

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Multimedia dan Desain Grafis

Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (tool) dan koneksi (link) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi (Hofstetter, 2001).

Multimedia dapat dikategorikan menjadi 2 macam, yaitu multimedia linier dan multimedia interaktif. Multimedia linier adalah suatu multimedia yang tidak dilengkapi dengan alat pengontrol apapun yang dapat dioperasikan oleh pengguna. Multimedia ini berjalan sekuensial (berurutan / lurus), contohnya: TV dan film. Sedangkan multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol (atau alat bantu berupa komputer, mouse, keyboard dan lain-lain) yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang diinginkan untuk proses selanjutnya. Contohnya seperti aplikasi game. Multimedia interaktif menggabungkan dan mensinergikan semua media yang terdiri dari teks, grafik, audio, dan interaktivitas (rancangan).

Multimedia dapat disajikan dalam beberapa metode, antara lain :

1. Berbasis kertas (Paper-based), contoh: buku, majalah, brosur.

2. Berbasis cahaya (Light-based), contoh: slideshows, transparansi.
3. Berbasis suara (Audi-based), contoh: CD Players, tape recorder, radio.
4. Berbasis gambar bergerak (Moving-image-based), contoh: televisi, VCR (Video Cassete Recorder), film.
5. Berbasis Digital (Digitally-based), contoh : komputer.

Desain grafis adalah sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bias menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversive atau sesuatu yang mudah diingat. Menurut definisi (Jessica Helfand).

Secara umum pengertian dari desain grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk di produksi dan dikomunikasikan sebagai pesan. Gambar maupun tanda yang digunakan bias berupa tipografi atau media lainnya, Desain grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan, packaging, perfilman, dan lain-lain.

2.2 Profil Perusahaan

CV. Tunas Jaya adalah sebuah perusahaan distributor makanan dan minuman di Menganti, Gresik. CV. Tunas Jaya bertempat di Jalan Raya Menganti no.224, Menganti, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Perusahaan CV. Tunas Jaya ini berdiri pada tahun 2005. CV. Tunas Jaya didirikan oleh Bapak Yudha Bahaluwan. Setelah lulus kuliah, Bapak Yudha melamar pekerjaan kesana-kemari, tetapi selalu ditolak. Setelah itu, Saudara nya menawarkan sebuah pekerjaan ke pak Yudha dibidang distribusi. Setahun berjalan, beliau keluar dari pekerjaan tersebut.

Dengan modal nekat dan pengalamannya yang pernah bekerja di bidang distribusi, akhirnya beliau membuka usaha sendiri. Awal-awal berdiri, masih dipandang sebelah mata oleh orang. Setelah kurang lebih 10 tahun berdiri hingga sekarang, CV. Tunas Jaya menjadi salah satu perusahaan yang cukup besar di Menganti.

CV Tunas Jaya bekerja sama dengan berbagai perusahaan besar seperti Aqua, Cussons, kokola, Big cola dan lain sebagainya. Tujuan utama pendistribusian CV. Tunas Jaya adalah di daerah Menganti sendiri, Gresik kota, Surabaya, Lamongan, Tuban dan beberapa daerah / kota lainnya. Oleh karena itu, CV. Tunas Jaya mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

2.3 Teori Desain Grafis

Menurut *Richard Hollis* desain grafis adalah suatu pekerjaan membuat atau menggunakan dan mengaturnya pada suatu media untuk menyampaikan ide.

Desain grafis menurut Prof Affendi adalah merancang. Menciptakan bentuk, susunan garis, bidang, warna, dan tekstur. Termasuk dalam memilih unsur-unsur tersebut kemudian mengubahnya menjadi suatu bentuk yang mengandung kaidah, rasa nilai estetik dari wujud yang diinginkan. Desain grafis adalah bidang seni yang paling universal. Berada disekitar kita mengidentifikasi semua aspek dalam lingkungan kita. Desain grafis hadir dalam berbagai fungsi, merukan suatu ciri yang membedakan suatu dengan yang lainnya. Tanpa desai proses dan rangkaian, penstrukturan dan pengorganisasian tulisan dan gambar tidak dapat dibedakan (*Quentin Newark*)

Kata grafis berasal dari bahasa Yunani yaitu *graphien* yang berarti menulis. Dalam diklat kuliah dasar-dasar desain, unsur-unsur desain meliputi:

1. Garis

- a. Bersifat geometris seperti garis lengkung, garis lurus, dan lainnya
- b. Garis yang bersifat sebagai pengikat ruang, massa, warna, dan bentuk.

2. Ruang

- a. Berbentuk dua atau tiga dimensi yang telah disusun atau diubah
- b. Pengikat, penghubung, atau penerus yang membentuk suatu pesan batas.
- c. Ruang desain yang menghiasi dalam konsep desain 2 dimensi yang nantinya akan diterapkan ke media cetak dan media digital.

- d. Warna Sensasi yang ditimbulkan oleh otak sebagai akibat dari sentuhan gelombang-gelombang cahaya pada retina mata.
- e. Kombinasi warna yang akan memberi kesan menarik untuk sebuah desain promosi dan terkandung unsur-unsur psikologi warna.

3. Tekstur

Berhubungan dengan permukaan suatu bentuk, definisi desain setiap kurun waktu mengalami proses pengembangan dan disusun berdasarkan konteksnya.

- a. Tekstur untuk sebuah desain layout website promosi CV. Tunas Jaya memakai tekstur yang minimalis tetapi berwarna-warni sehingga terkesan menarik.

2.4 Warna

Definisi warna menurut *Newton*, warna merupakan bagian sinar dalam spektrum yang tergantung pada gelombang cahaya. Dalam dunia desain, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda, misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah.

1. Warna Premier

Merupakan tiga pigmen warna dasar yang tidak dapat dibentuk dengan campuran dari warna-warna lain, namun dapat membentuk warna lain dari kombinasi 3 warna ini. Warna yang termasuk dalam golongan warna premier adalah: merah, biru, dan kuning.

2. Warna Sekunder

Merupakan hasil pencampuran dua warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

3. Warna Tersier

Warna yang diperoleh dengan mencampur warna sekunder dan warna disebelahnya pada lingkaran warna, atau mudahnya, campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna merah, kuning, dan biru.

Warna dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, dan suasana bagi yang melihatnya. Proses perancangan desain *website* milik CV. Tunas Jaya ini menggunakan beberapa warna yang diadaptasi dari Hendratman (2004: 43-55), diantaranya yaitu:

- a) Warna oranye melambangkan energi, semangat, segar, keseimbangan, ceria, dan hangat. Penggunaan warna ini diharapkan dapat menghadirkan energi positif bagi konsumen yang mengenal CV. Tunas Jaya itu sendiri.
- b) Warna biru merupakan warna kedua setelah warna merah, warna biru itu sendiri melambangkan kesejukan, kabut, bayangan, kedamaian, ketenangan, kecerdasan, kekuatan. Warna biru adalah warna yang positif simbol kepercayaan.

- c) Warna kuning melambangkan optimis, harapan, gembira, dan santai. Penggunaan warna ini diharapkan mampu memberikan sikap optimis dan kegembiraan bagi semua pihak yang terlibat.
- d) Warna hijau melambangkan alami, sehat, keinginan, keberuntungan, kebanggaan, dan kekuasaan.
- e) Warna putih melambangkan kepolosan, kelahiran, sikap yang baik. Dalam spektrum warna, putih adalah gabungan dari semua warna. Netralis dan sifat konservatif diterima secara luas. Kesederhanaan dan kualitas halus, membuatnya menjadi warna yang ideal.
- f) Warna hitam dikaitkan dengan keanggunan, berkelas, warna hitam adalah warna tradisional yang menggambarkan rasa takut, kematian, dan berkabung. Jika warna hitam digunakan dengan baik dan benar, maka dapat mempromosikan perbedaan dan kejelasan dari maksud dan tujuan yang ingin disampaikan.
- g) Warna akromatik, merupakan warna kombinasi gelap dan terang. Asal kata adalah a=tidak, *chromatic*=warna, dan biasa disebut sebagai grayscale. Kombinasi warna tersebut memberikan kesan artistik untuk penekanan fotografi.



Gambar 2.1 Tema Warna Opsi 1

(Sumber: <http://kuler.adobe.com>)

Semua warna diatas kemudian digabungkan dengan turut memberikan efek gradasi (urutan atau susunan derajat atau tingkatan dalam warna) sehingga menimbulkan nuansa yang penuh warna dan ceria, sehingga dapat memberikan aura yang positif bagi CV. Tunas Jaya.

2.4.1 Penjelasan warna pada website

Memahami Penggunaan Psikologi Warna Dalam Web Design —
 Ada beberapa website yang memiliki kesamaan, contohnya adalah KFC, McDonald, Pizza Hut, nah sekarang apakah anda mengetahui apa persamaan dari semua restoran tersebut? jika anda menebak warnanya yang merah, yap, berarti anda benar. Logo mereka dan tempat makan mereka telah dirancang dengan sangat cermat untuk menyertakan warna merah. Menurut psikologi warna, merah merangsang nafsu makan Anda dan menarik Anda untuk berada disana.

Psikologi warna tidak hanya bekerja di dunia *offline*. Hal ini dapat menjadi alat yang hebat untuk *web designer*, juga membantu untuk melakukan banyak hal, mulai dari meningkatkan *conversion rate* sampai

menyampaikan pesan/getaran yang baik untuk bisnis. Berikut ini adalah cara untuk menggunakan psikologi warna dalam proyek web desain anda.

Hal pertama yang anda perlu cari tahu sebelum menentukan palet warna yang tepat untuk audiens anda adalah menentukan apa tujuan anda. Argumen untuk hal ini cukup kuat. Satu studi menemukan bahwa dibutuhkan hanya 90 detik bagi orang untuk menyatakan pendapat atas suatu produk dan 90 persen berpendapat bahwa dapat ditentukan oleh warna yang digunakan di produk tersebut.

Tujuan yang berbeda membutuhkan pendekatan yang berbeda karena mereka bermain untuk audiens yang berbeda. Misalnya, jika anda sedang mendesain sebuah situs untuk badut yang melakukan pesta anak-anak, Anda membutuhkan sesuatu yang optimis dengan skema warna *bouncy*. Anda ingin mendorong orang untuk berfikir bahwa klien anda sedang senang atau bahagia. Tapi jika anda merancang desain untuk rumah duka, anda akan membutuhkan sebuah warna yang gelap, *low-key scheme*. Anda ingin orang berfikir klien anda serius.

Tujuan utama dari setiap website tentu saja adalah *conversion* (konversi) dan anda dapat menggunakan warna untuk mendorong/menyalurkan masyarakat menuju konversi tersebut. Gunakan warna untuk tombol “call-to-action” anda, gunakan warna yang agak berbeda jauh dari sisa skema warna, ini untuk membuatnya lebih menonjol dan menggiring menuju konversi yang lebih banyak (lebih banyak terjadi

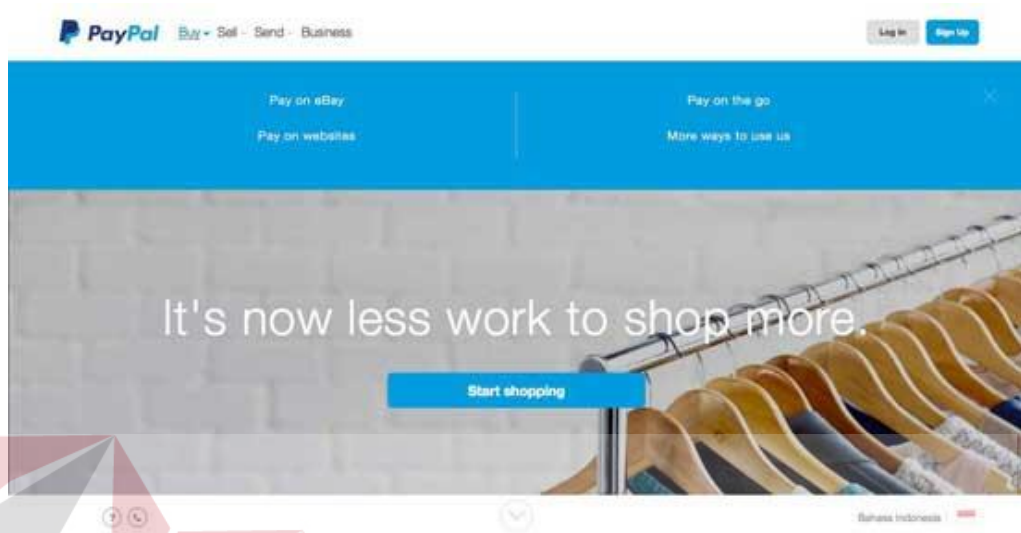
pembelian produk, pemesanan, dll). Warna-warna berani cenderung bekerja dengan baik untuk ini.

Sama penting dengan menentukan apakah tujuan anda terhadap website klien anda yaitu menentukan siapa audiens nya. Disini lah psikologi warna benar-benar dapat ikut bermain. Warna yang berbeda digunakan untuk audiens yang berbeda.

Misalnya, berikut ini menunjukkan bahwa pria dan wanita tertarik pada warna yang sangat berbeda. Katakanlah anda bekerja pada sebuah situs yang targetnya adalah wanita, seperti sebuah toko pakaian. Anda akan menginginkan untuk bermain dengan Hijau, Biru, pink dan Ungu, yaitu warna-warna yang disukai oleh wanita. Tapi jika anda menargetkan Pria, katakanlah untuk situs yang menjual pisau cukur, akan lebih bijak jika anda tidak menggunakan warna ungu tapi gunakanlah warna hitam, karena laki-laki merespon lebih baik untuk warna tersebut.

Ini adalah bagian yang menyenangkan: Mencari tahu mana warna yang paling cocok untuk apa yang sedang anda desain. Setelah anda belajar tentang psikologi di balik bagaimana warna mempengaruhi emosi kita, Anda dapat memulai memilih bersama klien, menentukan apa warna yang menurut anda bagus, dan mungkin tidak cocok dengan klien anda. Berikut ini adalah contoh warna yang paling populer dan emosi apa yang paling baik untuk target mereka.

Biru



Gambar 2.2 Website Paypal

(Sumber: <http://Paypal.com>)

Biru menyampaikan kepercayaan, keterlibatan dan kedamaian, Ini baik untuk situs yang berhubungan dengan uang. Pernahkah anda memperhatikan bahwa skema warna PayPal menekankan biru? Dalam contoh gambar di bawah, PayPal menggunakan biru paling mencolok dimana itu cukup penting – dalam logo mereka, tombol sign-up, dan tombol tindakan(call to action). Begitu juga dengan bank BCA misalnya, atau kalau anda perhatikan Bank Mandiri, BRI dan sebagian besar bank lain juga menggunakan warna biru.

Ada alasan baik untuk itu. Situs tersebut ingin anda berfikir bahwa mereka akan menyimpan uang anda dengan baik. Target audiens adalah para profesional, serta pria dan wanita, dimana keduanya menyukai warna biru.

Merah



Gambar 2.3 Website San Fransisco Bay

(Sumber: <http://SanFransiscoBay.com>)

Merah menyampaikan kekuatan, gairah dan cinta. Ini baik untuk website yang ingin untuk menampilkan energi. Merah adalah warna yang berani dan agresif dan ini dapat digunakan untuk mensugesti kekuatan merek pada sebuah situs web. Target audiens untuk warna merah/cerah adalah orang-orang muda karena ini mensugesti sebuah kepribadian tertentu, sementara merah pekat dapat menunjukkan sejarah yang kaya dan menarik bagi khalayak yang lebih tua.

Warna merah dan putih di gambar diatas menawarkan kapal pesiar bersejarah dari San Francisco Bay yang telah berlangsung selama lebih dari 100 tahun.

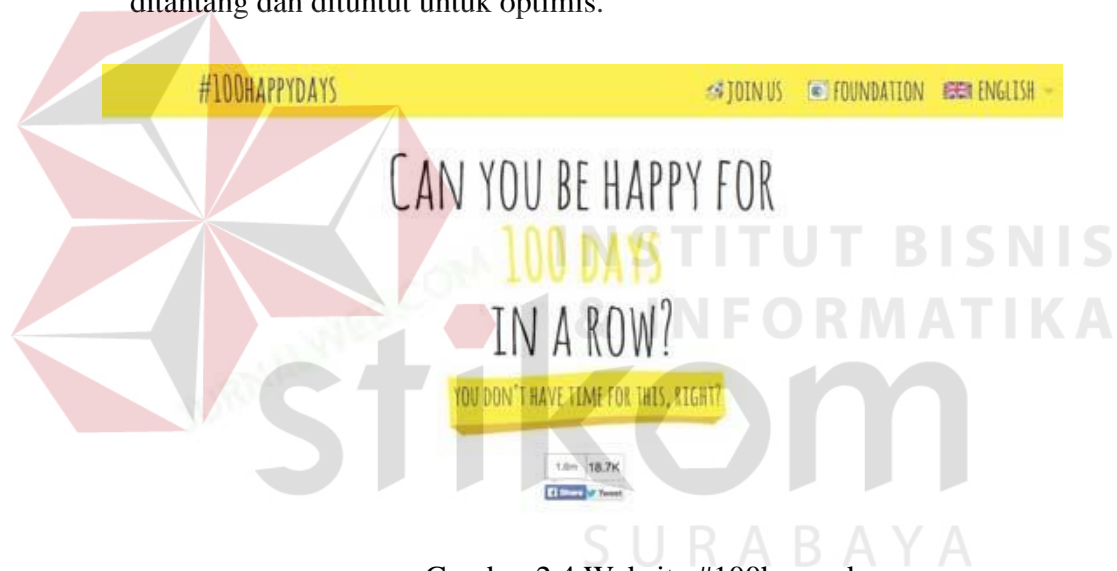
Orange

Warna ini menyampaikan keramahan, semangat dan kreativitas. Orange merupakan warna yang baik untuk situs bertema seni dan hiburan. Orange bukanlah pilihan berani tetapi sesuatu yang nyaman, yang menyampaikan energi tanpa resiko seperti merah.

Ini mudah ditangkap oleh mata dan dapat digunakan di situs ritel untuk menarik perhatian dalam menawarkan penjualan. Orang-orang muda tertarik pada warna ini, itulah sebabnya mengapa banyak klub olahraga di amerika menggunakan warna orange ini seperti Phoenix suns, Baltimore Orioles, San Francisco Giant, Syracuse Orange. Orange bukan warna favorit bagi laki-laki maupun perempuan, tetapi sering digunakan untuk mengiklankan barang-barang anak dan tim olahraga, bahkan di indonesia kita mengenal Persija yang identik dengan orange, atau kostum sepakbola belanda yang terkenal dengan “semangat” total football nya. Contoh lain yang mungkin banyak dikenal orang, khususnya anak-anak yang penuh semangat dan kreativitas mungkin *brand* Nickelodeon yang kaya akan konten hiburan.

Kuning

Kuning menyampaikan keceriaan, optimisme dan kehangatan, ini baik untuk situs anak-anak. Kuning adalah warna muda dan kecerahannya menunjukkan semangat dan orang tua memiliki lebih banyak kesulitan dengan warna ini. Orang-orang muda yang belum tumbuh menjadi sinis atau masih idealis, berhubungan lebih banyak dengan warna ini. Penggunaannya bisa kita lihat pada website , coba kunjungi saja website nya, disana anda akan ditantang dan dituntut untuk optimis.



Gambar 2.4 Website #100happydays

(Sumber: <http://#100happydays.com>)

Pada usia tertentu, kuning dapat menjadi remaja dan efektif dalam menjual prospek positif yang dimiliki anak muda.

Coklat

Warna coklat menyampaikan rasa yang kokoh dan kedamaian. Ini berkaitan dengan jujur, membumi, dan hal-hal yang masuk akal. Hal menarik bagi orang tua ketimbang yang lebih muda dan cenderung digunakan secara halus di web, sebagai nada latar belakang dan bukan untuk menyoroti atau untuk tombol. Hal ini sering dipasangkan dengan hijau dan dapat memberikan rasa alami atau produk buatan tangan sendiri (*handmade*).



Gambar 2.5 Website Amish Outlet Store

(Sumber: <http://Amish.com>)

Dalam contoh diatas, website menunjukkan semua kualitas mereka, yaitu mereka menyampaikan pesan bahwa mereka menyediakan furnitur kayu yang solid, kokoh dan tangguh.

Hijau.

Warna ini menyampaikan kesadaran lingkungan, membumi dan menunjukkan keramahan. Ini dikenal untuk situs bertema lingkungan. Go

green adalah sesuatu, jadi hal ini tidak mengherankan bahwa warna ini menyampaikan kesadaran lingkungan yang sangat banyak saat ini. Warna ini populer dikalangan wanita maupun pria.



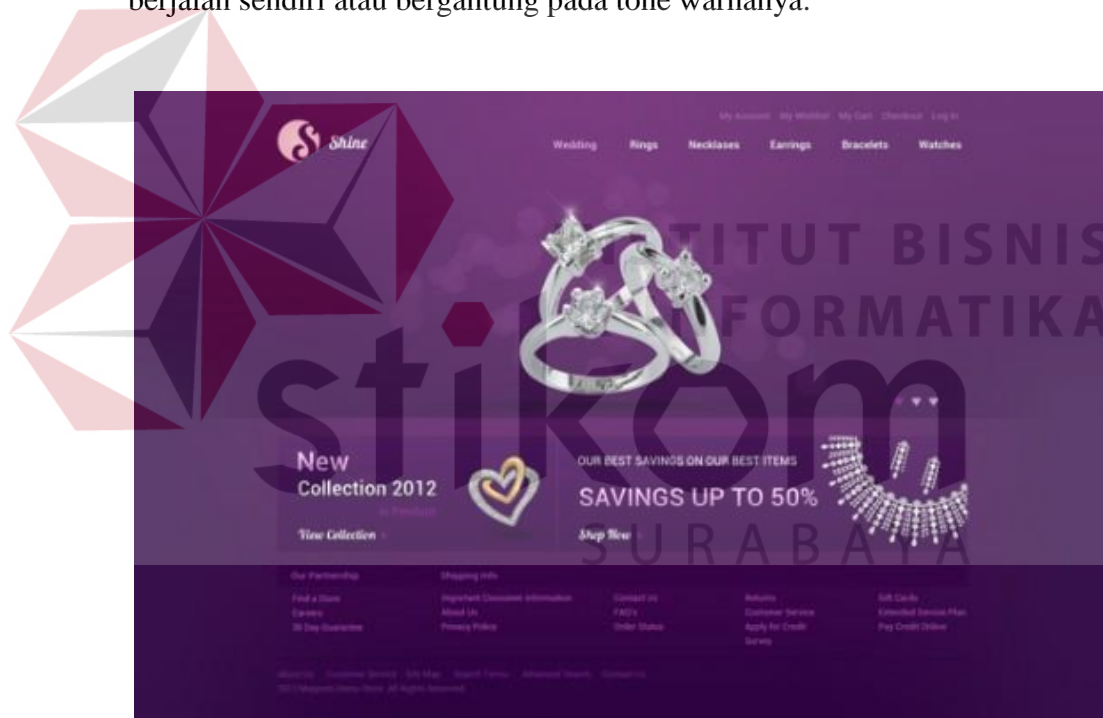
Gambar 2.6 Website *Indonesia Travel*

(Sumber: <http://Indonesia.travel.com>)

Website pariwisata Indonesia (indonesia.travel), situs yang digambarkan diatas, menggunakan warna hijau pada warna latar. Indonesia yang sejuk, ramah lingkungan, alami dipesankan dengan warna hijau tersebut. Keramahan bumi Indonesia bisa mudah dipahami oleh calon wisatawan dengan penggunaan warna tersebut.

Ungu

Secara historis, ungu telah menyampaikan rasa royalti. ini adalah karena pewarna yang digunakan untuk pakaian ungu yang kreatif dan bahan lainnya cukup mahal dan hanya dapat di jangkau oleh orang yang sangat kaya. Di zaman modern, ungu masih digunakan untuk menyampaikan rasa mewah, tetapi juga merupakan eksentrisitas dan keseimbangan antara kegembiraan merah dan ketenangan dari biru. Pada kenyataannya, ini bisa berjalan sendiri atau bergantung pada tone warnanya.



Gambar 2.7 Website *Shine*

(Sumber: <http://Shine.com>)

Setelah anda memahami bagaimana warna dapat memancing emosi pengunjung, anda menjadi lebih mudah untuk memilih warna yang akan menarik bagi pengunjung anda, membuat pengunjung betah untuk berada di website anda dan membuat klien anda untuk membeli, melakukan transaksi atau menciptakan *conversion* untuk website yang anda bangun.



2.5 Teori Komunikasi

Menurut *Carl Hoveland*, komunikasi merupakan suatu proses dimana suatu pihak (individu atau kelompok) mengirimkan rangsangan berupa lambing atau bahasa kepada pihak lain dengan tujuan merubah perilakunya.

Menurut *Laswell* secara umum komunikasi terdiri dari:

1. Komunikator (sumber)
2. Konunike (pesan)
3. Komunikan (sasaran)
4. Media (alat penyalur)
5. Efek (akibat)

Desain yang di pakai dalam proses pembuatan desain grafis untuk layout website promosi CV. Tunas Jaya adalah sebagai sarana untuk memperkenalkan atau sebagai suatu media promosi (marketing) dalam suatu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi makanan & minuman. Serta penyampaian suatu informasi yang mencakup dari unsur-unsur komunikasi tersebut yaitu sumber, pesan, sasaran, alat penyalur, akibat yang semua terbentuk dalam suatu desain layout promosi.

2.6 Teori Periklanan

Menurut *Courtland L. Boye dan William. F. Arrens (contemporary advertising)* ada empat elemen dalam periklanan yaitu:

1. *Target audience*
2. *Product concept*
3. *Communication media*
4. *Advertising message*

Periklanan adalah bentuk komunikasi masa yang dibiayai sponsor tertentu dengan menggunakan media masa untuk membujuk atau mempengaruhi. Menurut *Frank Jefkins*, periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan ke calon pembeli yang paling potensial. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam periklanan adalah penggunaan huruf yang baik ditambah fotografi dan ilustrasi yang disesuaikan subjek dan harus dapat ditampilkan dalam beberapa media publikasi berbeda baik ukuran atau bentuk.

Dalam pengaplikasian desain yang dibuat untuk proses pembuatan desain grafis untuk layout promosi CV. Tunas Jaya adalah penggunaan desain layout yang minimalis sebagai background dan tatanan font-font yang dipakai sebagai desain untuk pemanis dalam typografi, warna sebagai penambah suasana dalam suatu desain dan teknik photography desain, bagaimana kita akan mengambil suatu gambar untuk interior ruangan dari segala sudut atau dari angle yang pas untuk pemotretan ruangan yang pada nantinya akan di pakai untuk ditambahkan pada desain promosi baik itu dalam media cetak (brosur, banner, iklan koran, majalah) atau pun dalam media digital (internet).

Dan dalam teori periklanan pembuatan desain grafis untuk layout website promosi CV. Tunas Jaya.

1. **Target audience:** desain yang ditujukan pada kalangan menengah yang akan menjadi pelanggan di CV. Tunas Jaya, supaya menjadi center of view ketika melihat suatu desain yang menarik dan membuat seseorang tertarik untuk menggunakan jasa distributor CV. Tunas Jaya
2. **Product Concept:** Produk yang ditawarkan adalah CV. Tunas Jaya merupakan perusahaan distributor makanan & minuman yang mendistribusikan makanan & minuman dari sebuah perusahaan produsen makanan / minuman ke / toko-toko / konsumennya.
3. **Communicatin media:** Media komunikasi yang akan disertakan dalam pembuatan desain garafis untuk layout promosi CV. Tunas Jaya adalah media cetak seperti koran, brosur, banner, dan media digital seperti internet dan lain-lain
4. **Advertising message:** pesan iklan yang di utamakan dalam design ini untuk mempromosikan perusahaan CV. Tunas Jaya.

2.7 Website

Website adalah kumpulan dari halaman - halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di dalam Internet. Sebuah halaman web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu sebuah protokol yang

menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser dan Website atau situs dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink).

2.7.1 Jenis - jenis Website

Secara garis besar, website bisa digolongkan menjadi 3 bagian yaitu:

1. Website Statis
2. Website Dinamis
3. Website Interaktif

2.7.1.1 Website Statis

Website Statis adalah web yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman dilakukan secara manual dengan mengedit code yang menjadi struktur dari website tersebut.

2.7.1.2 Website Dinamis

Website Dinamis merupakan website yang secara struktur diperuntukan untuk update sesering mungkin. Biasanya selain utama yang

bisa diakses oleh user pada umumnya, juga disediakan halaman backend untuk mengedit konten dari website. Contoh umum mengenai website dinamis adalah web berita atau web portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, polling dan sebagainya.

2.7.1.3 Website Interaktif

Website Interaktif adalah web yang saat ini memang sedang booming. Salah satu contoh website interaktif adalah blog dan forum. Di website ini user bisa berinteraksi dan beradu argument mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Biasanya website seperti memiliki moderator untuk mengatur supaya topik yang diperbincangkan tidak keluar jalur.

2.7.2 Manfaat website

Beberapa alasan mendasar atau utama mengapa perusahaan bahkan individu membuat atau ingin memiliki sebuah website atau situs internet, diantaranya adalah :

1. Memperluas jangkauan promosi, dengan memiliki website maka produk kita lebih banyak dikenal masyarakat—bahkan sampai ke manca negara. Produk yang bisa ditawarkan melalui website bisa berupa produk barang maupun jasa. Dengan luasnya promosi maka otomatis akan meningkatkan penjualan perusahaan kita.

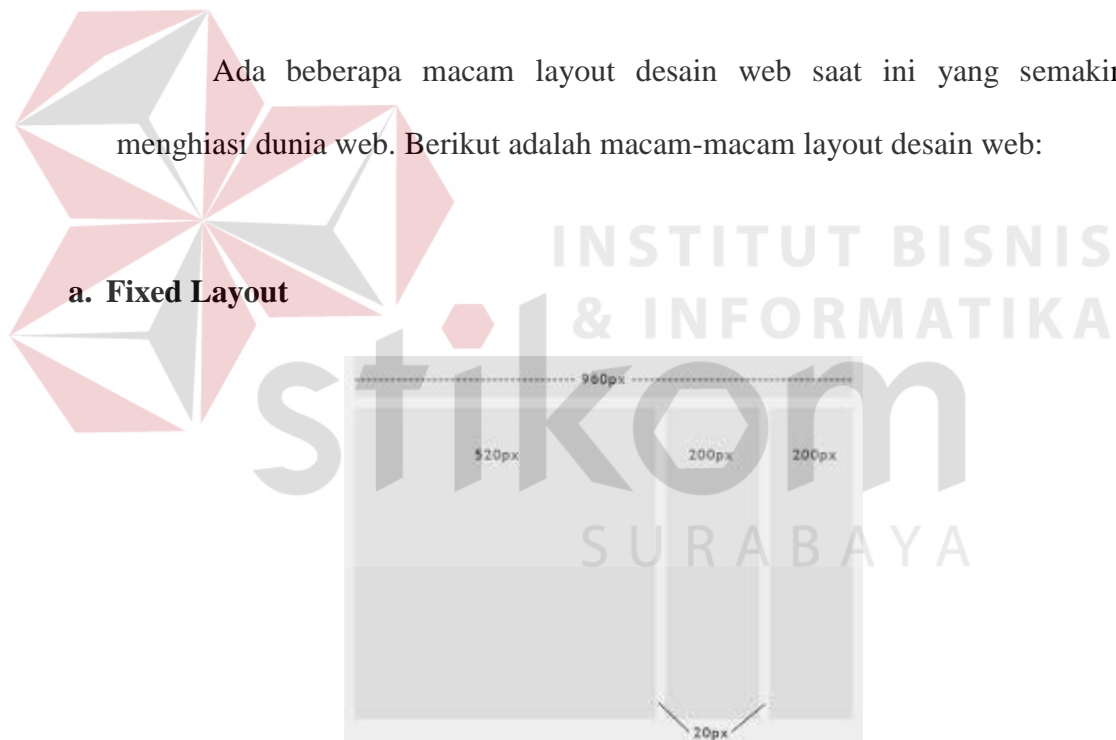
2. Media tanpa batas, internet adalah media informasi yang tanpa batas. Dengan memiliki website berarti kita sama saja memiliki karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Artinya website kita akan memberikan informasi kepada calon pembeli selama 24 jam non stop.
3. Internet bisa diakses oleh seluruh lapisan masyarakat di antero jagat (unlimited user access).
4. Promosi terluas, internet adalah media promosi terluas jika dilihat dari kaca mata jangkauan atau cakupan area (unlimited scope of areas).
5. Media pengenalan perusahaan. Jika kita baru saja mendirikan perusahaan atau baru saja meluncurkan sebuah produk, maka website adalah solusinya. Kenapa bisa demikian? Dengan adanya website kita lebih cepat mengenalkan perusahaan kita dan lebih mendekatkan perusahaan ke pelanggan. Hal ini disebabkan pelanggan internal maupun eksternal bisa menggali lebih dalam tentang sejarah perusahaan, jasa atau produk yang ditawarkan, bahkan informasi lowongan kerja dan detail informasi perusahaan.
6. Sebagai media promosi, Internet merupakan salah satu media promosi yang menarkan biaya yang relatif efisien dikaitkan dengan jangkauan area dengan optimalisasi manfaat terbesar.

2.7.3 Layout Website

Anda tentunya sudah mengetahui bahwa website berkualitas baik, tidak hanya ditentukan dari isi ataupun konten dari website tersebut, tetapi juga dari bagaimana presentasi atau tampilan website tersebut. Tampilan website, selain bergantung pada penggunaan jenis font, warna, spacing, dan elemen lainnya, tentunya tidak terlepas dari hal paling mendasar, yaitu layout / tatanan letak elemen.

Ada beberapa macam layout desain web saat ini yang semakin menghiasi dunia web. Berikut adalah macam-macam layout desain web:

a. Fixed Layout



Gambar 2.8 Fixed Layout

(Sumber: <http://google.com>)

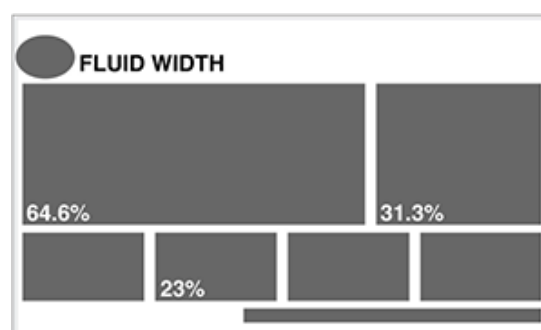
Fixed layout adalah jenis layout yang bersifat ‘tetap’. Artinya lebar (dan tinggi) suatu elemen website sudah ditentukan secara PASTI

(biasanya dalam satuan pixel). Jenis layout ini sangat umum ditemukan pada desain website yang terdahulu, dan masih cukup banyak digunakan sampai sekarang.

Kelebihan: lebih mudah dan cepat dibuat, karena biasanya hanya berpatokan pada lebar perangkat yang digunakan saat website sedang dibuat.

Kekurangan: tampilan layout tidak mampu menyesuaikan dengan lebar perangkat yang digunakan, sehingga tidak terlalu cocok untuk jenis website yang akan banyak diakses melalui perangkat mobile (pengguna harus melakukan 'zoom' dan 'scrolling' kiri kanan untuk melihat konten website secara keseluruhan).

b. Fluid / Liquid Layout



Gambar 2.9 Fluid Layout

(Sumber: <http://google.com>)

Fluid layout adalah jenis layout yang bersifat ‘fleksibel’, dengan menggunakan ukuran PERSENTASE (%). Artinya, lebar masing – masing elemen bersifat ‘relatif’ terhadap lebar layar perangkat tempat website tersebut akan ditampilkan. Jenis layout ini cukup jarang ditemukan pada website, dan lebih umum ditemukan pada layout web application ataupun bagian *back end* website.

Kelebihan: lebih fleksibel untuk dibuat dibandingkan dengan fixed layout, karena ukuran setiap elemen tidak perlu diukur secara spesifik.

Kekurangan: kurang cocok untuk website yang banyak dibuka pada perangkat mobile, mengingat perubahan layout hanya terjadi pada sisi lebarnya saja, sehingga ada kemungkinan tampilan website pada perangkat mobile menjadi kacau.

c. Adaptive Layout



Gambar 3.0 Adaptive Layout

(Sumber: <http://google.com>)

Adaptive layout adalah jenis layout fixed, tetapi dengan menambahkan beberapa tampilan berbeda untuk berbagai ukuran layar (biasanya dibedakan antara perangkat komputer, tablet, dan smartphone). Biasanya, adaptive layout juga dapat Anda temukan untuk website – website yang memiliki domain khusus yang berbeda antara ketika Anda mengaksesnya melalui komputer dan smartphone (yang paling umum ditandai dengan tanda <http://m.namadomain.com>). Website seperti ini biasanya mendeteksi terlebih dahulu perangkat yang Anda gunakan untuk mengaksesnya, lalu menampilkan / meredirect Anda ke tampilan yang sesuai.

Kelebihan: sudah mampu mengakomodasi perangkat mobile, tampilan website sudah dapat dibaca secara lebih jelas dan nyaman

Kekurangan: cukup memakan waktu untuk pembuatannya, mengingat adaptive layout secara tak langsung mendorong kita untuk membuat beberapa tampilan berbeda, sesuai dengan lebar perangkat yang kita utamakan (biasanya minimal 3 tampilan, yaitu layar komputer, layar tablet, dan layar smartphone).

d. Responsive Layout

Responsive layout dapat dibilang sebagai trend desain layout website terbaru. Layout ini menggabungkan prinsip layout fluid (menggunakan presentase layar sebagai pengaturan lebar setiap elemen) dan prinsip layout adaptive (menampilkan layout berbeda sesuai dengan lebar perangkat yang digunakan). Responsive layout sangat cocok digunakan untuk semua jenis website, mengingat sifatnya yang sangat fleksibel dan mampu mengakomodasi pengaksesan website dari berbagai macam device.



Gambar 3.1 Responsive Layout

(Sumber: <http://google.com>)

Kelebihan: sangat fleksibel, dan hampir mampu mengakomodasi semua lebar perangkat, karena sifatnya yang menggunakan presentase dengan tetap memperhatikan lebar perangkat yang digunakan

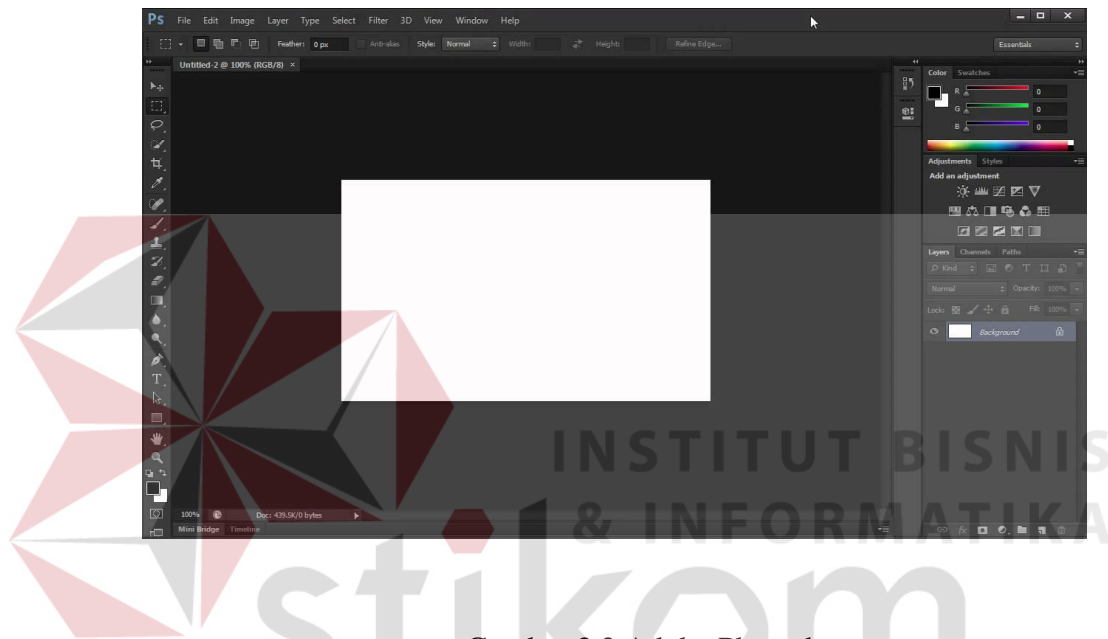
Kekurangan: sangat memakan waktu untuk dibuat, dan dibutuhkan pemahaman yang tinggi mengenai prinsip desain website, serta pengetesan tampilan di berbagai macam perangkat.

2.8 Program Aplikasi Penunjang Produksi Media

2.8.1 Adobe Photoshop

Adobe Photoshop Merupakan Software / Perangkat Lunak Editor yang dibuat oleh Adobe System , yang dikhususkan untuk Pengeditan Gambar , Foto , dan Pembuatan Efek. Software ini dianggap sebagai produk yang terbaik yang di buat oleh Adobe System. Di dalam project tugas akhir yang

saya buat, adobe photoshop digunakan sebagai pembuat layout website company profile CV.Tunas Jaya. Layout website dibuat semenarik mungkin, agar dapat menarik minat masyarakat.



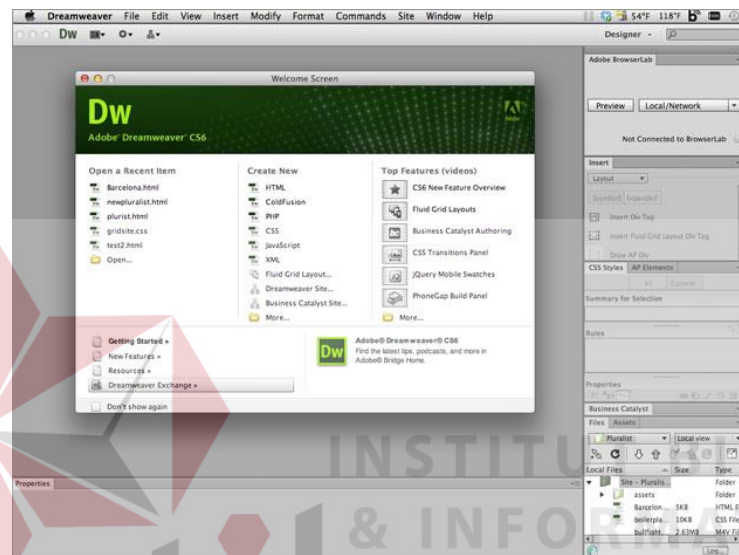
Gambar 3.2 Adobe Photoshop

(Sumber: <http://google.com>)

2.8.2 Adobe Dreamweaver

Adobe Dreamweaver adalah program yang digunakan untuk membuat atau menyunting halaman web. Software Dreamweaver dikeluarkan oleh Adobe System. Aplikasi ini banyak digunakan oleh para programmer, desainer dan developer web dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya, kelengkapan fiturnya dan juga dukungannya terhadap teknologi terkini.

Adobe Dreamweaver menyediakan fitur editor WYSIWYG (What You See is What You Get) atau dalam bahasa kesehariannya disebut Design View. Maksudnya adalah, tampilan hasil akhir web kita nanti akan sama dengan tampilan pada saat proses perancangan halaman web.



Gambar 3.3 Dreamweaver

(Sumber: <http://google.com>)

Dengan segala fitur yang ada pada Adobe Dreamweaver, membuat suatu web bukanlah hal yang sulit. Kita tidak perlu menguasai berbagai macam bahasa pemrograman web seperti HTML, CSS, Javascript, PHP, dan sebagainya. Cukup mengetahui dasar dasarnya saja, karena didalam aplikasi ini sudah disediakan alat alat otomatis.

Selain itu, aplikasi ini juga menyediakan 3 macam tampilan yaitu Code View, Design View dan Split View. Code View cocok untuk para programmer

yang terbiasa dengan kode kode pemrograman web. Sedangkan Design View cocok untuk para Designer yang terbiasa dengan visual. Jika ingin menggunakan keduanya, bisa memilih Split View.

2.8.3 ASP.NET

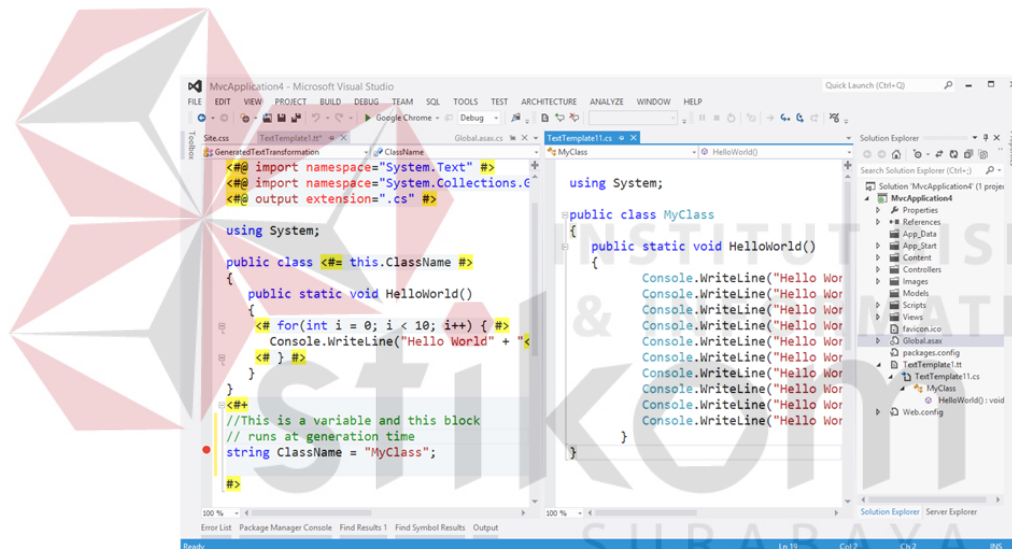
ASP.NET singkatan dari Active Server Pages NET. Bahasa pemrograman ini dikembangkan oleh Microsoft. ASP.NET digunakan untuk membuat halaman web yang merupakan bagian integral dari Microsoft .NET framework. Sebagai anggota dari .NET, ASP.NET adalah tool yang sangat berguna bagi programmer yang memudahkan programmer untuk membuat website yang dinamis yang disertai dengan bahasa VB dan C#.

ASP.NET tidak hanya terbatas pada bahasa script, tetapi memungkinkan Anda untuk menggunakan bahasa NET seperti C #, J #, VB, dan lain-lain. Hal ini memungkinkan developer untuk membangun aplikasi yang sangat menarik dengan memanfaatkan Visual Studio, Alat pengembangan yang disediakan oleh Microsoft . ASP.NET adalah murni server-side teknologi. Hal ini dibangun pada common language runtime yang dapat digunakan pada server Windows untuk meng-host situs web ASP.NET.

Teknologi ASP.NET ini sudah banyak digunakan oleh developer-developer terkenal. Salah satu situs yang menggunakan ASP.NET adalah amazon.com dan juga ebay.com. Dengan adanya ASP.NET, tampilan dari web tersebut menjadi luar biasa.

2.8.4 Microsoft Visual Studio

Microsoft Visual Studio merupakan sebuah perangkat lunak lengkap (*suite*) yang dapat digunakan untuk melakukan pengembangan aplikasi, baik itu aplikasi bisnis, aplikasi personal, ataupun komponen aplikasinya, dalam bentuk aplikasi console, aplikasi Windows, ataupun aplikasi Web.



Gambar 3.4 Visual Studio

(Sumber: <http://google.com>)

Visual Studio mencakup kompiler, SDK, Integrated Development Environment (IDE), dan dokumentasi (umumnya berupa MSDN Library). Kompiler yang dimasukkan ke dalam paket Visual Studio antara lain Visual C++, Visual C#, Visual Basic, Visual Basic.NET, Visual InterDev, Visual J++, Visual J#, Visual FoxPro, dan Visual SourceSafe.

Microsoft Visual Studio dapat digunakan untuk mengembangkan aplikasi dalam *native code* (dalam bentuk bahasa mesin yang berjalan di atas Windows) ataupun *managed code* (dalam bentuk Microsoft Intermediate Language di atas .NET Framework). Selain itu, Visual Studio juga dapat digunakan untuk mengembangkan aplikasi Silverlight, aplikasi Windows Mobile (yang berjalan di atas .NET Compact Framework).

