah yang sangat lengkap, hal itu seringkali telah dianggap cukup untuk memberi pembaca gambaran tentang perusahaan tersebut melewati tahun tahun perkembangannya.

Company Profile juga seringkali menyertakan beberapa statistik umum berkaitan dengan status bisnis. Hal ini dapat mencakup informasi seperti jumlah pabrik, kantor, atau operasi lain yang saat ini dimiliki perusahaan. Selain itu jumlah karyawan disebutkan, bersama dengan nominal statistik pendapatan yang dihasilkan selama tahun fiskal terbaru.

Profil perusahaan juga bisa memasukkan data mengenai rencana masa depan bisnis. Profil dapat mendiskusikan rencana untuk ekspansi masa depan dalam hal lokasi, produk atau jasa baru yang diantisipasi akan ditawarkan dalam waktu dekat, atau rencana untuk merestrukturisasi operasi sebagai bagian dari strategi untuk memastikan keberhasilan lanjutan dari bisnis. Namun, profil perusahaan tidak mungkin untuk memasukkan informasi pada setiap rencana yang belum dibahas dan disetujui oleh pemegang saham dan pemimpin lain di perusahaan. Semua data yang ditemukan dalam profil perusahaan dianggap dalam domain publik, dan bebas tersedia untuk siapa saja.

Banyak perusahaan memperbarui profil mereka setidaknya sekali setahun. Hal ini penting, karena pekerja perusahaan tersebut dapat pensiun atau pemilik

bisnis memilih untuk meninggalkan bisnisnya, atau terkadang lokasi bisnis yang kapan saja dapat membuka dan menutup selama beberapa waktu. Dengan menjaga data, profil dapat dimanfaatkan oleh orang-orang yang mempertimbangkan kerja sama bisnis, transaksi bisnis, atau bahkan untuk membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan.

3.3 Pengertian *Layout*

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

3.4 Teori *Usability*

Menurut Jacob Nielsen, *usability* adalah atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). Kata “*Usability*” juga merujuk pada suatu metode untuk meningkatkan kemudahan pemakaian selama proses desain. *Usability* diukur dengan lima kriteria, yaitu: *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction*.

Learnability mengukur tingkat kemudahan melakukan tugas-tugas sederhana ketika pertama kali menemui suatu desain. *Efficiency* mengukur kecepatan mengerjakan tugas tertentu setelah mempelajari desain tersebut. *Memorability* melihat seberapa cepat pengguna mendapatkan kembali

kecakapan dalam menggunakan desain tersebut ketika kembali setelah beberapa waktu. *Errors* melihat seberapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna, separah apa kesalahan yang dibuat, dan semudah apa mereka mendapatkan penyelesaian. *Satisfaction* mengukur tingkat kepuasan dalam menggunakan desain.

Kelima kriteria pengukuran tersebut akan dibahas dalam bentuk pertanyaan dan jawaban. Pertanyaan yang diajukan merupakan syarat suatu web memenuhi kriteria *usability* tertentu sehingga jawabannya merupakan tolak ukur dari pemenuhan *usability* web IDX pada kriteria yang dimaksud.

3.4.1 *Learnability*

1. Seberapa mudah mempelajari web IDX? Kemudahan dapat diukur dari kemudahan pengguna dalam menjalankan suatu fungsi. Apa yang pengguna harapkan adalah apa yang mereka dapatkan. Web IDX menggunakan banyak istilah-istilah saham yang hanya dimengerti oleh pelaku pasar. Kemudahan memahami isi tidak dapat diperoleh pengguna yang tidak mengerti dunia saham. Sedangkan dari segi fungsionalitas dapat dikenali dari awal hanya tampilannya yang kurang tepat. Hal ini akan dibahas pada bab selanjutnya.

2. Seberapa cepat pengguna mahir menggunakan web? Web IDX memberikan kemudahan untuk diingat oleh pengguna yang mengerti saham. Fungsionalitas dapat dijalankan bagi pengguna yang sudah mengetahui istilah-istilah pasar. Misalnya dalam penggunaan *searching* atau pengurutan kategori hasil *searching*.

3.4.2 Efficiency

Seberapa cepat suatu tugas dikerjakan? Tugas (*task*) utama yang diperhatikan adalah fungsi login dan *searching*. Tetapi, dalam web ini tidak diberikan keterangan mengenai kategori pengguna yang diperbolehkan melakukan login. Tugas lainnya adalah membaca informasi yang diberikan. Web IDX tidak begitu memanjakan pengguna untuk melihat informasi yang diberikan karena tipografinya yang kurang bagus. Warna tulisan terlalu samar sehingga membuat pengguna lama membaca. Tentu saja hal ini akan menghambat penyerapan informasi bagi pengguna.

3.4.3 Memorability

Bagaimana kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu? Kemampuan mengingat didapatkan dari peletakkan menu yang selalu tetap.

3.4.4 Errors

Berapa banyak kesalahan dan kesalahan-kesalahan apa saja yang dibuat pengguna? Kesalahan yang dibuat pengguna mencakup ketidaksesuaian apa yang pengguna pikirkan dengan apa yang sebenarnya disajikan oleh web. Web IDX tidak menetapkan kategori tersendiri untuk tulisan biasa, *link*, *heading*, dan *sub-heading*, sehingga banyak terdapat kesalahan dalam identifikasi derajat kepentingan dan fungsionalitas suatu tulisan. Salah satunya adalah salah mengidentifikasi tulisan yang biasa dengan yang berupa *link* karena terdapat tulisan biasa yang bergaris bawah sedangkan

hampir semua *link* tidak ada yang terlihat bergaris bawah kecuali *pointer* mendekat. Penjelasan tentang hal ini akan dibahas pada bab selanjutnya.

3.4.5 Satisfaction

1. Apakah seorang pemakai puas terhadap web itu? Kategori kepuasan yang dapat diukur dari website adalah kepuasan dalam kecepatan keluaran hasil dari suatu fungsi, tampilan dari website. Banyak sekali ketidakpuasan yang mungkin akan dirasakan pengguna pada web ini. Awal ketidakpuasan yang dapat dirasakan pengguna adalah ketika masuk ke web <http://www.idx.co.id> yang asumsinya menggunakan bahasa indonesia justru menggunakan bahasa inggris sebagai default.

2. Apakah pemakai mendapat manfaat besar dari sistem itu? Pengguna akan mendapatkan manfaat yang sangat besar dari website ini, karena informasi yang ditampilkan selalu *update* setiap harinya.

3. Berapa lama sistem tersebut dipakai oleh pengguna untuk membantunya mengambil keputusan? Selama web IDX menyajikan informasi berguna dan selalu di *update* maka selama itu pula pengguna akan menggunakannya sebagai alat untuk mendukung pengambilan keputusan.

Dalam salah satu alertbox-nya, Jakob Nielsen menyebutkan sepuluh kesalahan yang paling banyak terjadi dalam desain web yang bertentangan dengan teori Usability. Kesalahan ini dapat dijadikan acuan dalam membahas usability dari web IDX.

3.5 Prinsip Dasar Desain

Sebuah desain harus memenuhi beberapa prinsip desain agar menghasilkan sebuah desain yang menarik. Dalam buku Nirmana Dwimatra (Drs. Arfial Arsad Hakin, 1984) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya:

1. Keseimbangan

Terdapat dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.

Simetris bisa menjadi kekuatan dan stabilitas publikasi, presentasi, dan situs *website*. Asimetris dapat menyiratkan kontras, berbagai gerakan, mengejutkan, dan lainnya.

2. Irama atau ritme

Irama atau ritme adalah penyusunan unsure-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

3. Penekanan atau Fokus

Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi bagian utama.

4. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun

kaitannya dengan ide yang melandasinya. Dengan adanya kesatuan ini, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperlukan fokus yang dituju.

3.6 Teori Warna

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak akan dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun 1666 pengetahuan tentang warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton. Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat spectrum warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma. Hal tersebut ditulis oleh Prisma Haris Nuryawan dalam bukunya *Kombinasi Warna Komplementer*. 2009:101

Perasaan nyaman dan tidak nyaman akan timbul saat kita dihadapkan pada beberapa karya desain baik poster, lukisan, *flyer*, ataupun karya desain dan media promosi lainnya. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan warna yang terdapat dalam desain tersebut tidak tepat. Penerapan warna pada sebuah desain akan menimbulkan kesan dan perasaan tertentu.

Oleh karena itu, seorang desainer juga harus mengerti tentang kaitan-kaitan warna dalam desain grafis sebagai berikut :

1. *Color Wheel* (Roda Warna)

Teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (roda) atau yang biasa disebut dengan *Color Wheel* (roda warna) ini terdiri dari tiga

warna dasar, yaitu merah, biru, dan kuning yang biasa disebut sebagai warna Primer. Kemudian pencampuran dari dua warna dasar ini melahirkan warna baru berupa warna sekunder. Selanjutnya warna primer yang dicampur dengan warna sekunder akan menghasilkan warna tersier. Warna-warna tersebut digambarkan dalam sebuah lingkaran warna yang lebih dikenal dengan sebutan *Color Whell*. Adapun beberapa aturan dasar yang terkait dengan *Color Wheel* :

1. *Monochromatic color*

Merupakan perpaduan warna dari beberapa warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda.

2. Warna Analog

Merupakan kombinasi dari warna – warna

terdekat 3. Warna Pelengkap

Digunakan saat dimana beberapa desain membutuhkan sebuah nilai kontras yang cukup untuk menarik perhatian lebih dari pembaca visual.

Misal :biru dan orange, merah dan hijau.

4. Warna Triad

Teori roda warna menjelaskan bagaimana warna-warna dasar mampu melahirkan berbagai warna baru disekitarnya. Terdapat sangat banyak sekali kombinasi warna selain dari warna-warna dasar untuk dapat membuat sebuah desain tampak unik dan berbeda.

2. Ruang pada Warna

Selain dapat mempengaruhi ruang dan bentuk, warna juga dapat mempengaruhi kesan yang disampaikan pada warna. Atau dapat juga

disebut sebagai respon naluri pada mata dalam menyikapi suatu kesan pada sebuah visual.

3 Kontras Warna

Kontras warna dapat dipengaruhi oleh warna-warna yang ada disekitarnya.

Teorinya sangat sederhana : Kontras = Gelap VS Terang.

4. Psikologi Warna

Warna dapat memberikan kesan serta mewakili karakter dan perasaan-perasaan tertentu. oleh sebab itu psikologi warna memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia desain.

5. Bidang Warna

Garis *Outline* pada sebuah bidang berfungsi sebagai pembatas warna agar tidak terlihat menyebar keselilingnya. Semakin tipis garis *outline* yang diberikan, maka semakin tersebar warna ke area luar bidang. Begitu pula sebaliknya.

6. Skema Warna

Skema warna adalah beberapa warna yang dikombinasikan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan nuansa tertentu. Istilah skema warna ini biasanya digunakan dalam dunia desain *interior*. Skema Warna dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Skema Warna komplementer

Skema warna komplementer atau kontras adalah suatu skema warna yang merupakan perpaduan antara dua warna yang terletak bersebrangan satu sama lain pada lingkaran warna. Skema warna komplementer atau kontras yang umum adalah perpaduan antara

satu warna primer dengan satu warna sekunder yang terletak bersebrangan.

2. Skema Warna Split Komplementer

Skema warna split komplementer adalah satu jenis skema warna yang didasari oleh skema warna komplementer yang sudah baku namun memiliki variasi yang berbeda. Split Komplementer adalah suatu skema warna yang menggunakan kombinasi dari satu warna yang dipadukan dengan dua warna lain yang letaknya berdekatan atau bersebelahan atau mengapit warna yang letaknya tepat bersebrangan dengan warna tersebut.

3.7 Teori Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain. *Tipografi* berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam desain, bisa dikatakan *tipografi* merupakan visual *language* atau bahasa yang dapat dilihat. Dianggap sebagai elemen pelengkap karena *tipografi* berfungsi untuk menjelaskan elemen desain yang lain seperti konsep dan ilustrasi dalam desain. *Tipografi* terdiri dari susunan huruf yang membentuk rangkaian kata. Berdasarkan garis besarnya jenis huruf dalam *tipografi* dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu *Blackletter*, *Serif* dan *Sans Serif*.

Blackletter, dikenal juga sebagai naskah *Gothic*, adalah jenis *typeface* dalam naskah yang digunakan di penjuru Eropa Barat, dari sekitar tahun 1150 sampai akhir abad ke-17. *Blackletter* terus digunakan dalam bahasa jerman sampai dengan abad ke-20. Fraktur adalah salah satu jenis naskah yang terkenal

dalam jenis ini, dan kadang-kadang seluruh keluarga *blackletter* disebut Fraktur. Kadang *blackletter* disebut *Old English*, tapi istilah ini bukan berarti *blackletter* adalah huruf yang digunakan dalam naskah literatur Inggris Kuno. Bahasa Inggris Kuno atau *Anglo-Saxon* yang jauh lebih tua beberapa abad dari naskah-naskah *blackletter*.

Serif, Jenis huruf *Serif* adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga *counterstroke*. *Counterstroke* inilah yang membuat jenis huruf *serif* lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks meskipun dalam komposisi teks yang panjang. Sangat cocok digunakan untuk teks konten atau isi. *Font Serif* cenderung digunakan untuk hal-hal yang bersifat formal. *Font Serif* sering sekali digunakan sebagai *body text* dan *headline*. Hal ini yang menyebabkan koran-koran memakai *Font Serif* untuk setiap artikelnya. Contoh font yang dapat dikelompokkan pada jenis huruf *serif* adalah : *Times New Roman*, *Garamond*, *Book Antiqua*, *Palatino Linotype*, *Bookman Old Style*, *Calisto MT*, *Dutch*, *Euro Roman*, *Georgia*, *Pan Roman*, *Romantic*, *Souvenir*, dan lain-lain.

Sans Serif, Jenis huruf *sans serif* adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih *modern*. Contoh *font* yang digolongkan kepada *sans serif* adalah : *Arial*, *Futura*, *Avant Garde*, *Bitstream Vera Sans*, *Century Gothic* dan lain sebagainya. Pada masa Revolusi Industri huruf ini hanya digunakan sebagai *display type* (huruf yang bentuk fisik dan ukurannya hanya layak digunakan untuk *headline*). Huruf ini merupakan simbolisasi penolakan terhadap gaya-gaya huruf lama *Blackletter* ataupun *Serif* yang dianggap tidak lagi mewakili semangat

modernisme. Melihat dari pertimbangan fungsional. Huruf *Sans Serif* dianggap sebagai pilihan sempurna karena lebih mudah dibaca.

Dalam dunia desain, *typography* terdiri dari berbagai macam jenis huruf. Tampilan fisik dari jenis-jenis huruf yang berbeda dan memiliki karakter masing-masing memiliki potensi dalam merefleksikan sebuah kesan. Jenis-jenis huruf tersebut digunakan sesuai dengan kebutuhan dan karakter dari sebuah desain. Adapula huruf-huruf yang khusus diciptakan untuk keperluan sebuah rancangan grafis, huruf ini di sebut dengan *custom typefaces*. (*Tipografi dalam Desain Grafis*. 2001:53-71)

