

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Pustaka

1. Ariyanto, B. A. (2023). Penelitian ini mengevaluasi Perancangan Ulang *user interface Website* Gereja Bethel Indonesia Miracle Service Cabang Khusus 5 menggunakan Metode *Design Thinking* di e-journal.uajy.ac.id. *Website* ini bernama *miracleservicejogja.org* dan memungkinkan jemaat dan orang umum mengakses berbagai informasi gereja, seperti jadwal ibadah, acara besar, dan aktivitas di luar ibadah, seperti seminar dan pendalaman alkitab. Metode yang diterapkan pada jurnal ini adalah metode *design thinking* yang terdiri dari proses *empathize, define, ideate, prototype, dan testing*. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bentuk *user interface* yang sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan *user*.
2. Wibowo, Muhammad Ridwan; Hari Setiaji;. (2020). Metode *Design Thinking* digunakan untuk merancang *website* Thriftdoor. Jurnal ini membahas tentang Jurnal ini membahas tentang Penelitian menggunakan metode *design thinking* untuk memudahkan pembuat keputusan, baik *developer* maupun desainer, dalam menghasilkan inovasi yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh calon *user*. Thriftdoor dibuat untuk menyelesaikan masalah yang terjadi dengan membuat *website* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Thriftdoor didirikan untuk membantu pemula yang ingin menjual barang bekas membuat prosesnya lebih mudah. Diharapkan dapat membangun konsep *startup* dengan menggunakan *metode design thinking*. Metode tersebut untuk membantu desainer membuat inovasi yang dapat menyelesaikan masalah pengguna / *user*.
3. Desti Samarena (2021). Gereja Menyikapi Arus Globalisasi Digital. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana gereja menyikapi fenomena globalisasi *digital* dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang gereja yang berkembang pada era globalisasi *digital* serta untuk menghasilkan solusi agar gereja bisa beradaptasi dengan globalisasi. Penggunaan data ilmiah didapat dari sumber-sumber terkait dengan penelitian. Tujuan dari studi ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kritis tentang tantangan yang dihadapi gereja dalam menghadapi fenomena globalisasi *digital*. Oleh karena itu, gereja dapat mengambil beberapa tindakan, salah satunya adalah meningkatkan kehadiran *digital* dengan membuat *website* yang sederhana dan mudah diakses, Kedua, strategi digital harus dimasukkan ke dalam praktik-pratik pelayanan gereja

2.2 Teori Utama

2.2.1 Desain User Interface Website

Website merupakan sekelompok halaman yang terkoneksi satu sama lain, memuat konten berfokus pada suatu topik tertentu, dan dapat diakses oleh masyarakat umum (Rustan, 2020). *Website* melibatkan sejumlah fungsi yang luas dan bervariasi, termasuk pengelolaan data, interaksi dengan pengguna, dan pemrosesan informasi. Dalam konteks pembahasan ini, *website* tidak hanya menjadi alat teknologi semata, tetapi juga menjadi elemen penting dalam mendukung keberhasilan suatu proyek *user interface website* untuk Sinode Gereja Kristen Oikoumene. Memahami esensi *website* sebagai alat lunak yang dapat menjalankan tugas yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan *user*.

Desain *user interface* merupakan bagian disiplin ilmu *Human Computer Interaction (HCI)* atau Interaksi Manusia Komputer (IMK), Prinsip utama dalam merancang kebutuhan *user* adalah sebagai berikut (Galitz, 2007) :

1. *Accessibility*. *User* harus bisa digunakan oleh semua *user*, terutama *user* dengan kebutuhan khusus.
2. *Aesthetically pleasing*. Penggunaan visual yang dapat menampilkan estetika yang baik agar menarik atensi atau perhatian *user*. Penggunaan desain yang kurang tepat dapat menyebabkan

kurangnya keterkaitan *user* serta informasi yang disampaikan kurang tersampaikan dengan baik.

3. *Availability*. Sistem harus selalu tersedia sehingga dapat diakses oleh *user* pada waktu kapanpun serta dalam urutan apapun sesuai kebutuhan *user*.
4. *Clarity*. Penampilan terkait visual harus ditampilkan secara jelas dan mudah dipahami oleh *user* agar konsep dan fungsinya tetap sesuai.
5. *Compatibility*. Desain *user interface interface* harus sesuai dengan kebutuhan dan kompetibel dengan *user*.
6. *Configurability*. *User* dapat menggunakan fitur personalisasi dan kustomisasi, agar dapat menyesuaikan pengaturan sesuai kebutuhan serta dapat menggunakan kontrol atas tampilan yang diinginkan.
7. *Consistency*. Konsistensi diperlukan dalam penggunaan *visual* sehingga mempermudah pemahaman *user* dalam menggunakan *user interface* secara keseluruhan.
8. *Control*. *user* menjalankan dan menggunakan sistem sesuai dengan keinginan *user*, dalam keadaan bahwa *user* tahu apa yang harus dilakukan dan tahu untuk melakukannya.
9. *Directness*. Perancang dapat langsung memasukan data, memilih objek, melakukan tindakan dan melihat hasil *user* secara langsung.
10. *Efficiency*. Untuk menciptakan UI yang efektif dan efisien serta mempercepat navigasi dan transisi antar sistem, prediksi pergerakan tangan dan mata pengguna/*user*.
11. *Familiarity*. Menggunakan *user interface* yang sesuai dengan kebiasaan *user* untuk memudahkan *user* dalam berinteraksi dengan *user interface* berdasarkan pengetahuan *user* tersebut.
12. *Flexibility*. Sistem yang dibuat dapat merespons kebutuhan berbagai macam *user* yang berbeda-beda.
13. *Forgiveness*. Menyadari bahwa *user* mungkin melakukan sebuah kesalahan, sistem dapat mengakomodasi kesalahan tersebut dan

mengurangi masalah dengan memberikan instruksi tentang cara memperbaikinya.

14. *Immersion. User Interface* yang berfokus pada kebutuhan user dan mengurangi aktivitas mereka sesaat untuk meningkatkan suatu kepuasan.
15. *Obviousness*. Elemen-elemen visual harus terlihat dan intuitif sehingga mudah dikenali oleh *user* sehingga *user* tidak menimbulkan hambatan dalam penggunaannya.
16. *Operability. User interface* harus yang dipakai harus nyaman di berbagai kondisi fisik.
17. *Perceptibility*. Tidak tergantung pada kemampuan sensorik, pengguna/*user* harus dapat memahami desain yang tersedia.
18. *Predictability*. Sebisa mungkin, sistem menggunakan pengalaman pengguna/*user* sebelumnya untuk memprediksi langkah selanjutnya dalam penggunaan UI.
19. *Recovery*. Pembatalan sebuah input yang dapat dilakukan oleh *user*.
20. *Responsiveness*. Memastikan bahwa *input* dari *user* dapat tersampaikan dengan respons yang baik.

Dalam membuat *website* penting untuk memperhatikan Desain *user interface interface* (UI) yang optimal. Desain (UI), yang termasuk dalam studi *Human Computer Interaction* (HCI) atau Interaksi Manusia Komputer (IMK), berfokus pada interaksi manusia dan komputer secara efisien. Prinsip-prinsip dasar dalam merancang (UI) mencakup aksesibilitas, estetika, ketersediaan, kejelasan, kompatibilitas, dan kemudahan konfigurasi. (UI) harus dapat diakses oleh semua pengguna termasuk mereka dengan kebutuhan khusus, serta memiliki desain *visual* yang menarik dan mudah dipahami. Konsistensi *visual* sangat penting agar *user* lebih mudah saat mengakses (UI) *Website* desain, sementara kontrol, *directness*, dan efisiensi memastikan operasi yang mudah dan cepat. Familiaritas dengan kehidupan nyata pengguna membantu dalam pemahaman, dan fleksibilitas memungkinkan sistem beradaptasi dengan berbagai pengguna. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, *website* dapat

memberikan pengalaman pengguna yang optimal, meningkatkan kepuasan dan efektivitas interaksi antara pengguna dan sistem.

2.2.1.1 Tipografi Desain *user interface*

Tipografi desain *user interface* menggabungkan seni dan teknik untuk membuat tampilan huruf dan teks agar mudah dibaca. Tipografi bertujuan untuk menghasilkan tampilan teks yang mudah dibaca, nyaman dan menarik bagi pembaca/*user*.

Berikut adalah elemen dasar dalam tipografi:

1. *Font* merupakan kumpulan huruf, angka, tanda baca dan simbol dengan berbagi bentuk dan karakter memiliki ukuran, ketebalan dan aspek visual lainnya.
2. Jenis *font* yang sama, seperti *Serif* dan *Sans Serif*, dikenal sebagai *typeface*. Dengan demikian, satu jenis huruf biasanya memiliki beberapa varian huruf.
3. Dalam teks, jarak antara huruf dan baris disebut jarak huruf dan baris. Kedua elemen ini memiliki dampak langsung terhadap penampilan dan kemampuan pembacaan teks.
4. Ketebalan, tinggi, dan ukuran *font* yang bervariasi dapat membantu desainer untuk menciptakan *user interface* dengan gaya dan nada emosional yang berbeda. Kombinasi yang sesuai dari atribut-atribut ini dapat meningkatkan keterbacaan dan memperkuat hierarki *visual*.

Cara menggunakan Tipografi dalam *User Design Interface*

1. Pemilihan *Font* yang tepat melibatkan pertimbangan faktor, seperti identitas produk, jenis atau layanan yang akan ditawarkan dan target dari *audiens*. Dengan mengubah ukuran *font* untuk judul, subjudul, dan isi teks, kita dapat meningkatkan keterbacaan teks dan menunjukkan seberapa penting masing-masing elemen tersebut.

Sebagai contoh, untuk desain yang ditujukan kepada merek dengan citra formal dan profesional, *font serif* yang elegan mungkin lebih cocok daripada *font* yang memiliki kesan lebih santai.

2. Faktor-faktor seperti desain, jenis media yang digunakan (cetak atau digital), dan preferensi *audiens* target menentukan ukuran *font* yang ideal.
3. Konsistensi dalam penggunaan tipografi, konsistensi memegang peranan penting dalam pembentukan desain tipografi yang serasi. Dengan konsistensi dalam tipografi, pengguna dapat lebih mudah berinteraksi dengan antarmuka dan mengerti informasi dengan cepat. Elemen teks, seperti ukuran, jenis *font*, warna, dan gaya teks yang tidak berbeda-beda, dapat memudahkan user.

2.2.1.2 User Centered Design

User Centered Design sebuah metode desain yang menempatkan *user* sebagai perhatian utama. Metode ini mendasarkan keputusan desain pada pengalaman pengguna yang diperoleh dari observasi. Proses perancangan (UI) mempertimbangkan fungsi, karakteristik *user*, tugas produk, dan alur kerja produk (Jesse, 2011)

2.2.1.3 Prototype

Prototype adalah model awal atau versi percobaan dari suatu produk yang sedang dikembangkan. Ini merupakan representasi awal, baik dalam bentuk fisik maupun digital, dari produk yang dirancang untuk menguji dan mengevaluasi fitur, fungsi dan desain sebelum diluncurkan secara resmi. *Prototype* dapat dibuat dengan berbagai cara, mulai dari sektesa, fisik hingga *digital*.

Prototype dalam sebuah konteks (UI) merupakan model atau contoh awal dari sebuah konsep atau produk yang digunakan untuk menguji atau memvalidasi asumsi desain sebelum pengembangan produk yang sebenarnya (Pratama & Suwarni, 2022). Pengembangan *prototype* (UI) merupakan langkah penting dalam memastikan kesesuaian antara desain dan kebutuhan *user* sebelum produk akhir dikerjakan.

2.2.1.4 Hover

Hover adalah teknik di mana menu *drop down* muncul dengan hanya memindahkan kursor ke *tab* menu tertentu, memperlihatkan beberapa sub-menu

yang bisa dipilih (Midtrans, 2021). Penggunaan *hover* memiliki keunggulan-keunggulan sebagai berikut:

1. Kemudahan: Pengguna tidak perlu banyak usaha untuk mengaktifkan menu *drop down*. Cukup dengan mengarahkan kursor, menu akan aktif.
2. Populeritas: Banyak *website* besar yang menggunakan teknik *hover* ini, sehingga pengguna *website* umumnya sudah terbiasa dengan cara ini.
3. Navigasi yang Cepat: Tanpa perlu melakukan klik, pengguna dapat lebih cepat mencapai menu yang diinginkan.

2.2.1.5 Website responsive design

Desain *website* responsif adalah teknik yang digunakan oleh desainer *website* untuk membuat *layout website* yang dapat menyesuaikan tampilan berdasarkan ukuran layar pengunjung. Fungsi dari desain *website* responsif ini adalah untuk memastikan bahwa elemen-elemen seperti ukuran huruf, antarmuka pengguna (UI), gambar, dan tata letak berubah sesuai dengan lebar layar dan resolusi perangkat yang digunakan, sehingga meningkatkan pengalaman dan kenyamanan pengguna (Team, 2024)

2.2.1.6 Design Thinking

Design Thinking menurut David Kelley dan Tim Brown adalah metode penyelesaian dari sebuah masalah yang berfokus pada *user*. Terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking* yaitu:

1. Empathize

Tahap awal dalam proses *design thinking* adalah *Empathize*. Pada fase ini, peneliti melakukan interaksi dengan *user* melalui wawancara, observasi langsung, atau studi kasus. Tujuannya adalah untuk menemukan masalah inti dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh *user*.

2. Define

Tahap kedua dalam *design thinking* adalah *define*. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan semua informasi yang telah diperoleh sebelumnya dan melakukan analisis untuk mengidentifikasi masalah inti yang perlu dipecahkan. Selama tahap ini, desainer dapat mengenali *user persona* yang

mewakili karakteristik dan perilaku *user*. Berdasarkan *user persona* yang telah ditetapkan, desainer dapat merancang sitemap untuk menentukan navigasi dan struktur halaman.

a) *User Persona*

User persona adalah gambaran mengenai *user* yang dapat membantu desainer memahami karakteristik, kebutuhan, dan perilaku *user*.

b) *Sitemap*

Sitemap adalah map atau peta yang membantu desainer dalam menyusun struktur halaman dan navigasi secara sistematis. *Sitemap* dapat diwujudkan dalam bentuk diagram atau *tabel* yang menghubungkan setiap halaman pada *website*.

3. *Ideate*

Ideate dalam *design thinking* melibatkan pembuatan ide-ide baru untuk mengatasi masalah yang sudah ada sebelumnya. Berbagai teknik seperti *brainstorming* digunakan untuk menghasilkan banyak ide, yang kemudian disaring oleh peneliti untuk memilih yang terbaik.

4. *Prototype*

Prototype digunakan untuk diuji untuk memperbaiki dan mengevaluasi ide baru, serta untuk mengidentifikasi masalah dalam setiap *prototype* yang dapat diperbaiki untuk menghasilkan produk yang lebih baik.

5. *Test*

Prototype diuji untuk mengevaluasi seberapa baik pengguna mengatasi masalah yang telah dianalisis pada tahap sebelumnya. Umpan balik dari pengujian memungkinkan penyesuaian dan penyempurnaan produk untuk memenuhi kebutuhan *user*.

2.2.2 Elemen Desain

Terdapat beberapa elemen *visual* yang harus dipahami dan diatur dengan baik dalam penataan supaya desain yang dihasilkan seimbang, menarik, dan mudah dipahami (Supriyono, 2010). Berikut adalah unsur elemen desain :

1. Garis

Garis mengacu pada sebuah pergerakan, garis lurus cenderung memberikan kesan formal dan kaku, sedangkan kesan lembut ada pada garis melengkung. Garis zig-zag memberikan kesan dinamis, sedangkan garis tidak beraturan memberikan kesan fleksibel. Hubungan antara garis dan halaman dapat ditampilkan dengan menggunakan jenis garis yang didasari oleh arah. perancang, garis dapat dirancang dan dibentuk dalam berbagai variasi, seperti putus-putus, gradasi, tebal-tipis dan lain-lainya.

2. Bidang

Bidang adalah elemen grafis yang didasari oleh bentuk seperti lingkaran, segitiga, persegi, setengah lingkaran, dan lainnya. Bentuk yang tidak teratur juga termasuk sebagai salah satu jenis bidang.

3. Warna

Warna adalah elemen grafis yang sangat dominan. Warna juga merupakan elemen visual menarik perhatian *user*. penting untuk memperhatikan komposisi agar citra merek tidak terganggu. Warna-warna lembut dapat memberikan kesan tenang, sementara warna-warna yang cerah dan berbeda menciptakan kesan dinamis dan meriah. Untuk memahami warna, ada tiga dimensi: *hue*, *value*, dan *intensity*. Warna disebut dengan namanya, seperti merah, kuning, hijau dan lain-lain. *Value* mengacu pada tingkat kecerahan atau kegelapan warna, dan *intensity* mengacu pada tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

4. Gelap – terang

Variasi nilai pada warna disebut sebagai gelap-terang. *Value* Kontras relatif dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang dan faktor elemen di sekitarnya. Kontras *value* dalam desain komunikasi visual untuk menciptakan citra dan menonjolkan pesan informasi.

5. Tekstur

Istilah tekstur digunakan untuk menggambarkan kualitas permukaan dari material seperti kain, kayu, atau kertas. Dua jenis tekstur yang dikenal dalam seni dikenal sebagai tekstur *visual* dan tekstur *tactile*. Tekstur *tactile* adalah tekstur yang dapat dirasakan secara langsung dengan sentuhan, sedangkan tekstur visual adalah ilusi yang membuat tekstur terlihat seperti nyata.

6. Ukuran

Ukuran adalah elemen visual penting yang harus diperhatikan agar desain komunikasi visual memiliki tingkat keterbacaan yang optimal. Pemilihan ukuran huruf untuk judul, sub judul, dan teks harus dilakukan dengan cermat. Hal ini juga berlaku untuk foto, di mana perbedaan ukuran yang proporsional dapat membantu pembaca mengidentifikasi informasi yang harus diprioritaskan. Oleh karena itu, menetapkan hierarki visual menjadi penting, dimulai dari yang paling penting, penting, hingga yang kurang penting.

Dalam membuat *website* yang baik, beberapa elemen *visual* harus diatur dengan baik agar desainnya seimbang, menarik, dan mudah dipahami. Garis dapat memberikan berbagai kesan, seperti formal dengan garis lurus atau lembut dengan garis lengkung. Bidang mencakup bentuk geometris dan tidak beraturan, dengan kesan formal atau dinamis tergantung bentuknya. Warna sangat kuat dalam menarik perhatian dan menciptakan kesan, seperti tenang dengan warna dingin atau dinamis dengan warna panas. Gelap-terang atau kontras digunakan untuk menonjolkan pesan dan menciptakan citra, dengan kontras tinggi memberikan kesan dinamis dan kontras rendah memberikan kesan tenang. Tekstur, baik nyata (*tactile*) maupun ilusi (*visual*), menambah kualitas permukaan. Ukuran elemen *visual* seperti huruf dan gambar perlu diperhitungkan dengan tepat untuk memastikan kemudahan baca

dan hierarki *visual* yang jelas. Dengan memahami dan mengatur elemen-elemen ini *website* dapat menjadi lebih efektif dalam menyampaikan informasi.

2.2.2.1 Tipografi

Tipografi melibatkan semua hal tentang huruf, dengan tujuan penting menyampaikan informasi agar pembaca merasa nyaman saat membaca atau melihat teks tersebut (Rustan, 2023). Tipografi dibagi dalam beberapa jenis:

1. *Serif*: Jenis tipografi ini memiliki garis tambahan pada ujung huruf yang disebut *serif*. Penggunaan *serif* memberikan kesan klasik dan formal pada desain
2. *Sans-serif*: Jenis tipografi ini tidak memiliki *serif* pada ujung huruf. Penggunaan *sans-serif* memberikan kesan modern dan minimalis pada desain.
3. *Script*: Jenis tipografi ini menyerupai tulisan tangan dan memberikan kesan elegan dan feminin pada desain.
4. *Display*: Jenis tipografi ini memiliki bentuk yang unik dan menarik perhatian. Biasanya digunakan untuk judul atau teks yang ingin disorot pada desain.
5. *Monospace*: Jenis tipografi ini memiliki lebar karakter yang sama untuk setiap huruf. *Monospace* sering digunakan untuk kode atau teks yang memerlukan penataan yang rapi.
6. *Old Style*: Jenis tipografi ini bergaya romawi dan berbentuk lebih bulat dan halus. *Old Style* memberikan kesan klasik dan elegan pada desain.
7. *Modern*: Jenis tipografi ini memiliki bentuk yang lebih tajam dan geometris. *Modern* memberikan kesan kontemporer dan elegan pada desain.
8. *Slab Serif*: Jenis tipografi ini memiliki *serif* yang lebih tebal dan menonjol. *Slab Serif* memberikan kesan kuat dan maskulin pada desain.

2.2.2.2 Layout

Layout merupakan penataan elemen dalam suatu ruang untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan. Fungsinya adalah memengaruhi cara *audiens*

mempersiapkan konten yang dibuatnya. Untuk mencapai tata letak yang efektif, penting untuk menerapkan prinsip-prinsip tata letak (Rustan, 2009). Prinsip *layout* merupakan prinsip desain umum yang lebih difokuskan pada penyusunan tata letak konten. Prinsip tata letak pada dasarnya, mencerminkan gagasan atau pesan yang ingin disampaikan oleh desainer kepada *user*. Prinsip ini berkembang dari pengolahan ciri-ciri elemen-elemen desain. Prinsip tata letak ini bersifat umum dan berlaku untuk berbagai media, termasuk media cetak dan *platform digital* seperti *Website*. Prinsip *layout* antara lain : *Emphasis* atau penekanan, *Sequence* atau urutan perhatian, *Contrast* atau berlawanan, *Balance* atau keseimbangan, *Unity* atau kesatuan.

1. *Emphasis* (Penekanan)

Penekanan adalah pemberian penegasan *visual* yang kuat pada area tertentu dalam suatu tata letak (Rustan, 2009). Dalam konteks ini, "berat *visual*" tidak mengacu pada berat fisik yang dapat diukur, melainkan pada pengaruh abstrak yang muncul dalam persepsi manusia. Misalnya, teks yang lebih besar akan menarik lebih banyak perhatian dan meninggalkan kesan *visual* yang lebih jelas. Memperbesar ukuran teks ini merupakan contoh dari penekanan atau *emphasis*. Penekanan tidak selalu berasal dari perbedaan yang mencolok, melainkan dapat dicapai melalui variasi warna, ketebalan, tingkat kegelapan, dan sebagainya.

2. *Sequence* (Urutan Perhatian)

sequence merujuk pada urutan atau arah perhatian audiens dari satu area ke area lain dalam suatu tata letak. *Sequence* ini terbentuk melalui penggunaan penekanan tertentu pada elemen *visual* yang ada dalam suatu tata letak (Rustan, 2009).

3. *Contrast* (Berlawanan)

Kontras merujuk pada perbedaan atau keberlawanan antara dua elemen atau kelompok elemen yang berbeda satu sama lain (Rustan, 2009).

4. *Balance* (Keseimbangan)

Prinsip *balance* digunakan untuk menempatkan berat *visual* dari elemen desain dalam suatu tata letak guna mencapai tampilan yang estetis. *Balance* atau keseimbangan merujuk pada kesan seimbang dari berat *visual* elemen-elemen dalam suatu bidang *layout*. Terdapat dua jenis keseimbangan dalam tata letak yaitu keseimbangan simetris menciptakan cerminan elemennya sehingga menampilkan tampilan yang sama di kedua sisinya. Sementara keseimbangan asimetris menciptakan keseimbangan yang tidak persis sama namun tetap memberikan kesan seimbang (Rustan, 2009).

5. *Unity* (Kesatuan)

Unity merujuk pada kesan satu kesatuan atau harmoni dari seluruh elemen yang saling mendukung untuk menyampaikan pesan yang utuh kepada *audiens*. Keselarasan ini mencakup berbagai level, mulai dari bentuk, konten, hingga konteksnya. Kesatuan dalam bentuk terwujud ketika elemen *visual* dalam konten memiliki keselarasan. Kesatuan dalam konten muncul ketika *visualisasi* atau bentuk sesuai dengan pesan yang hendak disampaikan. Sementara itu, kesatuan dalam konteks terjadi ketika bentuk atau *visualisasi* bersesuaian dengan konten pesan dan tujuan yang ingin dicapai (Rustan, 2009).

Dalam membuat *website* yang terbaik, beberapa prinsip desain harus diperhatikan. Penekanan (*emphasis*) adalah pemberian penegasan *visual* yang kuat pada area tertentu untuk menarik perhatian, misalnya dengan memperbesar ukuran teks atau menggunakan variasi warna. Urutan perhatian (*sequence*) mengacu pada bagaimana perhatian audiens diarahkan dari satu elemen ke elemen lain dalam tata letak, sering kali melalui penggunaan penekanan tertentu. Kontras (*contrast*) merujuk pada perbedaan antara elemen-elemen yang berbeda untuk menciptakan daya tarik

visual. Keseimbangan (*balance*) adalah penempatan berat *visual* elemen-elemen desain untuk mencapai tampilan estetis yang seimbang, baik melalui keseimbangan simetris maupun asimetris. Terakhir, kesatuan (*unity*) menciptakan harmoni antara seluruh elemen *visual*, memastikan mereka bekerja bersama untuk menyampaikan pesan yang utuh dan konsisten kepada audiens. Dengan memperhatikan prinsip-prinsip ini, *website* bisa menjadi lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi.

2.2.2.3 Ikon

Ikon merupakan simbol yang menyerupai objek yang mewakilinya. Ikon umumnya dibentuk dari bentuk-bentuk sederhana yang merepresentasikan informasi tertentu. Berikut beberapa jenis-jenis ikon (Meliana, 2023).

1. *Outline icon*

Outline icon adalah salah satu jenis ikon yang sering ditemui dan dikenal luas. Ikon ini juga sering disebut sebagai ikon garis karena terdiri dari garis-garis stroke pada bentuk ikon. Umumnya, ikon garis menggunakan palet warna monokrom, menciptakan kesan desain yang bersih dan modern pada penggunaan ikon tersebut.

2. *Glyph/Filled icon*

Berlawanan dengan ikon garis, memiliki bentuk yang tebal dan menggunakan warna solid untuk melengkapi bentuknya. Dengan mengisi warna pada siluet ikonnya, *Filled icon* memanfaatkan *white space* untuk memberikan bentuk ikon yang lebih jelas.

3. *Flat icon*

Flat icon dalam penggunaan lebih dari satu warna pada sebuah ikon adalah salah satu cara untuk membedakan jenis ikon ini. Warna yang digunakan biasanya data atau solid untuk memberikan kesan modern, tetapi variasi warna yang beragam membuatnya lebih menarik.

2.2.2.4 Grid

Grid adalah struktur panduan untuk menempatkan elemen-elemen konten, Berikut jenis *layout* berdasarkan konstruksi *Grid* (Rustan, Suriyanto, 2020), yaitu:

1. *Coloumn Grid*

Coloumn Grid adalah susunan *layout* yang terdiri dari kolom-kolom vertikal. Kolom-kolom ini membagi konten atau informasi menjadi bagian-bagian kecil agar lebih mudah dipahami oleh *user*.

2. *Modular Grid*

Modular Grid adalah susunan *layout* yang terdiri dari kolom-kolom vertikal dan horizontal. Pertemuan kolom vertikal dan horizontal ini membentuk kotak-kotak yang disebut Modul. Setiap modul dapat diisi dengan elemen konten yang berbeda.

- 3. *Hybrid/Compound Grid*

Hybrid/Compound Grid adalah gabungan dari berbagai sistem *Grid* yang berbeda dalam satu halaman atau 1 bagian. *Hybrid* dapat berupa kombinasi beberapa *Coloumn Grid*, beberapa *Modular Grid*, atau bahkan kombinasi *Coloumn dan Modular*.

2.3 Teori Pendukung

2.3.1 Gereja

Dua definisi kata gereja ditemukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. gereja berfungsi sebagai tempat beribadah. Yang kedua adalah gereja sebagai organisasi yang menghimpun semua orang kristen yang berbagai kepercayaan, ajaran, dan praktik ibadah yang sama, seperti Kristen Katolik, Kristen Protestan, dan lainnya. (J.S Badudu & Zain, 1996).

2.3.2 Sinode Gereja

Sinode dalam gereja umumnya merujuk pada pertemuan atau majelis dari para pemimpin gereja, seperti uskup, pendeta, atau penatua, untuk membahas berbagai masalah keagamaan, doktrin, tata ibadah, dan hal-hal berkaitan dengan pelayanan gereja (Eleazar, 2021).

2.3.3 Oikoumene

Konsep 'Oikoumene' dalam Yohanes 17:1-26 menggambarkan persatuan di dalam denominasi, integrasi dalam struktur gereja, harmoni dalam tata ibadah, dan kesatuan dalam bentuk gereja.

2.3.4 Media Gereja

Media gereja mengacu pada berbagai *platform digital* yang digunakan oleh gereja untuk menyebarkan informasi, berkomunikasi dengan jemaat, dan melaksanakan pelayanan pastoral. Ini mencakup penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan *website*, serta aplikasi video *conferencing* seperti Zoom dan Google meet dan aplikasi lainnya. Media ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan gereja, ringkasan khotbah, jadwal ibadah, layanan pastoral, dan konten lainnya yang relevan dengan komunitas gereja. Dengan demikian, gereja dapat tetap relevan dan efektif dalam era digital ini dengan mengintegrasikan teknologi dalam pelayanannya dan tetap fokus pada misi intinya untuk melayani dan membangun komunitas iman (Tari, 2020).

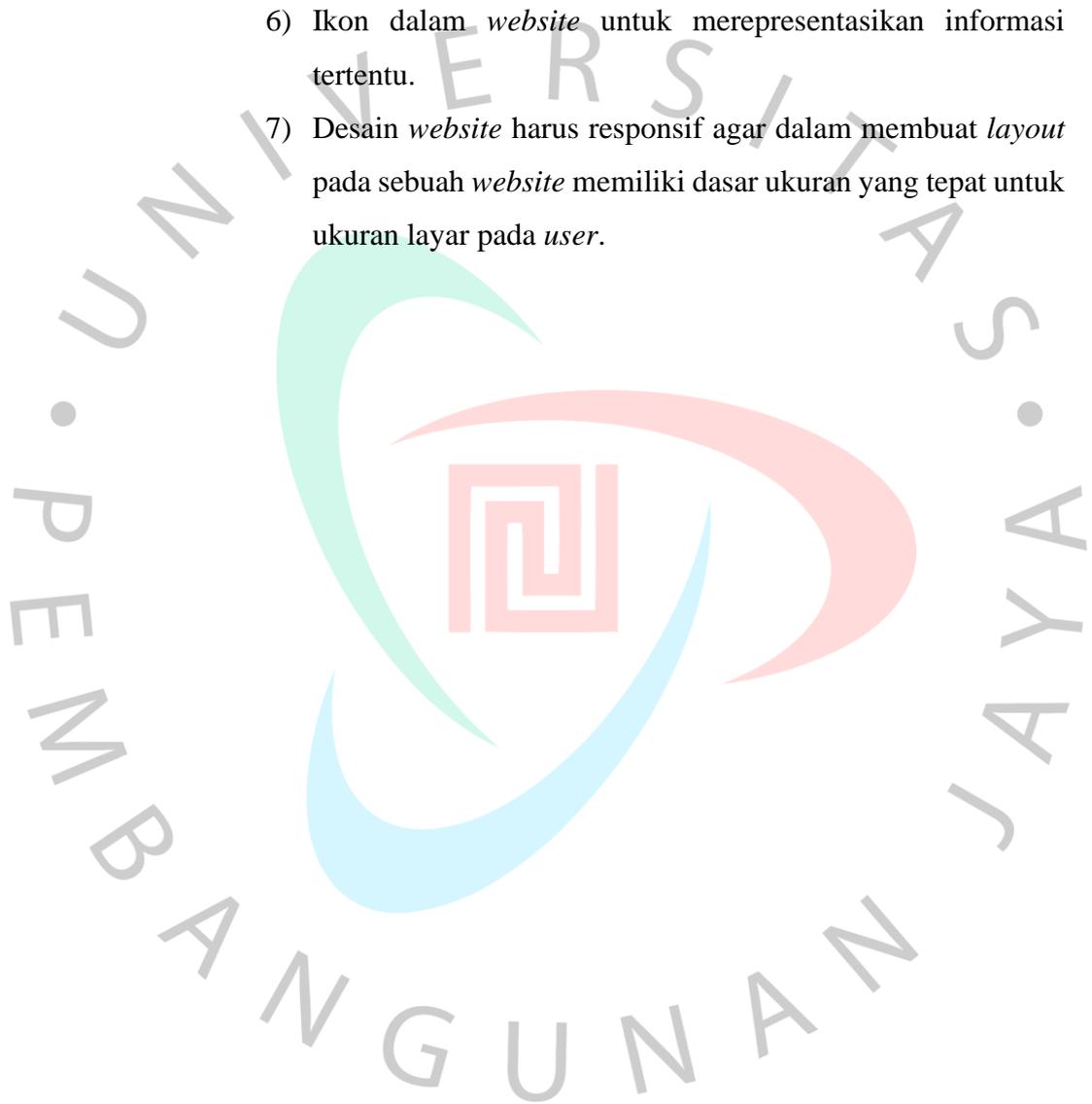
2.4 Ringkasan Kesimpulan Teori

Website merupakan kumpulan halaman *website* yang saling terhubung, menghadirkan konten yang berfokus pada topik tertentu, dan dapat diakses oleh masyarakat umum. Proses pembuatan *website* harus memperhatikan beberapa aspek penting seperti :

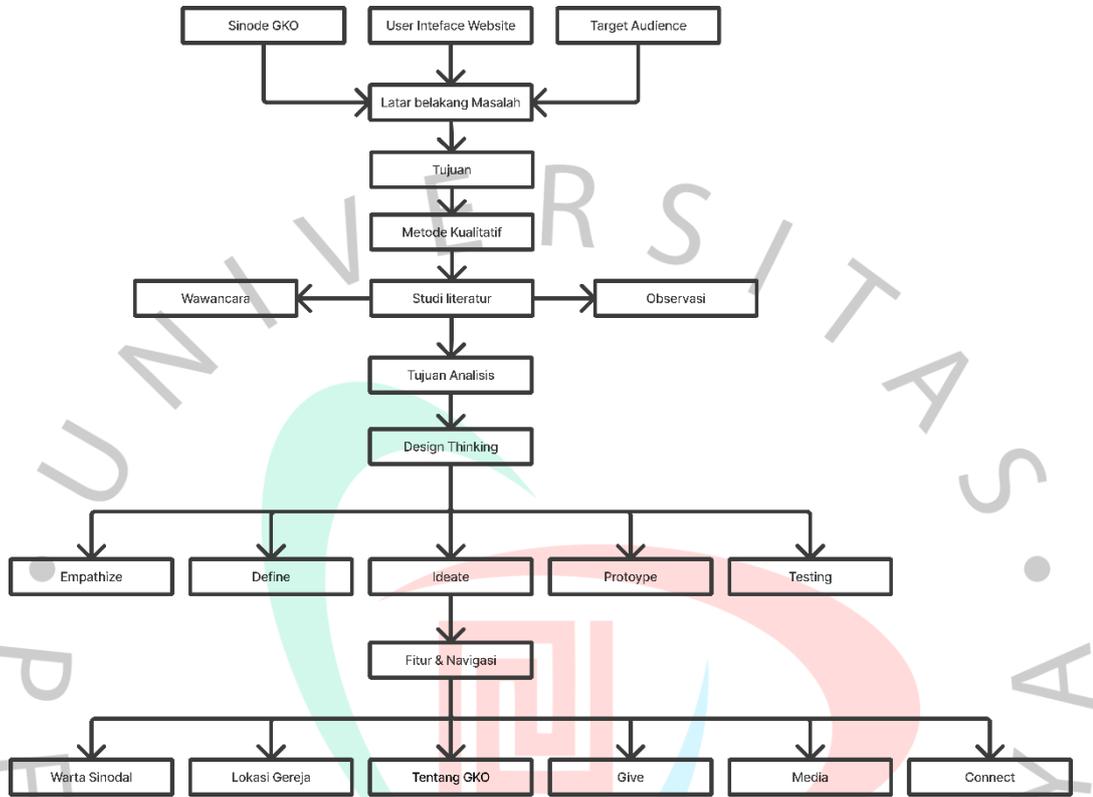
- 1) Desain *user interface* pada *website* harus memberikan pengalaman pada *user* dan meningkatkan kepuasan dan efektivitas interaksi antara *user* dan sistem
- 2) Elemen desain diperlukan untuk mengatur desain *website* agar mudah dipahami.
- 3) *Layout* pada *website* harus memiliki *emphasis*, *sequence*, *contrast*, *balance*, *unity* agar *website* menjadi lebih efektif dalam menyampaikan informasi.
- 4) Tipografi digunakan pada *website* untuk mengatur tampilan huruf-huruf sehingga seluruh teks menjadi mudah dibaca.

Tipografi bertujuan untuk membuat tampilan yang nyaman untuk dibaca, mudah dipahami, dan menarik bagi *user*

- 5) *Design thinking* dalam *website* untuk menjawab permasalahan yang ada seperti: *empathize*, *define*, *user persona* dan *sitemap*.
- 6) Ikon dalam *website* untuk merepresentasikan informasi tertentu.
- 7) Desain *website* harus responsif agar dalam membuat *layout* pada sebuah *website* memiliki dasar ukuran yang tepat untuk ukuran layar pada *user*.



2.5 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangkan berpikir