

BAB III

LANDASAN TEORI

Pada bab III ini, Tinjauan Pustaka, penulis akan menerangkan tentang penjelasan-penjelasan mendetail beserta sumber-sumber teoritis yang berkaitan dengan desain web proyek pembuatan *website company profile* yang telah dilaksanakan di CV. Tri Jaya Abadi.

3.1 Definisi Desain

Desain merupakan pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu hal, desain berkaitan dengan nilai-nilai kontekstual. Menurut Widagdo dalam jurnal artikel di fsrd.itb.ac.id dijelaskan bahwa Ia tidak semata berkenaan dengan persepsi visual-fisikal saja, namun mencakup konsep yang abstrak, yakni yang benar, teratur, dan berguna. Tulisan ini memaparkan bahwa estetika memiliki watak *transcendental*, keberaturan, dan pragmatik. Estetika memperoleh tantangan ketika modernism memilah antara “kegunaan” dan “estetik”, sebagaimana antara desain dan seni.

Selanjutnya postmodern juga melepas estetika, dari persepsi tentang keindahan menuju pluralisme makna. Oleh karena itu pendidikan desain di Indonesia harus memperjuangkan kembali metode dasar yang digagaskan para pemikir dunia ribuan tahun lalu. Desainer, khususnya desainer interior, hendaknya memperjuangkan kebenaran estetik, sebab “desain adalah suatu kearifan yang ditampakkan”.

Menurut Satria Multimedia (www.satriamultimedia.com), dijelaskan bahwa desain *website* merupakan sekumpulan keterampilan dan disiplin ilmu yang digunakan dalam membangun dan memelihara sebuah *website*.

3.2 Definisi Desain Website

Desain *website* merupakan sebuah desain pada *website*. Menurut Dyan Anggraini dalam artikel di minimoudyanapp.mhs.narotama.ac.id, dijelaskan bahwa jenis desain grafis ditujukan untuk pengembangan dan styling obyek lingkungan informasi internet guna menyediakan fitur konsumen high-end dan kualitas estetika. Definisi yang ditawarkan memisahkan desain web dari pemrograman web, menekan fitur fungsional dari sebuah situs web, serta desain posisi web sebagai jenis desain grafis.

3.3 WWW (*World Wide Web*)

Kusuma Ardhana (2012: 3) menjelaskan bahwa WWW merupakan suatu layanan sajian informasi yang menggunakan *hyperlink* (tautan), yang memudahkan *surfer* (sebutan pengguna computer yang melakuka penulusuran informasi melalui internet).

WWW mengizinkan pemberian *highlight* (penyorotan/penggaris bawahan) pada kata-kata atau gambar dalam sebuah dokumen untuk menghubungkan atau menunjuk ke media lain seperti dokumen, frase, *movie clip*, atau suara. Web dapat menghubungkan dari sembarang tempat dalam sebuah dokumen ke dokumen lainnya. Dengan sebuah *browser* yang support HTML5, link-link dapat

dihubungkan ke tujuannya dengan menunjuk link menggunakan mouse dan kemana link yang di inginkan.

3.4 Website

Website atau situs bisa dikatakan sebagai media promosi di jaman teknologi yang modern saat ini. Menurut Anne Ahira (www.aneahira.com), dijelaskan bahwa *website* merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi, data, teks, gambar, animasi, suara, dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun yang bersifat dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dengan jaringan halaman (*hyperlink*). *Website* pertama kali ditemukan oleh Sir Timothy Jhon dan Tim Bernes Lee pada tahun 1991. Tujuan di buatnya *website* pada saat ini untuk mempermudah tukar-menukar dan memperbarui informasi kepada sesama peneliti di tempat mereka bekerja. *Website* dipublikasikan ke khalayak luas setelah adanya pengumumandari CERN (Conseil Europeene pour la Recherche Nucleaire) pada tanggal 30 april 1993. CERN menyatakan bahwa *website* bisa digunakan secara gratis oleh semua orang. Sejak saat itu *website* semakin dikenal publik dan terus berkembang karena dapat digunakan oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun.

Adapun keuntungan memiliki *website* menurut Kusuma Ardhana (2012: 6) antara lain :

1. Sebagai Media Promosi

Sebagai media promosi dapat dibedakan menjadi media promosi utama, misalnya *website* yang berfungsi sebagai *search engine* atau toko *online*, atau

sebagai penunjang promosi utama, namun *website* dapat berisi informasi yang lebih lengkap daripada media promosi *offline* seperti Koran atau majalah.

2. Sebagai Media Pemasaran

Pada toko *online* atau sistem afiliasi, *website* merupakan media pemasaran yang cukup baik, karena dibandingkan dengan toko sebagaimana di dunia nyata, untuk membangun toko *online* diperlukan modal yang cukup murah, dan dapat beroperasi 24 jam walaupun pemilik *website* tersebut sedang istirahat atau sedang tidak di tempat, serta dapat diakses dimana saja, dan kapanpun.

3. Sebagai Media Informasi

Website portal dan radio serta tv *online* menyediakan informasi yang bersifat global karena dapat di akses darimana saja selama dapat berhubungan dengan internet, sehingga dapat menjangkau lebih luas daripada media informasi konvensional seperti koran, majalah, radio, atau televisi yang bersifat lokal.

4. Sebagai Media Pendidikan

Ada komunitas yang membangun *website* khusus berisi informasi atau artikel yang sarat dengan informasi ilmiah misalnya Wikipedia.

5. Sebagai Media Komunikasi

Sekarang banyak terdapat *website* yang di bangun khusus untuk berkomunikasi seperti forum yang dapat memberikan fasilitas bagi anggotanya untuk saling berbagi informasi atau membantu pemecahan beberapa masalah tertentu.

3.5 Macam-Macam Website

Ada beberapa macam-macam *website*. Menurut Anne Ahira (www.anneahira.com), dijelaskan bahwa *website* dibedakan menjadi 2 jenis berdasarkan pada CMS (Content Management System), yakni *website* statis dan *website* dinamis. Pengertian *website* statis, yakni *website* yang informasinya satu arah, yakni berasal dari pemilik *website* saja. Umumnya *website* ini bersifat tetap, jarang berubah dan hanya bias di *update* oleh pemiliknya, salah satu contohnya *website* profil perusahaan, sedangkan *website* dinamis adalah *website* yang memiliki informasi dua arah, yakni yang berasal dari pengguna dan pemilik *website* tersebut, contohnya twitter dan facebook.

Menurut Rahmat Hidayat (dhayhatcrew.blogspot.com), *website* dibedakan menjadi 15 jenis berdasarkan pada fungsi dan kebutuhannya, yakni:

1. *Search Engine* (mesin pencarian)

Search Engine adalah *website* yang khusus mengumpulkan semua daftar link dan konten seluruh *website* yang biasa di temukan di internet dalam indeks, mereka kemudian menampilkan daftar *indeks* tersebut berdasarkan kata kunci yang sesuai.

Mayoritas pengguna internet sudah familiar dengan situs *search engine* tersebut guna mencari informasi yang dibutuhkan melalui internet, beberapa contoh *search engine* antara lain: Google Search, Bing, Yahoo Search, dan lain-lain.

2. *Web Portal*

Web Portal merupakan situs yang mengumpulkan sekaligus menyediakan beragam informasi dari beberapa sumber untuk di tampilkan kepada *user*, jika *user* tertarik untuk mengetahui informasi yang ada dan lengkap, maka akan di arahkan ke sumber aslinya. Namun pada umumnya *web portal* tidak hanya menampilkan informasi dari sumber luar, kadang mereka juga menampilkan informasi-informasi dari sumber dalam *website* mereka sendiri. Beberapa contoh web portal antara lain: Yahoo, MSN, MSNBC dan lain-lain.

3. *Wiki*

Website wiki yang paling terkenal saat ini adalah Wikipedia. *Website* wiki adalah *website* yang mengizinkan pengunjung untuk ikut menulis dan mengedit artikel yang ada dalam *website* tersebut dengan peraturan-peraturan tertentu. Masing-masing *website* wiki memiliki aturan-aturan yang beragam. Biasanya, meski semua pengunjung bebas untuk menulis dan mengedit artikel di *website* tersebut, namun ada sekelompok orang yang bertugas memeriksa konten yang dimuat apakah layak atau tidak untuk *website* tersebut.

4. *Archive site*

Archive site atau situs arsip adalah *website* yang dibuat untuk mengumpulkan dan menyimpan materi-materi elektronik berupa konten-konten dan halaman-halaman *website* agar tidak hilang contohnya archive.org dan [google drive](https://drive.google.com/).

5. *Social Networking*

Social networking termasuk salah satu fenomena yang luar biasa hingga saat ini, khususnya diwakili oleh facebook, situs *social networking* atau situs

pertemanan *online* adalah situs yang di sediakan bagi para membeanya untuk bertukar informasi dan media elektronik lainnya.

6. Forum

Forum termasuk salah satu jenis *website* yang pernah menjamur di Indonesia. Apalagi sejak fenomena KasKus sebagai forum nomer satu dan juga *website* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Forum dibuat untuk ajang diskusi atau tukar informasi. Ada yang spesifik ada juga yang bersifat umum, dan dalam forum ini terdapat sub-sub forum berdasarkan kategori-kategori tertentu yang ditetapkan oleh admin.

7. News Site

News Site atau situs berita adalah situs yang memuat berbagai macam berita dan artikel-artikel untuk dibaca pengunjung. Bisa juga berisi opini dan komentar-komentar seputar politik, teknologi dan lain-lain. Beberapa contoh berita adalah Detik.com, kompas.com, dan vivo.co.id.

8. Social Bookmarking

Social Bookmarking adalah situs yang mengijinkan *user* untuk memasukan informasi atau sumber informasi artikel-artikel tertentu untuk dibaca atau di rating dan dikomentari *user* lainnya. Situs jenis ini sering digunakan oleh pemilik situs berita, blog, dan situs-situs lainnya. Situs jenis ini sering digunakan oleh situs pemilik berita, blog dan situs-situs lainnya yang mempromosikan konten situs mereka. Beberapa situs *Social Bookmarking* yang terkenal adalah Lintas Berita, Digg dan Stumbleupon.

9. *Media Sharing*

Situs ini khusus di sediakan bagi *user* untuk meng-*upload* media-media elektronik seperti gambar, music, dan video agar dapat dilihat atau di *download* oleh pengunjung lain. Contohnya adalah Youtube, Flickr, imageshack dan lain sebagainya.

10. *Corporate Website*

Berbeda dengan *company profile*, *corporate website* biasanya lebih kompleks. *Website* ini berisi informasi lengkap dari latar belakang hingga kegiatan-kegiatan suatu perusahaan, organisasi atau yayasan sosial baik yang bersifat *profitable* ataupun *non profit*. Informasi-informasi dalam *corporate website* bias berupa profile perusahaan atau organisasi, latar belakang, visi dan misi, daftar *founder* dan pengurus, informasi investor dan klien hingga laporan keuangan, afiliasi dan lain-lain serta artikel-artikel dan berita-berita yang terkait dengan kegiatan perusahaan atau organisasi tersebut.

11. *Brand Building Website*

Brand Building Website dibuat untuk memperkenalkan serta membangun image sebuah *brand*. Yang paling menonjol dari *website* seperti ini adalah konsep untuk menyampaikan pesan sesuai dengan *image* yang akan dibangun. Fiturnya sangat beragam dan biasanya cukup komplek seperti animasi, game, video, dan fitur-fitur interaktif lainnya. Belakangan *brand building website* juga diintergrasikan dengan sosial media seperti Facebook, Twitter, hingga Blog.

12. *Online Store*

Online Store atau toko *online* sudah jelas peruntukannya adalah untuk menjual barang secara *online*. Fitur-fitur utama *online store* adalah katalog produk dengan informasi yang lengkap serta *shooping cart*, yaitu bagi pengunjung guna melakukan pemesanan produk secara *online*. *Online store* bisa beraneka macam yang telah disesuaikan dengan biaya dan kemudahan lain yang didapatkan. Baik kemudahan mengelola *online store* itu sendiri maupun kemudahan lain bagi pengunjung agar dapat memilih dan berbelanja produk.

Merebahnya *online store* di internet dapat banyak memicu munculnya banyak *software open source* agar dapat membangun *online store*.

13. Katalog/*Portofolio Online*

Katalog/*Portofolio Online* menyerupai dengan *online store*, namun jenis *website* ini cenderung lebih memprioritaskan katalog maupun portofolio dengan informasi detail bagi pengunjung tanpa ada fitur transaksi *online*. Jika pengunjung tertarik pada produk-produk atau jasa yang di tawarkan diharapkan bagi pengunjung agar dapat menghubungi pemilik *website* untuk melakukan pemesanan berikut negosiasi.

14. *Blog*

Blog merupakan sebuah *website* yang berbentuk seperti jurnal atau diari *online*. Diari *online* biasa digunakan seorang blogger untuk mengekspresikan pemikiran beserta opini-opininya. Seperti kita ketahui artikel-artikel seputar kegiatan *blogger* bisa berisi tulisan maupun media gambar, video dan lain-lain.

15. *Company profile*

Company profile biasanya berisi sebuah *website* yang sederhana guna menampilkan profil dan produk atau jasa portofolio sebuah perusahaan. *Website* tersebut hanya untuk memperkenalkan profil perusahaan, adapun fungsi lainnya juga dapat menjadi media promosi jika dikelola dengan benar. Yang paling penting dalam *website* ini bertujuan agar pengunjung dapat dengan mudah menghubungi perusahaan pemilik *website* jika mereka memerlukan produk atau jasa perusahaan tersebut. Namun, belakangan ini situs *website company profile* semakin berkembang dengan menambahkan fitur-fitur tertentu seperti artikel-artikel terkait, bahkan forum diskusi. Tujuannya adalah memperbanyak konten dan menjangkau pengunjung lebih banyak.

3.6 Cara membuat *website*

Ada beberapa cara untuk membuat *website*, bukan hanya 2 tapi bisa puluhan, namun puluhan cara membuat *website* ini bisa kita golongkan dalam 2 metode yang bisa dipilih untuk membuat *website*. Kedua metode tersebut adalah:

1. Membuat *website* menggunakan sistem yang sudah jadi.

Ini lebih direkomendasikan untuk yang masih minim dalam pengetahuan bahasa pemrograman, karena metode membuat *website* dengan memanfaatkan sistem yang sudah jadi ini relatif sangat mudah. Dengan metode ini hanya dengan beberapa klik dan pengisian data saja sudah bisa mempunyai *website* anda sendiri. Tentunya ada keterbatasan pada

saat anda membuat *website* dengan metode seperti ini. Anda hanya bisa menggunakan fungsi-fungsi yang memang sudah tersedia. Jika *tools* yang anda pilih hanya mempunyai sedikit fitur yang ditawarkan, maka *website* anda akan mempunyai banyak sekali keterbatasan.

2. Membuat *website* dari dasar.

Untuk mampu membuat *website* dengan baik, maka otomatis perlu menguasai bahasa pemrograman. Ini adalah *tools* yang memberikan anda kemampuan untuk menentukan fungsi-fungsi dari setiap fungsi yang ada di halaman-halaman *website* nantinya. Untuk mampu membuat *website* yang sederhana setidaknya ada pengetahuan dasar yang harus dimiliki, yaitu HTML, PHP, dan MySQL. Setiap pengetahuan ini mempunyai fungsinya masing-masing.

3.7 HTML (*Hyper Text Markup Language*)

HTML kepedekan dari *Hyper Text Markup Language*. Menurut Ir. Betha Sidik, dan Ir. Husni Iskandar Pohan, M.Eng. dalam bukunya *Pemrograman Web Dengan HTML* (2010: 9) dokumen HTML adalah *file teks* murni yang dapat dibuat dengan editor teks sembarang. Dokumen ini dikenal sebaga *web page*. Dokumen HTML merupakan dokumen yang disajikan dalam *browser web surfer*. Dokumen ini umumnya berisi informasi atau *interface* aplikasi dalam internet.

Ada dua cara untuk membuat sebuah *web page*, dengan HTML editor atau dengan editor teks biasa (misal *Notepad*). Untuk latihan atau mencoba materi pada tulisan ini sebaiknya menggunakan *Notepad*, setelah itu pada bagian mendekati

akhir dapat menggunakan editor HTML, hal ini dimaksudkan agar bisa dipahami dan terbiasa secara primitif membuat dokumen web.

3.8 HTML 5 (*Hyper Text Markup Text 5*)

HTML 5 lahir pada tahun 2009 merupakan standar baru untuk HTML, XHTML, dan DOM HTML. Menurut Ramadhan L. R. (pojokenterpreneur.bogspot.co.id), HTML 5 merupakan hasil proyek dari W3C (*World Wide Web Consortium*) dan WHATWG (*Web Hypertext Application Technology Working Group*). WHATWG bekerja dengan situs dan aplikasi, sedangkan W3C merupakan pengembang dari XHTML 2.0 pada tahun 2006, kemudian mereka memutuskan untuk bekerja sama dan membentuk versi baru dari HTML.

HTML 5 adalah sebuah bahasa markah untuk menstrukturkan dan menampilkan isi dari *World Wide Web*, sebuah teknologi inti dari internet dan juga revisi kelima HTML.

Tujuan dibuatnya HTML 5 antara lain:

1. Fitur baru harus didasarkan pada HTML, CSS, DOM, dan Javascript.
2. Mengurangi kebutuhan untuk *Plugin eksternal*.
3. Penanganan masalah yang lebih baik.
4. Lebih banyak *markup* untuk menggantikan *scripting*.
5. HTML merupakan perangkat mandiri.

Dukungan *browser* yang *support* HTML 5:

1. Chrome.
2. Safari Apple v.4+.
3. Internet Explorer 9.
4. Opera.
5. Maxthon.
6. Firefox 4, 5, 6, dan seterusnya.

Fitur baru dalam HTML 5:

1. Unsur kanvas dalam menggambar.
2. Video dan elemen audio untuk media pemutar.
3. Dukungan yang lebih baik untuk menyimpan secara *offline*.
4. Elemen konten yang lebih spesifik, seperti artikel, *footer*, *header*.
5. *Navigation*, *section*.
6. Bentuk kontrol *form* seperti kalender, tanggal, waktu, e-mail, URL, *search*.

Aturan HTML 5 yang harus dipelajari pada saat belajar HTML 5, yaitu:

1. Fitur baru harus didasarkan pada HTML, CSS, DOM, dan Java Script.
2. Mengurangi kebutuhan untuk *plugin external*.
3. HTML 5 harus independen.
4. Proses *development* harus terlihat untuk umum.

Beberapa kelebihan yang ada pada HTML 5:

1. Dapat ditulis dalam sintaks HTML (dengan tipe media text atau HTML) dan XML.
2. Integritas yang lebih baik dengan aplikasi situs dan pemrosesannya.

3. Integrasi dengan *doctype* yang lebih sederhana.
4. Penulisan kode yang lebih efisien.
5. Konten yang ada disitus lebih mudah terindeks oleh *search engine*.

3.9 Company profile

Company profile merupakan identitas perusahaan. Menurut sebuah *website* www.websurabaya.com, dijelaskan bahwa *company profile* ringkasan deskripsi informasi perusahaan (*corporate*), mencakup sejarah perusahaan (*corporate history*), jumlah dan kualitas SDM, finansial, investasi dan permodalan suatu perusahaan, sumber daya, struktur organisasi serta manajemen perusahaan secara general, reputasi perusahaan atas perdagangan barang atau layanan jasa yang ditawarkan.

Identitas perusahaan yang dirangkum menjadi informasi untuk disampaikan kepada anggota organisasi itu sendiri ataupun disampaikan kepada khalayak luas yang membutuhkan, dengan maksud untuk mengenali, memahami, dan mempelajari individu atau organisasi tersebut. Tujuan utama *company profile* adalah memperkenalkan informasi perusahaan kepada publik terkait dengan nama perusahaan, tag line, dan logo.

Company profile merupakan salah satu media *public relation*, media ini berisi gambaran umum perusahaan, dimana perusahaan dapat memilih point-point apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya setelah disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran. Adapun demikian *company*

profile sarana untuk memperkenalkan sebuah perusahaan dengan berbagai media yang ingin digunakan.

3.10 Website Company profile

Website Company profile merupakan *website* yang membuat profil perusahaan, diantaranya mengenai tentang perusahaan atau bisnis, visi dan misi, *our service* atau *product*, *our client* and *principal* dan lain sebagainya. Saat ini *website* jenis ini banyak digunakan sebagai pengganti *company profile* konvensional bentuk cetakan. Bisa juga untuk bahan presentasi kepada *principal* atau klien prospek.

Selain profil, produk, dan portofolio berupa konten teks dan foto ataupun video, fitur kontak termasuk yang paling penting dalam *website* ini agar pengunjung dapat dengan mudah menghubungi perusahaan pemilik *website* jika mereka memerlukan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

3.11 Model Struktur Navigasi

Dalam menciptakan sebuah *website* (www.andre.web), hal pertama yang harus kita lakukan adalah menentukan struktur navigasi. Struktur Navigasi merupakan struktur atau alur dari suatu program yang merupakan rancangan hubungan (rantai kerja) dari beberapa area yang berbeda dan dapat membantu mengorganisasikan seluruh elemen pembuatan *website*. Di bawah ini penulis berikan contoh macam-macam struktur navigasi yang terdapat pada *website*:

1. Struktur Navigasi Linier

Struktur navigasi linier hanya mempunyai satu rangkaian cerita yang berurut, yang menampilkan satu demi satu tampilan layar secara berurut menurut urutannya. Tampilan yang dapat ditampilkan pada struktur jenis ini adalah satu halaman sebelumnya atau satu halaman sesudahnya, tidak dapat dua halaman sebelumnya atau dua halaman sesudahnya.

2. Struktur Navigasi Non-Linier

Struktur navigasi non-linier atau struktur tidak berurut merupakan pengembangan dari struktur navigasi linier. Pada struktur ini diperkenankan membuat navigasi bercabang. Percabangan yang dibuat pada struktur non-linier ini berbeda dengan percabangan pada struktur hirarki, karena pada percabangan nonlinier ini walaupun terdapat percabangan, tetapi tiap-tiap tampilan mempunyai kedudukan yang sama yaitu tidak ada *Master Page* dan *Slave Page*.

3. Struktur Navigasi Hirarki

Struktur navigasi hirarki biasa disebut struktur bercabang, merupakan suatu struktur yang mengandalkan percabangan untuk menampilkan data berdasarkan kriteria tertentu. Tampilan pada menu pertama akan disebut sebagai *Master Page* (halaman utama pertama), halaman utama ini mempunyai halaman percabangan yang disebut *Slave Page* (halaman pendukung). Jika salah satu halaman pendukung dipilih atau diaktifkan, maka tampilan tersebut akan bernama *Master Page* (halaman utama

kedua), dan seterusnya. Pada struktur navigasi ini tidak diperkenankan adanya tampilan secara linier.

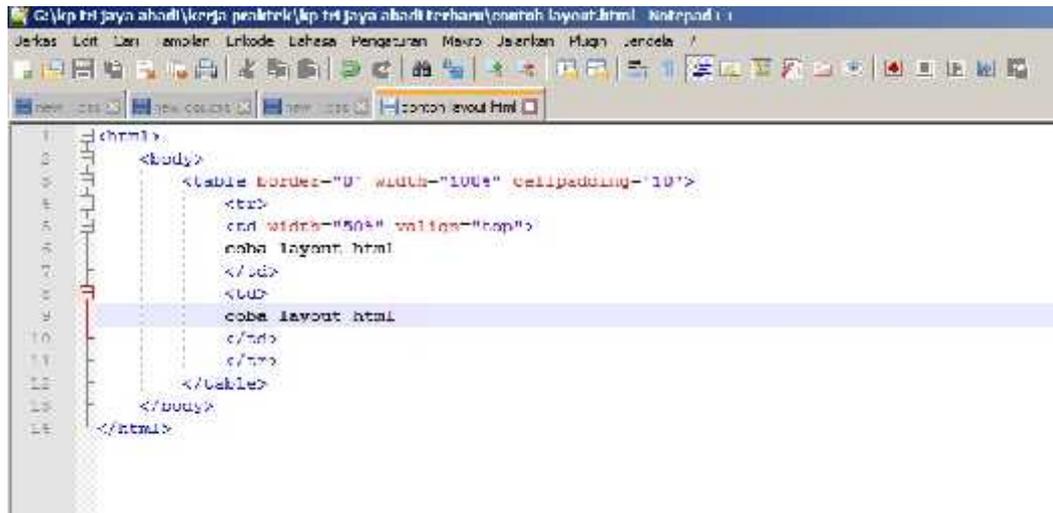
4. Struktur Navigasi Campuran

Struktur navigasi campuran merupakan gabungan dari ketiga struktur sebelumnya yaitu linier, non-linier dan hirarki. Struktur navigasi ini juga biasa disebut dengan struktur navigasi bebas. Struktur navigasi ini banyak digunakan dalam pembuatan *website* karena struktur ini dapat digunakan dalam pembuatan *website* sehingga dapat memberikan ke-interaksian yang lebih tinggi.

3.12 Teori *Layout*

Layout dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tata letak dan pengaturan-pengaturan kolom, *font*, logo ataupun gambar. Menurut Surianto Rustan (2008: 11) dalam bukunya yang berjudul *Layout Dasar Dalam Penerapannya* diartikan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu guna mendukung konsep maupun pesan yang dibawanya. Definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat luas dan melebur dengan definisi desain tersebut, sehingga banyak orang mengatakan *melayout* sama halnya dengan mendesain.

Sebuah *layout* dapat bekerja sesuai dengan tujuan bila pesan yang disampaikan dapat segera dipahami oleh pengguna dengan suatu cara tertentu, *layout* harus ditata dan dipetakan secara baik agar pengguna dapat berpindah dari bagian satu ke bagian lain.



```

1 <html>
2   <body>
3     <table border="0" width="100%" cellpadding="10">
4       <tr>
5         <td width="50%" valign="top">
6           coba layout.html
7         </td>
8         <td>
9           coba layout.html
10        </td>
11      </tr>
12    </table>
13  </body>
14 </html>

```

Gambar 3.1 Dokumen HTML Layout
(Sumber: Olah peeliti)



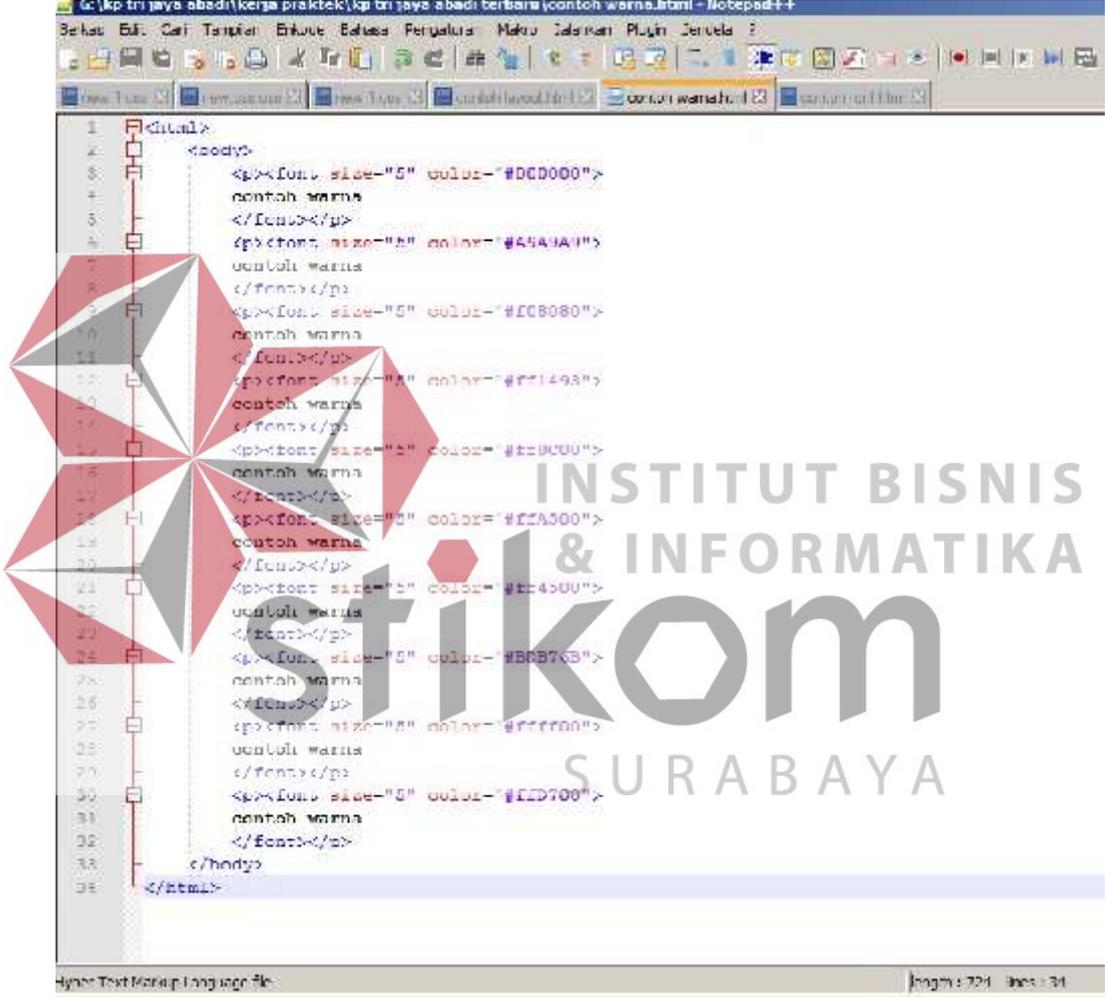
Gambar 3.2 Contoh Tampilan Layout
(Sumber: Olah Peneliti)

3.13 Teori Warna

Warna merupakan unsur yang sangat penting di dalam desain grafis juga sebagai penentu komposisi desain agar menjadi menarik. Warna adalah bagian esensial karena dengan menggunakan warna suatu desain dapat terlihat lebih menarik (Komputer 2009: 148).

Warna dapat digunakan untuk beberapa alasan khususnya dalam periklanan, warna merupakan alat untuk menarik perhatian beberapa produk akan menjadi realistis jika ditampilkan dengan menggunakan warna, dan dapat

memperlihatkan atau memberikan suatu penekanan pada elemen tertentu dalam karya desain. Warna juga dapat mengekspresikan pesan tertentu yang menunjukkan akan adanya kesan psikologis tersendiri.

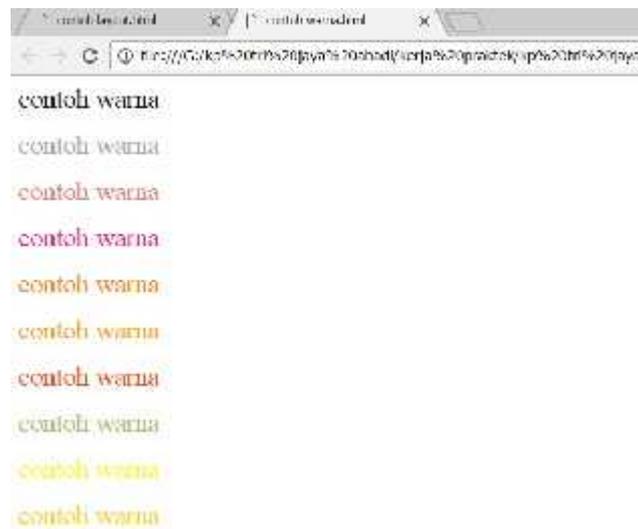


```

1 <html>
2 <body>
3 <p><font size="5" color="#DCD0D0">
4 contoh warna
5 </font></p>
6 <p><font size="8" color="#A9A9A9">
7 contoh warna
8 </font></p>
9 <p><font size="5" color="#E0E0E0">
10 contoh warna
11 </font></p>
12 <p><font size="8" color="#FF1493">
13 contoh warna
14 </font></p>
15 <p><font size="5" color="#1E90FF">
16 contoh warna
17 </font></p>
18 <p><font size="8" color="#FFA500">
19 contoh warna
20 </font></p>
21 <p><font size="5" color="#1E4080">
22 contoh warna
23 </font></p>
24 <p><font size="8" color="#BBB76B">
25 contoh warna
26 </font></p>
27 <p><font size="8" color="#FF0000">
28 contoh warna
29 </font></p>
30 <p><font size="5" color="#EED700">
31 contoh warna
32 </font></p>
33 </body>
34 </html>

```

Gambar 3.3 Dokumen HTML Warna
(Sumber: Olah Peneliti)

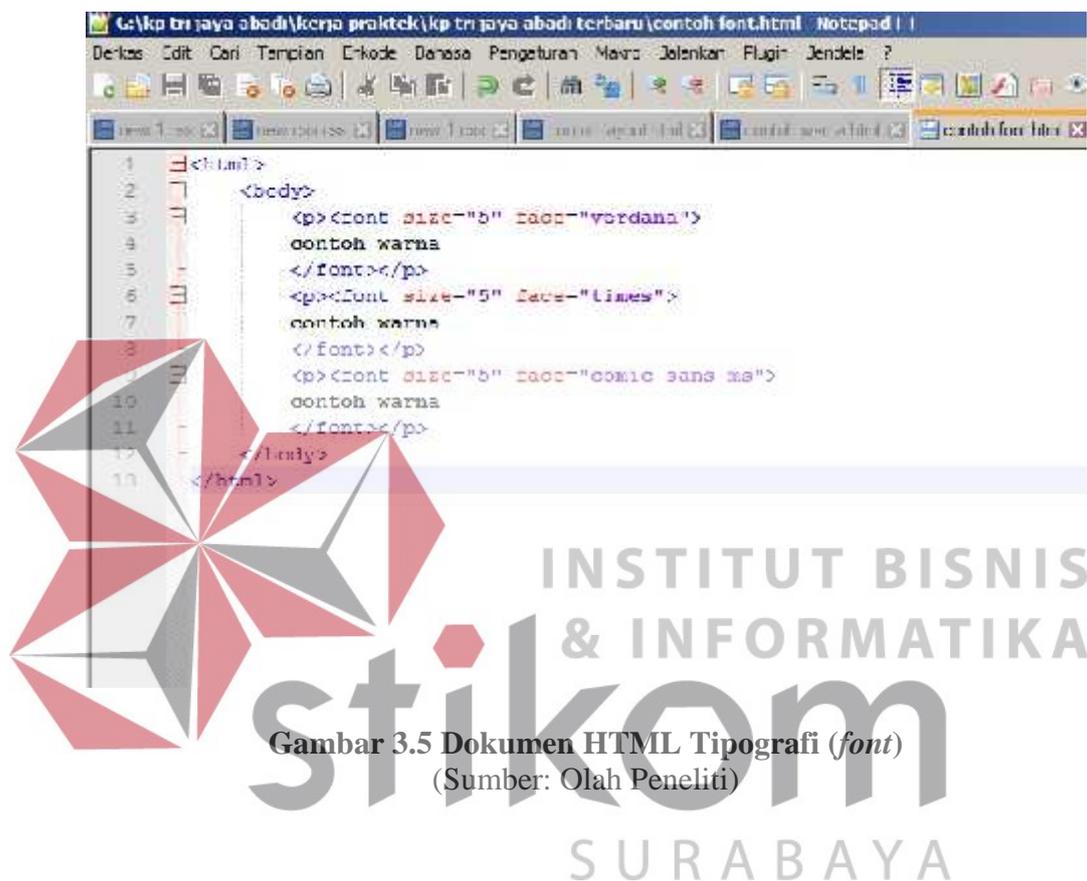


Gambar 3.4 Contoh Tampilan Warna
(Sumber: Oalah peneliti)

3.14 Tipografi

Tipografi atau tata huruf yang merupakan suatu teknik manipulasi huruf dengan mengatur penyebarannya pada suatu bidang yang tersedia untuk membuat kesan tertentu dengan tujuan kenyamanan semaksimal mungkin pada saat membacanya baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh sehingga maksud dan arti dari tulisan dapat tersampaikan dengan sangat baik secara visual kepada pembaca. Menurut Kusrianto (2010: 1) “Tipografi dalam pengertian yang lebih bersifat ilmiah adalah seni dan teknik dalam rancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non cetak. Adapun pengelompokan aksara atau huruf terbagi atas 2 jenis, yaitu serif dan sans serif.

Dalam pembuatan *website* suatu perusahaan atau institusi seperti halnya pembuatan *website company profile* CV. Tri Jaya Abadi yang sangat diperlukan sekali adalah font. Oleh sebab itu, untuk memilih font atau tipografi harus selektif.



Gambar 3.5 Dokumen HTML Tipografi (*font*)
(Sumber: Olah Peneliti)



Gambar 3.6 Contoh Tampilan Tipografi
(Sumber: Olah Peneliti)