

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Pustaka

Perancangan antarmuka *website* portal berita mengenai *streetwear* dalam negeri ini berguna sebagai ajang promosi untuk perkembangan *streetwear fashion* merek lokal agar lebih diminati lagi oleh Masyarakat Indonesia terutama remaja umur 17-24 tahun. Rancangan antarmuka dalam setiap pembuatan *website* ini harus diperhatikan, karena antarmuka sebuah *website* harus mempermudah seorang pengguna saat mengakses sebuah *website*. Sebuah *website* yang memiliki antarmuka yang interaktif dan mudah digunakan merupakan visi keberhasilan sebuah program. Jika program tersebut memiliki antarmuka mudah digunakan saat diakses akan menghasilkan manfaat bagi pengguna saat mencari informasi pada suatu *website*. Hal tersebut akan menjadikan sebuah tujuan penelitian ini semakin dekat terhadap pencapaian keberhasilan. Penelitian tugas akhir dibuat karena masyarakat terutama remaja umur 17-24 tahun di Pengguna di Indonesia cenderung lebih memilih produk luar negeri daripada produk lokal, beberapa artikel yang mengacu kepada permasalahan diatas:

- a. Nadia, Ambaranie. (2015). Kompas.com. Masyarakat Lebih Menyukai Produk Import karena Gengsi.
Artikel ini membahas tentang Masyarakat yang lebih menyukai produk import karena lebih baik dari segi bahan, pasar penjualannya. Hal tersebut membuat Masyarakat lebih memilih produk luar negeri.
- b. Nouval, Fahmi. (2023). Kompasiana.com. Mengapa Orang Indonesia Lebih Menyukai Produk Luar Negeri: Sebuah Kajian.
Artikel ini membahas tentang anak muda yang lebih mencintai produk luar negeri karena dengan memakai produk import yang bernilai tinggi akan menaikkan status ekonomi yang akan dilihat tinggi.
- c. Rahman, Arief. (2023). Liputan6.com. Banyak UMKM Bangkrut Akibat Kalah Saing Produk Import.

Artikel ini membahas tentang banyaknya UMKM yang bangkrut diakibatkan kalah saing dengan produk import dikarenakan masalah harga. Harga pada produk import sangat murah dan UMKM pun menjadi kalah saing dalam harga. Hal tersebut menyebabkan penurunan pada penjualan produk yang mengakibatkan bangkrutnya UMKM.

- d. Yulistara, Arina. (2023). Cnbcindonesia.com. 60% Orang Indonesia Pilih Beli Produk Asing Ketimbang Lokal.

Artikel ini membahas tentang orang Indonesia lebih memilih untuk membeli produk asing dikarenakan produk asing dari sisi industri, kualitas, maupun tren lebih unggul.

- e. Dewi, Fransiska. (2023). Kompas.id. Tragedi Kalah Saing Melawan Pakaian Bekas Import.

Artikel ini membahas tentang tren atau meningkatnya pakaian bekas import di kalangan Masyarakat Indonesia. Hal tersebut membuat kalahnya produk Indonesia dikarenakan pakaian bekas import ini banyak sekali *brand-brand* besar yang sudah mendunia dan harga dari produknya pun terjangkau yang membuat kalah saingnya produk dalam negeri.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Fashion

Fashion merupakan segala sesuatu yang digunakan/ dikenakan pada tubuh, sehingga tubuh terhindar dari panas maupun dingin suhu bumi ataupun sebagai benda yang mempercantik tubuh. Fashion bukan hanya baju saja, tetapi melingkup semua yang dipakai oleh tubuh, seperti celana, jaket, dll.

Menurut Para Ahli :

- a) Lipovetski

Fashion adalah perubahan yang cepat seiring berjalannya waktu, yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan individualitas mereka melalui pilihan busana.

- b) Polhemus dan Procter

Fashion digunakan sebagai istilah yang sama atau setara dengan dandanan, pakaian, dan gaya dalam masyarakat.

c) Soekanto

Fashion merujuk pada gaya atau mode yang sifatnya sementara, yang dapat mencakup gaya bahasa, perilaku, dan minat.

2.2.2 Streetwear

Streetwear merupakan bagian dari gaya berpakaian. *Streetwear Style*: cara berpakaian yang umumnya dipraktikkan oleh generasi muda dan memiliki hubungan yang erat dengan budaya jalanan (Alief Feisol et al., 2018). *Streetwear* merupakan gaya berpakaian yang biasa digunakan oleh anak-anak Hip-hop, komunitas Skateboard, ataupun budaya jalanan lainnya. *Streetwear* bisa dikatakan tren yang muncul dari meningkatnya gaya dari kehidupan jalanan. Kehidupan jalanan ini mengambil dari komunitas-komunitas jalanan seperti punk, hip-hop, BMX, maupun *skateboard*. Budaya jalanan saat ini sedang tren sekali, sehingga menjadikan sebuah budaya yang akhirnya menjadikan identitas didalam gaya berpakaian.

2.2.3 Media Promosi

Media promosi adalah jenis media yang pakai menjadi media memasarkan barang ataupun jasa melalui individu atau komunitas.

- Menurut buku "Kewirausahaan" (2022) oleh Fibria Anggraini dan rekan-rekan, Media Promosi merujuk pada serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk mengomunikasikan manfaat produk kepada konsumen.
- Menurut Salmiah dan rekan-rekan dalam buku "Online Marketing" (2020), Media Promosi adalah jenis media yang digunakan untuk mempromosikan produk.

2.2.4 Website

Penulis merancang tugas akhir ini berbasis website. Website disini berbentuk sebagai portal berita yang konten dari portal ini, ialah sebagai media promosi dari perkembangan *Streetwear* di Indonesia itu sendiri. Hal tersebut dilakukan agar produk lokal menjadi lebih berkembang, dan Masyarakat Indonesia yang masih terbilang kurangnya peminat terhadap merek lokal akan semakin berkembang banyak yang menyukainya.

Website merupakan sebuah platform yang berisikan dari beberapa file dengan konten suatu hal sebagai media informasi.

Pengertian Website menurut para ahli :

- Lukmanul Hakim
Situs web adalah layanan online yang menghubungkan dokumen baik dalam negeri maupun global. Dokumen dalam suatu situs web disebut halaman web, dan tautan di dalamnya memungkinkan pengguna berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya (hiperteks), baik di server yang sama maupun di server di seluruh dunia. Halaman-halaman ini dapat digunakan dan dibaca menggunakan browser seperti Google Chrome, Mozilla Firefox dan lain-lain.

Jenis dari Website:

- Search Engine
Suatu program yang terdiri dari beberapa daftar situs web yang tersedia secara global, setelah itu memaparkan daftar indeks tersebut berdasarkan kata kunci atau "*keywords*" yang dicari oleh pengguna.
- Web Portal
Selain memaparkan informasi dari pihak luar, web portal menyajikan berbagai informasi dari banyak pihak untuk pengguna.
- Portal Berita dan Informasi
Adalah situs penyedia berita untuk diakses oleh pengunjung. Konten situs ini mencakup opini dan komentar mengenai banyak perihal. Contoh situs ialah liputan6.
- Media Sharing

Media ini dirancang agar memungkinkan pengguna untuk mengirim media (foto, musik, dll), sehingga dapat diakses dengan orang lain.

2.2.5 Rancangan Antarmuka (UI)

Rancangan antarmuka adalah cara komunikasi antara pemakai program dan sistem dalam sebuah program. Prosedur tersebut dirancang untuk melengkapi keinginan pemakai program dari *software*. Rancangan antarmuka memiliki aspek-aspek seperti desain visual, penggunaan warna, animasi, dan cara interaksi program dengan penggunanya (Hidayatulah Himawan, Mangaras Yanu F., 2020).

2.2.6 Prinsip Desain

1. Kesatuan atau Unity dalam prinsip desain merujuk pada penciptaan keseimbangan dan keterhubungan antara elemen-elemen visual dalam suatu karya. Ini melibatkan penggabungan berbagai elemen desain, seperti warna, bentuk, teks, dan gambar, sehingga menciptakan kesan kesatuan yang koheren. Kesatuan dalam desain berusaha untuk menciptakan tampilan yang menyatu secara visual, di mana elemen-elemen saling mendukung dan berinteraksi dengan harmonis. Kesatuan atau Unity dalam prinsip desain merujuk pada penciptaan keseimbangan dan keterhubungan antara elemen-elemen visual dalam suatu karya. Ini melibatkan penggabungan berbagai elemen desain, seperti warna, bentuk, teks, dan gambar, sehingga menciptakan kesan kesatuan yang koheren. Kesatuan dalam desain berusaha untuk menciptakan tampilan yang menyatu secara visual, di mana elemen-elemen saling mendukung dan berinteraksi dengan harmonis.
2. Proporsi Dalam konteks prinsip desain, proporsi mengacu pada hubungan atau perbandingan ukuran atau skala, bentuk, dan distribusi elemen-elemen dalam suatu karya desain. Proporsi menciptakan keseimbangan visual dan keharmonisan antara elemen-elemen tersebut. Prinsip ini membantu menciptakan ketertiban dan estetika yang menyenangkan bagi mata pemirsa.
3. Keseimbangan dalam prinsip desain merujuk pada distribusi visual berat atau elemen-elemen desain dalam suatu karya secara proporsional sehingga

menciptakan kesan harmonis. Terdapat dua jenis keseimbangan, yaitu keseimbangan simetris, di mana elemen-elemen sejajar, dan keseimbangan asimetris, di mana elemen-elemen yang berbeda tetapi memiliki berat visual yang setara.

4. Kontras dalam prinsip desain melibatkan perbedaan yang signifikan antara elemen-elemen visual, seperti warna, ukuran, bentuk, atau tekstur, dalam suatu karya. Perbedaan ini menciptakan ketegangan visual dan menarik perhatian, memungkinkan elemen-elemen berbeda untuk muncul lebih jelas dan menonjol. Tujuan dari penggunaan kontras dalam desain adalah untuk menekankan perbedaan dan menciptakan fokus visual.
5. Penekanan atau emphasize adalah prinsip desain yang melibatkan penonjolan tau pemberian penekanan khusus pada suatu elemen atau area dalam karya. Ini dapat dicapai melalui penggunaan elemen visual seperti warna, ukuran, kontras, atau penempatan strategis untuk membedakan elemen yang ingin ditekankan dari yang lain. Tujuan dari penekanan dalam desain adalah untuk menarik perhatian pemirsa pada elemen tau informasi tertentu yang dianggap paling penting atau signifikan. Hal ini membantu menciptakan hierarki visual dan memandu pemirsa untuk fokus pada pesan utama tau tujuan komunikasi.
6. Harmoni warna adalah penciptaan kombinasi warna yang seimbang dan estetis dalam suatu desain. Ini melibatkan pemilihan dan penataan warna sedemikian rupa sehingga menciptakan tampilan yang menyatu dan enak dilihat.
7. Ritme dalam prinsip desain mencakup pengulangan elemen-elemen visual tertentu dalam suatu karya untuk menciptakan kesan pergerakan, pola, atau aliran. Ini melibatkan pengaturan elemen-elemen tersebut secara berulang-ulang, baik itu warna, bentuk, garis, atau tekstur, untuk menciptakan tampilan yang kohesif dan dinamis.

2.2.7 Warna

Menurut Riadi (2020), warna adalah hasil dari fenomena alam yang terjadi karena interaksi antara cahaya, objek, dan pengamat (mata atau alat pengukur). Hasil dari fenomena ini adalah kesan cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda

tersebut, yang pada gilirannya menciptakan spektrum warna berdasarkan pengalaman dari indra penglihatan. Dalam pandangan Sayono, yang juga dikutip oleh (Riadi, 2020), Warna memiliki definisi yang berbeda baik secara fisik maupun psikologis. Secara fisik, warna adalah ciri spesifik dari pancaran cahaya, sementara dalam segi psikologis, warna merupakan elemen dari kegiatan penampakan sesuatu. Secara keseluruhan, warna menjadi unsur yang sangat signifikan dalam desain grafis karena dapat mempengaruhi psikologis dan pengalaman visual. Sejalan dengan hal tersebut, (Subari, 2022) menyajikan beberapa kegunaan warna.

- a. Fungsi estetika warna melibatkan kemampuannya sebagai pembangkit rasa keindahan.
- b. Fungsi isyarat warna dapat menampilkan petunjuk tentang sifat atau keadaan; sebagai contoh, warna merah dengan mudah menarik perhatian.
- c. Fungsi psikologis warna dapat menciptakan kesan perasaan tertentu, seperti warna abu-abu atau hijau yang dapat menampilkan kesan ketenangan.
- d. Fungsi alamiah warna mencerminkan properti objek secara nyata dan merupakan gambaran sifat alami dari benda tersebut.
- e. Fungsi identitas atau pengenal warna dapat digunakan untuk memudahkan pengenalan terhadap kelompok, organisasi, atau perusahaan, misalnya melalui warna seragam, bendera, atau logo.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan di Infinita Center pada Senin, 27 November 2023, oleh Ibu Joan Mareti Gading, seorang spesialis pendidikan khusus, konselor, terapis untuk individu dengan kebutuhan khusus, dan CEO & pendiri Infinita Center, disebutkan bahwa tidak ada ketentuan warna tertentu yang khusus untuk anak-anak dengan autisme. Setiap anak dengan autisme memiliki preferensi warna yang berbeda-beda. Meskipun demikian, dalam kasus anak-anak berusia 3-5 tahun dengan autisme, disarankan untuk menggunakan warna dasar, tone pelangi, dan warna pink.

2.2.8 Layout

Tata letak atau layout adalah susunan elemen-elemen komunikasi grafis seperti gambar, teks, dan bidang yang diatur sedemikian rupa untuk menyusun komposisi visual yang tidak hanya menarik secara estetis tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan secara jelas dan tepat kepada audiens (Subari, 2022).

Tata letak mempunyai beberapa aspek yang berbeda pada ruang desain. Aspek utama yang mendukung tata letak atau layout antara lain:

Teks

Teks adalah bagian dari elemen yang mencakup judul dan isi paragraf. Penyusunan teks harus dilakukan dengan teratur dan jelas agar pesan dapat dipahami dengan mudah (Setiyaningsih, 2023).

Gambar

Gambar terdiri dari foto dan elemen visual lainnya seperti ilustrasi yang berperan sebagai pendukung dalam menggambarkan pesan yang disampaikan oleh teks. Elemen gambar dapat meningkatkan perasaan atau emosi dari para pembaca (Setiyaningsih, 2023).

Garis

Sebagai pembagi dan pengatur elemen-elemen dalam *layout* serta menampilkan penekanan pada teks. (Setiyaningsih, 2023)

Bentuk

Bentuk-bentuk seperti lingkaran, persegi panjang, dan bentuk lainnya dapat menambah kekayaan kreatif dalam desain tata letak dan menciptakan kesan-kesan khusus (Setiyaningsih, 2023).

White Space atau Ruang Kosong

Ruang kosong adalah area tambahan di antara elemen-elemen dalam tata letak. Komponen ini penting karena membantu menyoroti atau menonjolkan objek

tertentu agar pengguna dapat dengan jelas melihat dan memahami isi desain (Setiyaningsih, 2023).

Elemen-elemen ini berperan sebagai pendukung dalam merancang tata letak yang terstruktur dengan baik dan mudah dipahami oleh audiens, yang memfasilitasi mereka dalam memahami informasi yang terkandung di dalamnya (Setiyaningsih, 2023).

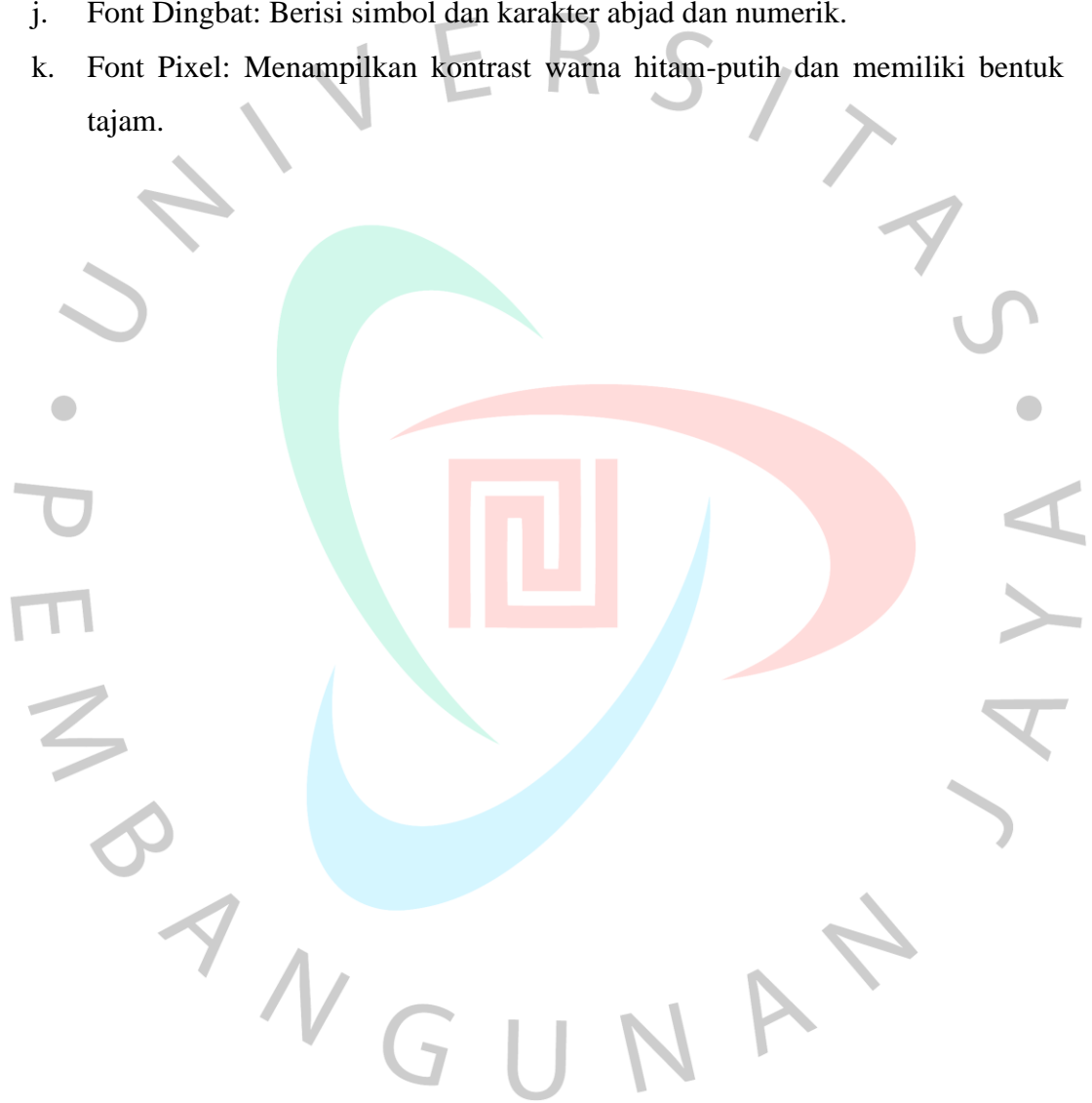
2.2.9 Tipography

Dikutip dari (Sihombing, 2001) dalam karyanya "Tipografi dalam Desain Grafis," dijelaskan Tipografi mewakili secara visual komunikasi verbal dan memiliki peran penting serta efektif dalam elemen visual, karena mampu memperkuat pesan yang disampaikan dengan cara yang dapat diterima dengan jelas oleh audiens. Melalui nilai emosional dan estetikanya, huruf memiliki potensi untuk menyampaikan ekspresi yang terkandung dalam desain tipografi. Tipografi dianggap sebagai elemen pelengkap yang penting, karena berfungsi untuk menjelaskan konsep desain dan ilustrasi dalam desain grafis.

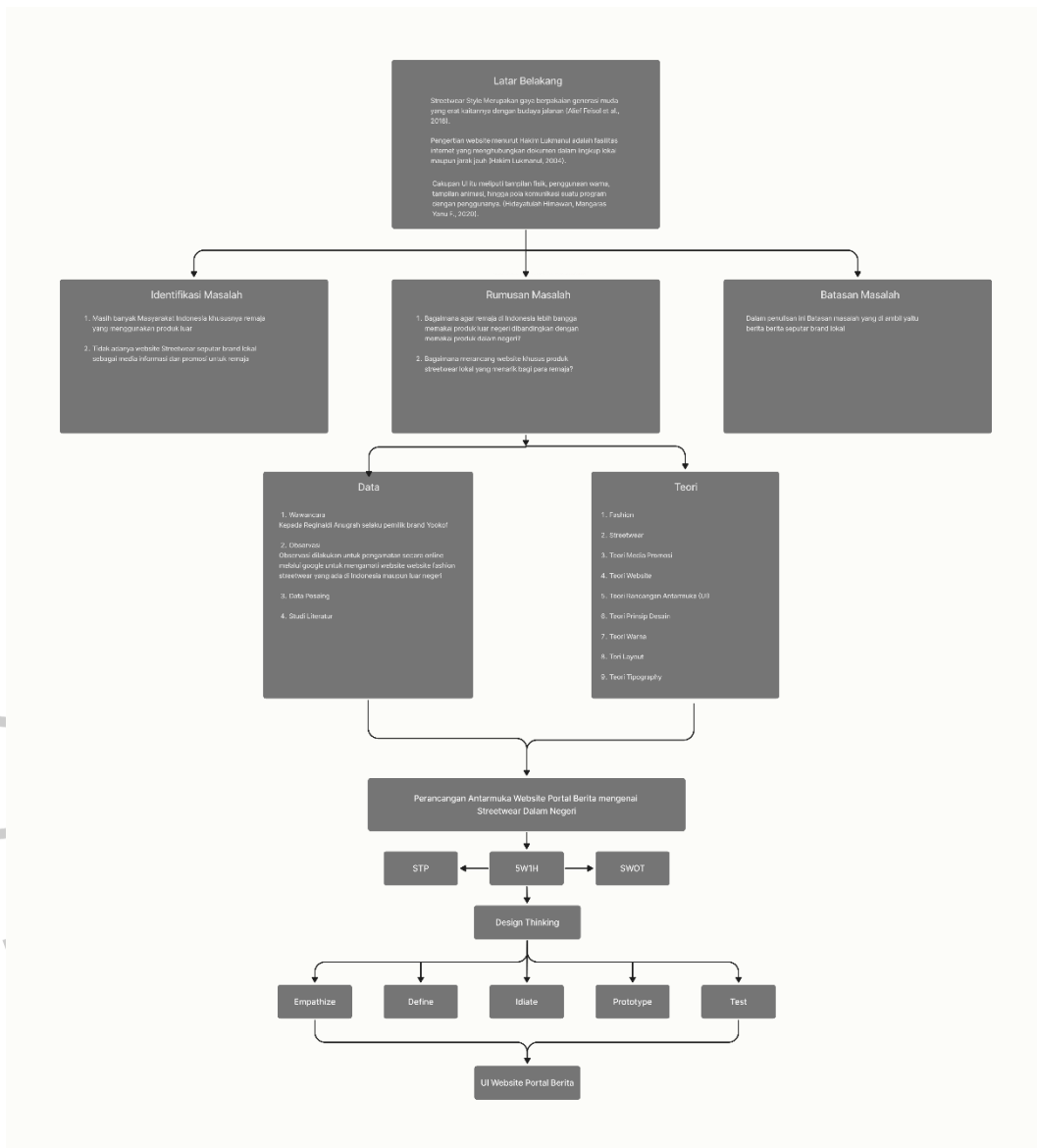
(Salmaa, 2022) menyebutkan bahwa terdapat 11 jenis font atau huruf yang dapat dipilih untuk desain dan buku, antara lain:

- a. Font Serif: Memiliki kaki di bagian sudut bawah dengan bentuk serif bracketed.
- b. Font San-Serif: tidak ada kaki di sudut ujungnya.
- c. Font Slab: Memiliki ciri balok tebal, ukuran besar, dan ketebalan bold yang signifikan.
- d. Font Script: Menyerupai tulisan tangan dan sangat identik dengan penulisan manual.
- e. Font Comic: Digunakan dalam pengetikan buku komik dengan ciri bentuk tulisan yang khas.
- f. Font Blackletter: Juga dikenal sebagai Old English dengan gaya gothic dan setiap huruf memiliki aksesoris bertopi.

- g. Font Typewriter dan Dekoratif: Font Typewriter meniru huruf mesin tik, sementara font Dekoratif mengembangkan huruf dengan menambahkan ornamen atau garis-garis.
- h. Font Stencil: Menciptakan metode street art dengan ornamen yang unik.
- i. Font Retro: Memberikan kesan klasik atau vintage.
- j. Font Dingbat: Berisi simbol dan karakter abjad dan numerik.
- k. Font Pixel: Menampilkan kontras warna hitam-putih dan memiliki bentuk tajam.



2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber : (Penulis, 2024)