

**ANALISIS VISUAL *WEBSITE* COVID-19  
PEMERINTAH PROVINSI DI INDONESIA  
(Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat,  
Jawa Tengah dan Lampung)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**RECKSI PAMUNGKAS**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## ABSTRAK

### **ANALISIS VISUAL *WEBSITE* COVID-19 PEMERINTAH PROVINSI DI INDONESIA (Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung)**

Oleh

**RECKSI PAMUNGKAS**

Penelitian ini berawal pada adanya pemberlakuan *work form home* (wfh) yang diberlakukan pada saat pandemi Covid-19 melanda dunia. Pemberlakuan wfh dengan pembatasan kegiatan diluar ruangan membuat kita lebih memanfaatkan dan mengandalkan *internet* dalam keseharian. Pada bentuk media yang digunakan juga bermacam-macam dan salah satunya adalah *website* dalam penghimpunan data tentang informasi Covid-19. Dalam *website* banyak faktor pendukung dalam membuat sebuah tampilan informasi lebih menarik salah satunya adalah bentuk visualisai dari informasi itu sendiri yang dipadukan dengan sebuah desain web.

Untuk itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk dari tampilan visual *website* Covid-19 Pemerintah DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung pada bentuk penyajian informasinya berdasarkan prinsip *composition and layout* yang dikemukakan oleh Jason Beaird dalam kajian Komunikasi Visual pada desain web. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi serta studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keempat *website* tersebut telah menerapkan semua prinsip-prinsip *composition and layout* yang dikemukakan oleh Jason Beaird, dan penerapannya dalam Komunikasi Visual. Namun bentuk dari tampilan visual dalam penyajian informasi serta kelengkapan informasi yang disajikan tidaklah sama.

Kata Kunci : *Website, Internet, Covid-19, Komunikasi Visual*

## **ABSTRACT**

### **VISUAL ANALYSIS OF THE PROVINCE GOVERNMENT'S COVID-19 WEBSITE IN INDONESIA (Case Study of DKI Jakarta, West Java, Central Java, and Lampung Provinces)**

**By**

**RECKSI PAMUNGKAS**

This research began with the implementation of work from home (wfh) which was imposed when the Covid-19 pandemic hit the world. The implementation of wfh with restrictions on outdoor activities makes us more utilizing and relying on the internet in our daily lives. The forms of media used also vary and one of them is a website in collecting data on Covid-19 information. On the website, there are many supporting factors in making an information display more attractive, one of which is the visualization of the information itself combined with a web design.

For this reason, the purpose of this study is to find out the form of the visual appearance of the Covid-19 website of the DKI Jakarta, West Java, Central Java and Lampung Governments in the form of presenting information based on the principles of composition and layout proposed by Jason Beard in the study of Visual Communication in web design. This type of research is qualitative using descriptive methods, data collection techniques are carried out with documentation and literature studies. The results of this study show that the four websites have applied all the principles of composition and layout proposed by Jason Beard, and their application in Visual Communication. However, the form of visual display in the presentation of information and the completeness of the information presented is not the same.

Keywords : Website, Internet, Covid-19, Visual Communication

**ANALISIS VISUAL *WEBSITE* COVID-19  
PEMERINTAH PROVINSI DI INDONESIA  
(Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat,  
Jawa Tengah dan Lampung)**

Oleh

**RECKSI PAMUNGKAS**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

Judul Skripsi : **ANALISIS VISUAL *WEBSITE* COVID-19  
PEMERINTAH PROVINSI DI INDONESIA  
(Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta, Jawa  
Barat, Jawa Tengah, dan Lampung**

Nama Mahasiswa : **Recksi Pamungkas**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1716031022**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**1. Komisi Pembimbing**

**Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom.**  
NIP. 198909162019031015

**2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Wulan Susiska, S.I.Kom., M.Si.**  
NIP. 198007282005012001

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom. ....**

**Penguji Utama : Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL. ....**

**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
NIP 196108071987032001

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Oktober 2022**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Recksi Pamungkas  
NPM : 1716031022  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Pulau Singkep Gang Juadi RT 07 LK 02 Sukabumi  
Bandar Lampung  
No. Handphone : 081367275551

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Analisis Visual Website Covid-19 Pemerintah Provinsi di Indonesia (Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Lampung)**" adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 24 Oktober 2022  
Yang membuat pernyataan,



Recksi Pamungkas  
NPM 1716031022

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Recksi Pamungkas. Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 28 April 1999. Penulis merupakan anak keempat dari lima bersaudara, dari pasangan Khoirul Anwar dan Erwati. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 1 Sukabumi Bandar Lampung pada tahun 2011, MTs Negeri 02 Bandar Lampung pada tahun 2014, dan MA Negeri 01 Bandar Lampung. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti organisasi ditingkat jurusan maupun universitas. Penulis mengikuti organisasi HMJ Ilmu Komunikasi dan terdaftar sebagai anggota di bidang *Advertising* pada tahun 2018/2019. Selain itu, penulis juga aktif sebagai Video Editor dan Desain Media Sosial di Unilta Tv. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sumber Alam, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat pada Januari-Februari 2020. Penulis mendapat pengalaman kerja sebagai Desainer Media Sosial pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Badan Pengelola Usaha (BPU) Universitas Lampung sepanjang 2020-2021.



## **MOTO**

“Usaha akan terbangun atas kemauan yang kuat, namun dalam pelaksanaannya haruslah selalu beriringan dengan ibadah dan doa.”

**(Recksi)**

"Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Kuperkenankan bagimu.  
Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri dari menyembah-Ku akan masuk neraka Jahannam dalam keadaan hina dina."

**(QS Al-Mukmin : 60)**

## **PERSEMBAHAN**

Saya persembahkan skripsi ini sebagai bentuk dari tanggungjawab dan terimakasih kepada kedua orangtua saya yang telah berjuang dan berjasa untuk diri saya sampai saat ini.

*Alm. Khoirul Anwar & Erwati*

Selanjutnya untuk keluarga, teman, dan dosen yang melihat serta membantu semua perjuangan saya hingga saat ini.

Serta tentunya untuk diri saya sendiri yang tidak menyerah serta tidak berhenti mencoba, dan tetap kuat dalam proses menuju impian masa depan.

## SANWACANA

Alhamdulillahirobbil‘alamin. Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul **Analisis Visual Website Covid-19 Pemerintah Provinsi di Indonesia (Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Lampung)** ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya serta Kesehatan dan petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Bapak Eka Yuda Gunawibawa S.I.Kom., M.Med.Kom. Selaku Dosen Pembimbing skripsi atas kesediaan, kesabaran dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan, saran, dan kritik serta ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat kepada penulis.
6. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL. Selaku Dosen Penguji Skripsi atas kesediaan untuk memberikan kritik dan saran serta nasihat sehingga penulis tetap semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
7. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt. Selaku Dosen Penguji Skripsi awal peneliti atas kesediaan untuk memberikan kritik dan saran serta nasihat sehingga penulis tetap semangat untuk mengerjakan skripsi ini.

8. Seluruh dosen, staf, administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis selama kuliah sampai saat ini.
9. Keluarga penulis, Ayah Alm. Khoirul Anwar, Ibu Erwati, Kakak dan Adik penulis serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan telah bekerja keras untuk membantu dan memenuhi kebutuhan dan mendoakan penulis agar diberikan kelancaran dalam menyelesaikan studi.
10. Mas Redi dan Mas Hanafi sebagai staf Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang membantu dan mengarahkan penulis dalam mengurus berkas-berkas akademik selama kuliah.
11. Untuk teman-teman seperjuangan, Tresni, Valdi, Ariel, Calvin, Faiz, Bahrul, Alek, Widya, Jijah, Angri, Imam, Alda, Fenti, Akrom, Adi, Rama, Dzaky, Yogi, Tama, Rara, Nurul, yang saling mendukung dan membantu dalam proses kuliah dan menyelesaikan penelitian selama masa kuliah ini.
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017, terima kasih untuk proses selama kuliah yang dijalani bersama-sama. Semangat untuk kita semua.
13. Untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak dan sukses selalu.

Bandar Lampung, November 2022

Penulis,

Recksi Pamungkas

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
a. Manfaat Teoritis .....	6
b. Manfaat Praktis .....	6
1.5 Kerangka Pikir .....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Komunikasi Massa .....	12
2.3 <i>New Media</i> .....	14
2.3.1 <i>World Wide Web</i> .....	16
2.4 Landasan Teori.....	19
2.4.1 Komunikasi Visual.....	19
2.4.2 Teori Prinsip <i>Gestalt</i> .....	21
2.4.3 <i>Composition and Layout</i> .....	23
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	36
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Sumber Data.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Uji Keabsahan Data .....	40

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1 <i>Web Page Anatomy</i> .....	42
4.1.2 <i>Grid Theory</i> .....	69
4.1.3 <i>Keseimbangan (Balance)</i> .....	74
4.1.4 <i>Beard and Butter Layout</i> .....	79
4.1.5 <i>Resizing Layout</i> .....	83
4.1.6 <i>Defining Good Design</i> .....	86
4.1.7 <i>Website Covid-19 Pemerintah Provinsi Lampung</i> .....	102
4.2 Pembahasan.....	119
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>127</b>
5.1 Simpulan .....	127
5.2 Saran .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	9

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Kerangka Pikir.....	8
Gambar 2. Tabel Anatomi Halaman Web.....	24
Gambar 3. Navigasi <i>Website Cottonink.co.id</i> .....	25
Gambar 4. <i>Footer Website Cottonink.co.id</i> .....	26
Gambar 5. Contoh Penerapan dalam 960 grid dengan 16 kolom .....	28
Gambar 6. Contoh Penerapan dalam 960 grid dengan 12 kolom .....	28
Gambar 7. Contoh Sebuah Keseimbangan horizontal .....	29
Gambar 8. Keseimbangan Asimetris dalam <i>layout website</i> .....	30
Gambar 9. Bentuk dari Penggunaan <i>Left Column Navigation</i> .....	31
Gambar 10. Bentuk Penggunaan <i>Right Column Navigation</i> .....	32
Gambar 11. Penggunaan Three Column Navigation .....	33
Gambar 12. Penggunaan <i>Navigation Magazine Style</i> .....	34
Gambar 13. Tampilan <i>Web Page Anatomy Website Covid-19 DKI Jakarta</i> .....	43
Gambar 14. Tampilan Halaman Depan <i>Website Covid-19 DKI Jakarta</i> dengan ukuran <i>fluid</i> .....	44
Gambar 15. Tampilan <i>Container</i> Halaman Data Statistik Kasus Covid-19 <i>Website Covid-19 DKI Jakarta</i> dengan ukuran <i>fluid</i> sebelah kiri dengan ukuran 100% dan sebelah kanan 150%.....	45
Gambar 16. Tampilan Halaman Vaksinasi Covid-19 <i>Website Covid-19 DKI Jakarta</i> .....	46
Gambar 17. Tampilan <i>Web Page Anatomy Website Covid-19 Jawa Barat</i> .....	47
Gambar 18. Tampilan Halaman Depan Covid-19 Jawa Barat dengan ukuran <i>fluid</i> , sebelah kiri dengan ukuran 100% dan sebelah kanan 150%.....	47
Gambar 19. Tampilan Halaman Data Statistik Covid-19 Covid-19 Jawa Barat dengan ukuran <i>fluid</i> .....	48
Gambar 20. Tampilan Halaman Vaksinasi Covid-19 Covid-19 Jawa Barat .....	49
Gambar 21. Tampilan <i>Web Page Anatomy Website Covid-19 Jawa Tengah</i> .....	50
Gambar 22. Tampilan Halaman Depan Covid-19 Covid-19 Jawa Tengah dengan ukuran <i>fluid</i> .....	50
Gambar 23. Tampilan Halaman Data Statistik Covid-19 Covid-19 Jawa Tengah dengan ukuran <i>fluid</i> .....	51
Gambar 24. Tampilan Halaman Vaksinasi Covid-19 Covid-19 Jawa Tengah dengan ukuran <i>fluid</i> .....	52
Gambar 25. Logo Provinsi DKI Jakarta.....	53
Gambar 26. Logo Pusat Informasi dan Kordinasi Covid-19 Jawa Barat.....	53
Gambar 27. Logo Provinsi Jawa Tengah .....	54
Gambar 28. Navigasi Website Provinsi DKI Jakarta.....	55



Gambar 29. Navigasi <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	56
Gambar 30. Navigasi <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	56
Gambar 31. <i>Content</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	57
Gambar 32. <i>Content</i> Halaman Data Statistik Kasus Covid-19 <i>Website</i> Covid-19 .....	58
Gambar 33. <i>Content</i> Halaman Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	59
Gambar 34. <i>Content</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	60
Gambar 35. <i>Content</i> Halaman Data Statistik Kasus Covid-19 pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	61
Gambar 36. <i>Content</i> Halaman Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	62
Gambar 37. <i>Content</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	63
Gambar 38. <i>Content</i> Halaman Data Kasus Covid-19 pada <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	64
Gambar 39. <i>Content</i> Halaman Vaksinasi pada <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah ..	64
Gambar 40. Tampilan <i>Footer</i> pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta.....	65
Gambar 41. Tampilan <i>Footer</i> pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat.....	66
Gambar 42. Tampilan <i>Footer Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	66
Gambar 43. <i>Whitespace</i> pada Halaman Depan, Data Statistik, dan Vaksinasi <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	67
Gambar 44. <i>Whitespace</i> pada Halaman Depan, Data Statistik, dan Vaksinasi <i>Website</i> Covid-19 Provinsi Jawa Barat .....	68
Gambar 45. <i>Whitespace</i> pada Halaman Depan, Data Statistik, dan Vaksinasi <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	69
Gambar 46. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Depan <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	70
Gambar 47. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Data Statistik <i>Website</i> Covid-19 .	70
Gambar 48. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Vaksinasi <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	71
Gambar 49. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Depan pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	71
Gambar 50. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Data Statistik pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	72
Gambar 51. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	72
Gambar 52. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	73
Gambar 53. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Data Statistik <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	73
Gambar 54. Penggunaan <i>Grid</i> pada Halaman Data Vaksinasi <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	73
Gambar 55. <i>Symmetrical Balance</i> Konten pada Halaman Depan dan Data Statistik <i>Website</i> .....	74
Gambar 56. <i>Symmetrical Balance</i> Konten pada Halaman Vaksinasi <i>Website</i> Covid-19.....	75
Gambar 57. <i>Symmetrical Balance</i> Tampilan Konten Halaman Depan pada <i>Website</i> .....	76

Gambar 58. <i>Symmetrical Balance</i> Tampilan Konten Data Statistik pada <i>Website</i>	77
Gambar 59. <i>Symmetrical Balance</i> Tampilan Konten Halaman Vaksinasi pada...	78
Gambar 60. <i>Symmetrical Balance</i> pada <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah .....	79
Gambar 61. Tampilan <i>Layout Navigation</i> dan <i>Column</i> pada <i>Website</i> Covid-19..	80
Gambar 62. Tampilan <i>Layout Navigation</i> dan <i>Column</i> pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	81
Gambar 63. Tampilan <i>Layout Navigation</i> dan <i>Column</i> pada <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	82
Gambar 64. Tampilan <i>Mobile</i> pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta.....	84
Gambar 65. Tampilan <i>Mobile</i> pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	85
Gambar 66. Tampilan <i>Mobile</i> pada <i>Website</i> Provinsi Jawa Tengah.....	86
Gambar 67. Tampilan Penerapan <i>Focal Point</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> Covid-19.....	88
Gambar 68. Tampilan Penerapan <i>Focal Point</i> Halaman Data Statistik dan Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta.....	89
Gambar 69. Tampilan Penerapan <i>Focal Point</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	89
Gambar 70. Tampilan Penerapan <i>Focal Point</i> Halaman Data Statistik dan Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	90
Gambar 71. Tampilan Penerapan <i>Focal Point</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> .....	91
Gambar 72. Tampilan Penerapan <i>Focal Point</i> Halaman Data Statistik dan Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi Jawa Tengah .....	92
Gambar 73. Tampilan Penerapan <i>Common Region</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	94
Gambar 74. Tampilan Penerapan <i>Common Region</i> Halaman Data Statistik pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	95
Gambar 75. Tampilan Penerapan <i>Common Region</i> Halaman Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	96
Gambar 76. Tampilan Penerapan <i>Common Region</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> .....	97
Gambar 77. Tampilan Penerapan <i>Common Region</i> Halaman Data Statistik dan Vaksinasi pada <i>Website</i> Covid-19 Jawa Barat .....	98
Gambar 78. Tampilan Penerapan <i>Common Region</i> Halaman Depan pada <i>Website</i> .....	99
Gambar 79. Tampilan Penerapan <i>Uniform Connectedness Drop Down Menu</i> pada <i>Website</i> Covid-19 Provinsi DKI Jakarta .....	100
Gambar 80. Tampilan Penerapan <i>Uniform Connectedness Drop Down Menu</i> pada <i>Website</i> .....	101
Gambar 81. Tampilan Penerapan <i>Uniform Connectedness Drop Down Menu</i> pada <i>Website</i> .....	101
Gambar 82. Tampilan Web Page Anatomy pada website Covid-19 Provinsi Lampung .....	102
Gambar 83. Tampilan halaman depan pada website Covid-19 Provinsi Lampung .....	103
Gambar 84. Tampilan Halaman Informasi pada website Covid-19 Provinsi Lampung .....	104
Gambar 85. Tampilan Halaman Rumah Sakit pada website Covid-19 Provinsi Lampung .....	104

Gambar 86. Tampilan Penggunaan Logo pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	105
Gambar 87. Tampilan Navigasi pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	105
Gambar 88. Tampilan Konten Halaman Depan pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	106
Gambar 89. Tampilan Konten Halaman Informasi pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	106
Gambar 90. Tampilan Konten Halaman Rumah Sakit pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	107
Gambar 91. Tampilan Footer pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	107
Gambar 92. Tampilan <i>Whitespace</i> Halaman Depan pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	108
Gambar 93. Tampilan <i>Whitespace</i> Halaman Informasi dan Rumah Sakit .....	108
Gambar 94. Tampilan <i>grid</i> Halaman Depan pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	109
Gambar 95. Tampilan <i>grid</i> Halaman Informasi pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	109
Gambar 96. Tampilan <i>grid</i> Halaman Rumah Sakit pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	110
Gambar 97. <i>Symmetrical Balance</i> Halaman Depan pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	111
Gambar 98. <i>Symmetrical Balance</i> Halaman Informasi pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	111
Gambar 99. <i>Symmetrical</i> Halaman Rumah Sakit pada <i>website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	111
Gambar 100. Penggunaan <i>One Column</i> dan bentuk Navigasi Halaman depan pada <i>website</i> .....	112
Gambar 101. Penggunaan <i>One Column</i> dan bentuk Navigasi Halaman Informasi pada <i>website</i> .....	113
Gambar 102. Penggunaan <i>One Column</i> dan bentuk Navigasi Halaman Rumah Sakit pada <i>website</i> .....	113
Gambar 103. Tampilan <i>mobile</i> dalam Prinsip <i>Resizing Layout</i> pada <i>website</i> ....	114
Gambar 104. Tampilan <i>Focal Point</i> pada Halaman Depan <i>Website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	115
Gambar 105. Tampilan <i>Focal Point</i> pada Halaman Informasi <i>Website</i> Covid-19 Provinsi Lampung .....	116
Gambar 106. Tampilan <i>Focal Point</i> pada Halaman Rumah Sakit <i>Website</i> .....	116
Gambar 107. Penggunaan <i>Common Region</i> pada Halaman Depan <i>Website</i> .....	117
Gambar 108. Penggunaan <i>Common Region</i> pada Halaman Informasi dan Rumah Sakit <i>Website</i> .....	118
Gambar 109. Tampilan Navigasi yang tidak ada penggunaan <i>drop down</i> pada <i>Website</i> .....	118

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan akan teknologi informasi sudah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Dimana penggunaannya telah mempengaruhi aktivitas kita sehari-hari, terlebih dalam masa pandemi yang masih kita hadapi sekarang. Masa pademi penyebaran akan informasi terkait *update* kasus Covid-19 dengan menggunakan media online menjadi salah satu pilihan berbagai pihak tidak terkecuali pemerintah, dalam upayanya menginformasikan kepada khalayak bagaimana penanganan yang dilakukan oleh negara dalam menekan angka kasus yang semakin meningkat dengan salah satu cara yaitu menggunakan media *website* dalam penyebaran informasi perihal Covid-19.

Menurut Abdullah (2015:1) *website* merupakan penggabungan dari sejumlah halaman yang berisi informasi berupa data digital dengan bentuk gambar, video, audio, teks dan gambar animasi lainnya yang ditampilkan dengan sambungan internet. Untuk itu penggunaan website tidak lepas dari adanya koneksi sebuah internet. Internet juga berperan adalah sebagai penyedia tautan untuk mengakses dan mengoperasikan situs web itu sendiri. Lebih jelasnya, *website* merupakan halaman-halaman yang berisi informasi yang ditampilkan oleh *browser*, seperti Mozilla Firefox, Google Chrome dan sebagainya, sedangkan internet adalah jaringan yang digunakan untuk mengirim informasi pada *website*<sup>1</sup>.

Jumlah pengguna internet di Indonesia menduduki peringkat ke 4 dunia dalam jumlah pengguna terbanyak. Dikutip dari APJII pengguna internet di Indonesia

---

<sup>1</sup> Abdullah, Rohi. (2015), hlm. 1-2.

pada tahun 2021 tercatat mencapai 202,6 juta pengguna, jumlah ini naik 15,5% atau 27 juta pengguna jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya tahun 2020 yang menyentuh angka 196,7 juta pengguna (APJII, 2021)<sup>2</sup>. Salah satu faktornya didukung pada peningkatan *traffic* penggunaan internet pada berbagai penyedia layanan internet. Permintaan pemasangan layanan internet dari berbagai penyedia.

Layanan seperti Indihome dan Biznet juga mengalami kenaikan 30 hingga 40 persen pada masa pandemi, pernyataan ini juga disampaikan oleh VP *corporate communication* PT Telkom Arif Prabowo yang menyatakan bahwa *traffic* penggunaan internet pada layanan Telkom meningkat 15 persen, hal ini terjadi dikarenakan kebijakan-kebijakan pemerintah untuk mengubah kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara langsung berubah menjadi serba berbasis online (CNN Indonesia, 2020)<sup>3</sup>.

Dalam perkembangan penggunaan internet pemerintah menggunakan layanan website untuk menginformasikan *update* kasus Covid-19 yang terjadi di Indonesia. Dikutip dari situs Kominfo yang diterbitkan pada 18 Maret 2020 Doni Monardo selaku Kepala Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, mengatakan bahwa penggunaan website dalam pendataan dan penyebaran informasi perkembangan kasus Covid-19 dilakukan sedemikian rupa agar sumber informasi untuk masyarakat terpercaya dan terstruktur dengan baik (Kominfo, 2021)<sup>4</sup>. Dengan data yang dihimpun dari *website* Covid-19.go.id, jumlah kasus di Indonesia sebanyak 4.25 juta per bulan Desember 2021. Menurut data kasus baru yang ada di website Covid-19.go.id jumlah kasus baru pada tanggal 06 Desember 2021 paling rendah dibandingkan selama perkembangan antara bulan Juli sampai Desember 2021, yaitu sebanyak 160

---

<sup>2</sup> APJII, <https://www.kominfo.go.id>, (diakses pada 23 September 2021, pukul 19:45 WIB).

<sup>3</sup> CNN Indonesia, <https://www.cnnindonesia.com>, (diakses pada 23 September 2021, pukul 20:32 WIB).

<sup>4</sup> Kominfo, <https://www.kominfo.go.id>, (diakses pada 23 September 2021, pukul 20:45 WIB).

kasus, sedangkan jumlah kasus baru tertinggi terjadi pada tanggal 15 juli 2021 sebanyak 56.757 kasus (Covid-19.co.id)<sup>5</sup>.

Dilain fungsi *website* sebagai layanan dalam media internet, *website* juga mengalami perkembangannya dalam segi tampilan dan bentuk informasi yang disajikan. *Website* tidak lagi hanya sekedar kumpulan halaman-halaman untuk menyajikan informasi berbasis text dengan latar kosong. Hal ini dikarenakan pengguna ingin mengakses *website* dengan berbagai macam perangkat seperti komputer desktop atau *smartphone* dengan berbagai tampilan yang menarik (Sebok, Vermat, 2018 : 70)<sup>6</sup>. Hal ini juga yang memunculkan berbagai macam kegiatan dan proses desain dalam tampilan sebuah *website*. Dalam perkembangannya *website* juga mengikuti berbagai tren yang muncul dalam dunia visual untuk mendukung lebih menariknya tampilan sebuah *website* itu sendiri.

Pada proses pembentukan sebuah *website* terdapat tahapan yang dilalui antara lain, proses mendesain dan penyajian konten. Untuk mencapai agar konten atau informasi dapat diterima dengan baik oleh khalayak atau komunikasi. Maka Ilmu Komunikasi berfungsi sebagai kajian dalam upaya penyajian informasi yang baik pada sebuah media khususnya *website*. Sedangkan dalam proses membentuk sebuah desain, Komunikasi Visual berfungsi dalam pemilihan unsur yang akan diaplikasikan pada *website* agar *compotition* dan *layout* pada *website* yang akan dibuat dapat sesuai dengan tujuan dari penyampain informasi dan menghasilkan sebuah *feedback* tertentu (Pundra, 2021)<sup>7</sup>.

Menurut Beaird (2014:06) ada dua pandangan utama yang dimiliki sebagian orang dalam menentukan apakah desain *website* dapat dianggap baik atau buruk, yaitu dari segi *usability* yang menitikberatkan pada fungsionalitas, penyajian, informasi yang efektif, efisien dan efektif, dan dari segi estetika,

---

<sup>5</sup> Satgas Covid-19 Indonesia, <https://covid-19.go.id>, (diakses pada 23 September 2021, pukul 21:00 WIB).

<sup>6</sup> Sebok, Vermat, (2018), hlm. 70.

<sup>7</sup> Pundra, Rengga. (2021). hlm. 3.

antara lain: presentasi yang indah, animasi dan grafis<sup>8</sup>. Oleh karena itu, sebuah website dikatakan baik jika *designer* dapat menggabungkan kedua sudut pandang tersebut, tidak hanya dari segi usability tetapi juga dari segi estetika.

Namun dalam beberapa pandangan lain terdapat berbagai macam faktor yang menjadikan kualitas informasi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan dan keperluan pengguna. Disisi lain tampilan dalam *website* juga mendukung serta menumbuhkan suatu kepuasan bagi pengguna *website* itu sendiri. Hal ini dituangkan dalam model kesuksesan suatu teknologi informasi dari Mclean dan Delone (Safitri, 2020)<sup>9</sup>. Pada dasarnya perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan yang menentukan apakah pengguna puas atau tidak.

Dalam penelitian Tarigan (Matshori, 2016) menggunakan konsep pengukuran website dengan metode webqual berdasarkan indikator kualitas informasi web, kualitas desain web dan kualitas penggunaan website. Dalam penelitian ini, tampaknya kualitas informasi web, desain web, dan kualitas kegunaan mempengaruhi kepuasan pengguna<sup>10</sup>. Tarigan (2008) menyatakan bahwa sebuah website dalam lingkungan akademik akan sangat mempengaruhi kepuasan pengguna jika faktor-faktor yang termasuk dalam webqual atau kualitas website terutama adalah kualitas *usability* yang baik<sup>11</sup>. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Tarigan sebelumnya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna akan suatu *website*. Salah satunya adalah sebuah kualitas tampilan *website* yang tertata dengan baik dalam segi tampilan dan fungsi sehingga memudahkan pengguna dalam menjalankan *website* tersebut.

Pada penelitian ini akan mengambil tiga objek *website* pemerintahan provinsi di Indonesia antara lain, DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah dimana pengambilan ketiga provinsi dalam penelitian ini berdasarkan peringkat masing-masing provinsi yang terdata pada *website* pusat penanganan Covid-19

---

<sup>8</sup> Beaird, Gorge, (2014), hlm. 6.

<sup>9</sup>Safitri, (2020), hlm.181-182.

<sup>10</sup> Matshori, (2016), hlm. 60-63.

<sup>11</sup> Tarigan, 2008, hlm. 34-47.

yaitu covid19.go.id. Peringkat tersebut terdiri dari peringkat 1 sampai 3 dalam kasus Covid-19 terbanyak dari 34 provinsi yang ada di Indonesia. Pemilihan provinsi ini bertujuan untuk melihat bagaimana kualitas dari masing-masing *website* dan melihat adakah perbedaan-perbedaan yang signifikan pada ketiga *website* tersebut, berdasarkan metode dan teori yang dipilih oleh peneliti. Maka dari itu menurut peneliti dengan meneliti ketiga *website* yang memiliki jumlah kasus Covid-19 terbanyak di Indonesia. Peneliti dapat melihat apakah dengan banyaknya jumlah kasus Covid-19 yang ada pada provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah membuat sebuah media informasinya (*website*) dapat dikatakan kurang dalam fungsinya pada penelitian ini dipilih unsur tampilan visual, sehingga menjadi salah satu pemicu jumlah pada kasus Covid-19 naik karena kurang efektif pada tampilannya yang berfungsi sebagai pendukung dalam menampilkan informasi pada *website* terkait.

Maka dari itu peneliti mengambil penelitian mengenai tampilan visual sebagai salah satu bentuk dalam nilai pada *website*. *Website* tersebut diantaranya Covid-19 pada pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung dalam menampilkan informasi berdasarkan penerapan 6 (enam) prinsip *composition and layout* dalam desain web menurut Jason Beaird (2014) serta dikaitkan dengan kajian Komunikasi Visual. Pengukuran penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis serta mendeskripsikan bagian dan unsur dari tampilan *website* Covid-19 pada pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung dengan menggunakan 6 prinsip *composition and layout*. Setelah didapatkan bagian dan unsur dari tampilan *website* yang sesuai dengan 6 prinsip desain web, lalu peneliti melanjutkan dengan menggunakan kajian Komunikasi Visual diantaranya prinsip dan unsur-unsur Komunikasi visual. Lalu peneliti menambahkan *website* Pemerintah Provinsi Lampung dalam penelitian ini, dengan tujuan sebagai media pebanding yang digunakan untuk validitas sumber pada penelitian ini.



## 1.2 Rumusan Penelitian

Peneliti merumuskan masalah berikut untuk diteliti berdasarkan uraian diatas :  
“Bagaimanakah tampilan visual *website* Covid-19 pada pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung dalam penyajian informasi berdasarkan penerapan prinsip-prinsip *composition and layout* Jason Beaird, serta prinsip visual *gestalt* dalam Komunikasi Visual pada desain web”  
?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana bentuk dari tampilan visual *website* Covid-19 pemerintahan Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung dalam penyajian informasi berdasarkan prinsip-prinsip *composition and layout* Jason Beaird, serta prinsip visual *gestalt* dalam Komunikasi Visual pada desain web.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menyalurkan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi serta sumbangan sebagai sumber bacaan, literatur, serta referensi bagi mahasiswa Universitas Lampung khususnya untuk lingkungan FISIP Jurusan Ilmu Komunikasi yang mungkin tertarik pada penelitian ilmiah yang berhubungan dengan analisis *website* dalam kajian komunikasi visual untuk desain web serta penerapannya.

### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna serta sebagai suatu tambahan informasi dan saran bagi pihak pemerintah khususnya pengelola *website* Covid-19, serta untuk masyarakat dan pihak-pihak yang bergerak dibidang

pembuatan tampilan *website* dengan menggunakan prinsip-prinsip desain web agar lebih menarik dan lebih beragam dalam segi tampilan serta fungsionalnya.

### 1.5 Kerangka Pikir

Model dari konseptual yang menggambarkan bagaimana teori berlaku untuk berbagai pertimbangan yang telah didefinisikan sebagai masalah kritis disebut sebagai kerangka pikir (Sugiyono, 2015:91)<sup>12</sup>. Maka dari itu peneliti akan menjelaskan alur proses dalam penelitian ini.

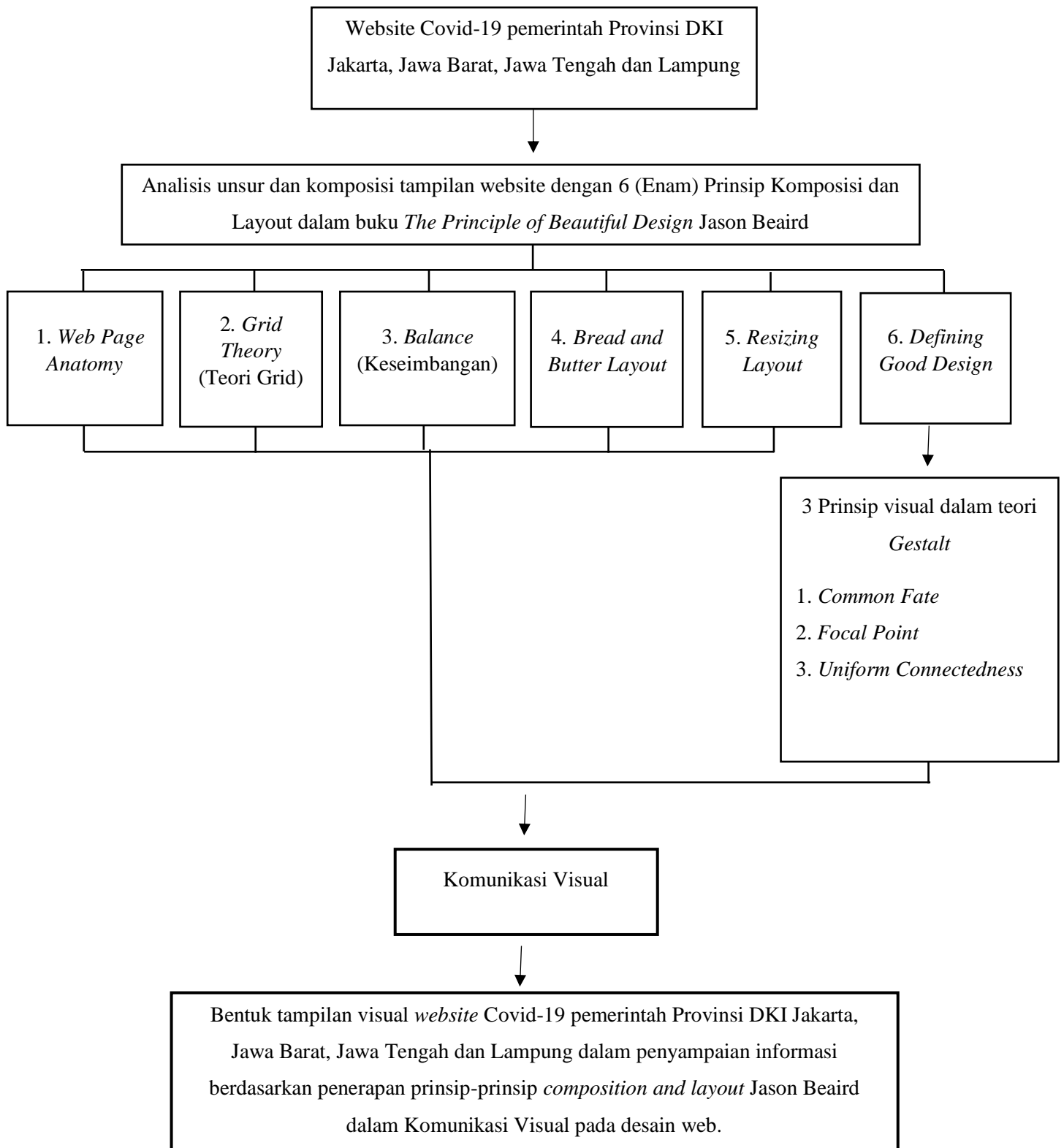
Pada langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian adalah mengumpulkan data penelitian berupa unsur dalam tampilan *website* Covid-19 pemerintahan Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah dengan mengunjungi *website* dari masing-masing provinsi yang disebutkan diatas. Peneliti melakukan pengumpulan data awal dan menelaah isi dari unsur tersebut untuk dijadikan sebagai data dalam penelitian, serta mencari beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Kemudian pada langkah selanjutnya pada data yang telah diperoleh, dilakukan proses analisis pembagian pada unsur dalam tampilan *website* Covid-19 pemerintahan Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung dengan menggunakan 6 (Enam) prinsip desain web *composition and layout* oleh Jason Beaird (2014).

Pada tahap selanjutnya pada bagian-bagian unsur dalam *website* yang sudah terbagi dan dianalisis dengan 6 (Enam) prinsip *composition and layout*, lalu pada prinsip terakhir yaitu *Defining Good Design* akan diteruskan analisisnya dengan prinsip visual dalam teori *gestalt* sebagai poin tambahan karena pada prinsip ini tidak terdapatnya poin penilaian yang jelas. Langkah terakhir jika semua unsur telah dibagi maka dilakukan analisis dengan kajian Komunikasi Visual untuk menyambungkan maksud dari prinsip dan unsur yang telah

---

<sup>12</sup> Sugiyono, 2015, hlm. 91.

sebelumnya didapati agar jelas dalam fungsi Ilmu Komunikasinya, dan langkah terakhir menyimpulkan tentang pembahasan yang didapati pada penelitian ini untuk mendapati hasil penelitian.



Gambar 1. Kerangka Pikir

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti melakukan kajian dan mempelajari lebih lanjut tentang penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Masing-masing diantaranya adalah penelitian skripsi dan jurnal, dari penelitian tersebut peneliti menelaah persamaan dan perbedaan yang akan dijadikan sebagai referensi penelitian yang akan dilakukan untuk itu peneliti akan menjabarkan penelitian terdahulu yang menjadi referensi peneliti. Penelitian tersebut diantaranya.

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu**

1.	Peneliti	Tadzkiy Hanifah. 2020. Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) Universitas Negeri Padang.
	Judul Penelitian	Analisis Kualitas <i>Website E-Commerce</i> Berdasarkan Prinsip dalam Desain Web
	Persamaan Penelitian	Metode yang digunakan memiliki kesamaan dengan peneliti yaitu Analisis deskriptif. Serta penerapan prinsip dari Jason Beaird pada <i>website</i>
	Perbedaan Penelitian	Objek penelitian <i>website E-Commerce</i> sedangkan pada peneliti merupakan <i>website Covid-19</i> Teori yang digunakan prinsip desain web sebagai teori utama dalam penelitian.
	Kontribusi Bagi Peneliti	Penelitian ini menggunakan metode dan penerapan prinsip desain web Jason Beaird, yang dimana memberikan kontribusi sebagai salah satu acuan peneliti untuk lebih memahami pengaplikasian dari metode serta prinsip dari desain web Jason Beaird.

2.	Peneliti	Nova Kristiana. 2018/ Vol.04 No.01,hal 1-13/ Jurusan Desain Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) Universitas Negeri Surabaya.
	Judul Penelitian	Aplikasi <i>Gestalt</i> Pada Desain Label Kemasan Produk Aqua
	Persamaan Penelitian	Metode yang digunakan Analisis Deskriptif dan penggunaan Teori <i>Gestalt</i> pada Desain
	Perbedaan Penelitian	Objek yang diteliti kemasan label aqua sedangkan pada peneliti merupakan <i>website</i> . Tujuan penelitian yang dimana mencari makna arti dari sebuah desain kemasan dengan teori <i>gestalt</i> .
	Kontribusi Bagi Peneliti	Penelitian ini menerapkan teori <i>gestalt</i> dalam desain sehingga penelitian ini membantu peneliti memahami bagaimana teori <i>gestalt</i> diaplikasikan pada sebuah desain kemasan dan penjelasan dalam pemaknaannya berdasarkan teori <i>gestalt</i>
3	Peneliti	Rico M. 2017. Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana.
	Judul Penelitian	Penerapan Prinsip <i>Gestalt</i> Untuk Meningkatkan <i>Usability Website</i> (Studi Kasus: Jogja.co)
	Persamaan Penelitian	Penggunaan teori, yaitu teori <i>gestalt</i> sebagai teori dalam penelitian tersebut
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode <i>usability testing</i> dan <i>heatmap</i> . Dan jenis penelitian berbeda yaitu kuantitatif.
	Kontribusi Bagi Peneliti	Kontribusi bagi peneliti menambah literatur dalam penerapan teori <i>gestalt</i> dalam pengaruhnya untuk menentukan sebuah kualitas <i>website</i> .

4	Peneliti	Fitria Ekarini. 2017/Vol.02 No.01 hal 01-13/ Jurusan Teknik Elektronika dan Informatika Universitas Negeri Yogyakarta.
	Judul Penelitian	Analisis Desain <i>Website</i> BNI, BUKOPIN, J.CO Dan <i>Mcdonald</i> Menurut Buku " <i>The Principles Of Beautiful Web Design</i> ".
	Persamaan Penelitian	Penelitian ini menggunakan kualitatif.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menggunakan 4 <i>website</i> yang terbagi 2 bidang yaitu perbankan dan <i>food company</i> . Penggunaan prinsip dari <i>The Principles Of Beautiful Web Design</i> , sebagai teori dan jenis prinsip ada yang berbeda.
	Kontribusi Bagi Peneliti	Menambahkan pemahaman peneliti untuk melihat penggunaan prinsip pada <i>The Principles Of Beautiful Web Design</i> , pada berbagai jenis <i>website</i> .

Pada penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memiliki berbagai perbedaan diantaranya pada penelitian pertama perbedaannya adalah pada pemilihan objek penelitian yang dimana peneliatan yang dilakukan oleh saudari Tadzkiy menggunakan objek *website e-commerce* sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan *website* Covid-19 pemerintah provinsi di Indonesia. Ada juga penggunaan teori yang berbeda pemilihannya dimana prinsip web pada penelitian tersebut digunakan sebagai teori utama untuk mengukur sebuah kualitas pada penelitiannya. Sedangkan pada peneliti, menggunakan teori *gestalt* dan prinsip web sebagai tolak ukur dalam penilaiannya. Dalam penelitian ini juga didapati kesimpulan dalam hasil penelitian bahwa dalam *website e-commerce* terdapat macam-macam variabel berdasarkan bentuk sudah menunjukkan bahwa komposisi dan tata letak pada *website* tersebut memenuhi kriteria dalam prinsip yang dikemukakan oleh Jason Beard.

Pada penelitian selanjutnya perbedaannya adalah pada objek penelitian dimana penelitian tersebut memilih objek sebuah desain kemasan atau label pada sebuah produk yaitu aqua. Pada penelitian ini juga mempunyai tujuan berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, dimana penelitian ini bertujuan menjabarkan makna sebuah desain kemasan produk. Sedangkan peneliti ingin melihat bagaimana sebuah kualitas tampilan *website* menurut penggunaan prinsip dari prinsip desain web dan prinsip visual dalam teori *gestalt*. Pada penelitian ini menyimpulkan bahwa pemaknaan dalam sebuah karya desain kemasan pada sebuah produk dapat menarik perhatian konsumen dalam pemelihan produk. Dalam penelitian ini juga didapati bahwa sebuah pemaknaan dengan teori *gestalt* kedalam sebuah karya desain kemasan membuat produk yang ditampilkan memiliki daya tarik visual yang lebih menarik.

Untuk penelitian ketiga pada penelitian terdahulu diatas, memiliki perbedaan pada penelitian ini adalah jenis penelitiannya yang dimana pada penelitian terdahulu tersebut menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode *usability testing* dan *heatmap*. Sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dan metode 6 (enam) prinsip dalam desain web *The Principles Of Beautiful Web Design*. Pada penelitian terdahulu yang terakhir ini, perbedaannya terletak pada jumlah dan jenis bidang pada *website* yang diteliti dan penggunaan prinsip web *The Principles Of Beautiful Web Design* sebagai teori utama dalam penelitiannya. Sedangkan peneliti menggunakan prinsip desain web menjadi alat atau metode dalam penelitian untuk menganalisis bagian-bagian unsur dalam tampilan *website* Covid-19 pemerintah provinsi di Indonesia.

## **2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi yang fungsinya untuk menyebarkan suatu informasi ke publik dengan media massa, dikenal dengan komunikasi massa. Bentuk komunikasi tersebut menggunakan media dalam bentuk pengaplikasian komunikasinya, seperti audio, visual ataupun audio visual. Komunikator menyebarkan sebuah

pesan atau informasi dengan menggunakan sebuah media kepada komunikan dengan skala besar, yang diartikan dengan massa.

Proses dalam komunikasi ini sebagaimana Lasswell menjelaskan komunikasi dengan menjawab pertanyaan, *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?* (Effendy, 2017:10). *Who Says* (siapa) merupakan unsur komunikator sebagai pengirim pesan dengan pengertian siapa yang menyampaikan sebuah pesan. *What* (apa) merupakan unsur isi pesan dari si komunikator dalam penyampaian pesan, ini merupakan isi dari pesan yang disampaikan. *In Which Channel* (melalui saluran media), yaitu media apa yang digunakan oleh komunikator pada penyampaian pesannya. Dan *What Effect* (efek yang didapatkan) merupakan penjelasan dari apa efek yang ditimbulkan oleh pesan tersebut kepada komunikan, apakah respon baik buruk ataupun umpan balik (*feedback*)<sup>13</sup>.

Dalam perkembangannya media komunikasi massa berkembang untuk lebih memudahkan khalayak dalam mendapatkan informasi secara serentak. Perkembangan tersebut memunculkan berbagai jenis media massa agar seluruh lapisan masyarakat dapat masuk ke dalam proses komunikasi massa. Menurut Cangara (2016:74), jenis media massa diklasifikasikan tiga sebagai berikut:

a. Media Cetak

Jenis media massa ini yang pertama kali digunakan di dunia, pada tahun 1920 an jenis media ini muncul dan digunakan sebagai alat untuk mendoktrin masyarakat dikarenakan hanya pihak-pihak tertentu yang dapat mengeluarkan informasi melalui media ini<sup>14</sup>.

b. Media Elektronik

Media ini diakui sebagai saluran yang dapat mengirimkan sinyal atau informasi dengan kecepatan yang lebih cepat, termasuk saat *streaming* digunakan. Media elektronik dapat berupa audio seperti radio dan audiovisual seperti televisi<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Effendy, Onong Uchjana, (2017), hlm. 10.

<sup>14</sup> Cangara, (2016), hlm. 74.

<sup>15</sup> Ibid, hlm. 75.



c. Media Online

Media online ialah jenis media massa baru, akibat kemunculan internet di kehidupan masyarakat. Media online juga menyediakan berbagai jenis konten baik dalam audio dan audiovisual, perbedaannya hanya terletak pada penggunaan internet. Media online juga dikenal sebagai hasil dari konvergensi media-media lama yang diaplikasikan dengan internet. Media online ini masuk kedalam kategori *new media* yaitu media baru yang lahir dikarenakan kemajuan teknologi yang berkembang di kehidupan masyarakat<sup>16</sup>.

### 2.3 New Media

*New Media* merupakan sebutan untuk media yang muncul dengan era industri 4.0 yang dimana peran media ini merupakan sebuah sistem baru yang melengkapi peran dari media lama, dengan peran internet sebagai pendukung. Menurut Manovich dalam bukunya *The New Media Reader* (2006:07), dijelaskan bahwa media berarti merupakan objek budaya dan paradigma baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat. Dalam penyebarannya, digunakannya teknologi komputer dan melalui data digital yang digunakan oleh aplikasi tertentu. Dengan garis besar media baru merupakan sebuah pembaharuan pada suatu model penyebaran informasi dengan menggunakan perangkat lunak. Pada media baru yang digunakan pada penelitian ini adalah sebuah *website* yang dimana menjadi media utama dalam penelitian untuk melihat penggunaan *website* dalam segi tampilannya dalam penyampaian informasi<sup>17</sup>.

Sedangkan menurut Sahar (2014:09), media baru adalah munculnya sebuah media yang seharusnya serba digital dan dipengaruhi oleh penggunaan internet akibat teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang. *New Media* memiliki konsep yang dasarnya adalah hasil dari budaya dunia maya dengan teknologi komputer modern. Data digital dikelola dan diatur oleh perangkat

---

<sup>16</sup> Ibid, hlm. 75.

<sup>17</sup> Manovich, (2006), hlm. 7.

lunak (*software*) dan teknologi komunikasi terkini dalam pengaplikasiannya<sup>18</sup>. Berikut karakteristik *New Media* antara lain:

a. Digitalisasi

Digitalisasi juga merupakan ciri media baru dimana hampir semua media dan pembawa informasi telah menyukai bentuk digital. Digitalisasi berfungsi untuk mendefinisikan kondisi kehidupan dalam budaya digital yang mirip dengan kehalusan dan modernitas.

b. Konvergensi

Ini adalah kombinasi dari pencetakan komunikasi massa, televisi, radio, internet dan teknologi yang dapat dikenakan dan interaktif di berbagai platform media digital. Konvergensi bertujuan untuk memberikan pengalaman yang dinamis.

c. Interaktives

Ini adalah proses komunikasi yang terjadi antara manusia dan platform multimedia. Dengan fungsi ini, media baru dapat menghubungkan pesan-pesan yang saling berhubungan.

d. *Virtuality*

New Media juga mengintegrasikan virtualitas, kehadiran pada platform online yang memungkinkan kita untuk lebih mudah memproses langsung objek yang Anda hubungi secara virtual.

e. *Hypertextuality*

Ini adalah karakteristik mendasar dari dokumen Internet, dibuat oleh bahasa markup hypertext sederhana (HTML). Ciri dari media baru adalah beritanya pasti menggunakan HTML internal maupun eksternal. Sejauh mana pesan terhubung satu dengan yang lainnya. Contoh dari *new media* meliputi:

---

<sup>18</sup> Sahar, Arshano, (2014), hlm. 18.

1. Situs web dan blog.
2. *Streaming* audio dan video
3. Ruang obrolan
4. *Email*
5. Komunitas *Online*
6. Media sosial
7. Aplikasi seluler *Mobile app* dan iklan web

### 2.3.1 *World Wide Web*

Menurut Nurhaddad, (2017), *World Wide Web* (WWW) adalah salah satu sistem yang terkait dengan dokumen yang digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia, dan lainnya pada jaringan internet<sup>19</sup>. Sedangkan menurut Menurut Ibrahim (2018), *World Wide Web* merupakan sekumpulan komputer yang menyediakan berbagai layanan informasi yang biasa disebut server dan di dalamnya terdapat sekumpulan komputer yang terintegrasi satu sama lainnya dengan menggunakan jaringan telekomunikasi yang rumit sehingga mereka dapat berkomunikasi dengan cepat<sup>20</sup>. Dari pengertian ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *world wide web* merupakan sistem yang menampung dan dapat memanggil halaman web serta dapat menampilkan teks, gambar, multimedia dan lainnya melalui jaringan internet.

Sedangkan *website* merupakan salah satu bentuk komunikasi melalui media massa dengan menggunakan jaringan internet yang dapat memberikan informasi tertentu dengan cakupan yang luas dan dapat diakses oleh orang banyak. Menurut Madcoms (2011), *website* adalah sebutan dari sekelompok halaman web (*web page*), dan umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau sub domain dalam *World Wide Web* (WWW) di internet<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Nurhaddad, (2017), hlm. 1.

<sup>20</sup> Ibrahim, dkk, (2018), hlm. 4.

<sup>21</sup> Madcoms, (2011), hlm. 11.

Di dalam pengaplikasiannya *website* juga memiliki beberapa jenis dalam pengaplikasiannya diantaranya :

a. *Website Statis*

Sesuai namanya statis yang dimaksudkan adalah halaman-halaman web yang tampilannya tidak berubah (*statis*). Jika pemilik atau admin web tersebut ingin mengubah bentuk tampilan atau komposisi dalam tampilan, pemilik harus melakukannya secara manual. Cara manual ini dengan mengubah kode-kode dalam struktur web itu.

b. *Website Dinamis*

Web ini kebalikan dari statis, dimana web ini dibuat spesial untuk bisa menampilkan pembaharuan postingan atau isi postingan sesering mungkin. *Website* dinamis bisa disesuaikan dengan kebutuhan baik dari sisi tampilannya maupun fiturnya dengan merubah dan mengedit tampilan maupun isi konten dengan lebih mudah tanpa harus manual. Maka dari itu web ini banyak digunakan oleh pengguna yang baru memulai mengenal sebuah *website*.

c. *Website Interaktif*

*Website* ini diciptakan untuk membuat para pengguna/admin dapat berinteraksi dengan orang lain secara *online*. Web ini juga merupakan web yang sangat banyak digunakan, dikarenakan fungsinya untuk berinteraksi.

Pada perkembangan teknologi saat ini *website* juga ikut berkembang. Pada perkembangannya *website* telah melewati banyak perubahan, dengan itu *website* telah memiliki beragam penamaan sesuai dengan perubahan yang dibawanya antara lain:

a. *Website* Versi 1.0

Versi 1.0 adalah nama situs web yang awalnya dibuat hanya menggunakan sistem statis di mana semua perubahan ditentukan oleh administrator. Versi 1.0 dianggap kurang interaktif karena membaca sifat 1.0 dari website. Oleh karena itu, jika pengguna atau pengakses ingin menambahkan atau memberikan komentar, mereka harus langsung menghubungi administrator yang memiliki hak akses melalui sistem yang telah ditentukan. Pada pandangan Ilmu Komunikasi versi 1.0 pada *website* belum memadai akan interaksi antara komunikator sebagai penyedia informasi dengan komunikan sebagai pengguna. Hal ini membuat *feedback* tidak terpenuhi karena terbatasnya fungsi dan opsi dalam versi 1.0.

b. *Website* Versi 2.0

Evolusi dari 1.0 ke 2.0 adalah tentang menyajikan konten dan tampilan di situs web itu sendiri. Versi 2.0 dirilis pada tahun 2003 dan dipopulerkan pada tahun 2004, dan versi ini lebih interaktif daripada versi 1.0, memungkinkan anda untuk dengan mudah menambahkan konten, konten, konten komentar, dan banyak lagi. Dalam hal ini, situs web versi 2.0 memiliki karakteristik sebagai berikut: Bagikan, berkolaborasi, dan gunakan. Pada versi 2.0, antarmuka pengguna (*user interface*) adalah teknologi Flex (aplikasi web serbaguna berbasis flash Macromedia, sekarang Adobe). Menurut penjelasan diatas dapat dilihat perkembangan dalam penyajian konten dan tampilan yang berkembang. Dalam sudut pandangan Ilmu Komunikasi lebih interaktif dan pengguna bisa langsung memberikan *feedback* sebagai hasil dari penyampaian informasi yang disajikan oleh komunikator. Dalam segi tampilan dikatakan lebih baik dan beragam dikarenakan pengembangan dalam tampilan lebih bervariasi lagi untuk memunculkan berbagai pandangan dalam tampilan *website* itu sendiri.

## 2.4 Landasan Teori

### 2.4.1 Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan sebuah kajian dari Ilmu Komunikasi yang merupakan komunikasi dengan mengandalkan sebuah penglihatan (visual). Komunikasi ini merupakan penyampaian pesan yang dibentuk dengan sedemikian rupa agar mudah dipahami maksud, tujuan dan pesan yang akan disampaikan hanya dengan melihat saja, dengan menggabungkan beberapa unsur seperti, kreativitas, estetika, tanda, warna dan desain. Sedangkan menurut Kusrianto dalam bukunya *Komunikasi Visual* (2009:10), suatu komunikasi yang menggunakan bahasa dalam tampilan sebuah visualisasi, dalam menyampaikan pesan. Kekuatan utama dalam penyampaian pesannya adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk penyampaian arti, makna, ataupun pesan<sup>22</sup>.

Dari penjelasan di atas, komunikasi visual adalah pesan yang dapat dilihat secara visual. Namun, dengan berkembangnya teknologi komunikasi visual, tidak hanya terkait dengan penglihatan tetapi indera lainnya juga dapat ikut serta memberikan kesan pada penontonnya. Komunikasi visual dimaksudkan untuk menunjukkan hubungan antara satu hal dengan hal lain dalam hal arah, posisi, dan skala, bertindak sebagai sarana informasi dan bimbingan. Informasi akan berlaku jika dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu yang tepat, di tempat yang tepat dan dalam bentuk yang mudah dipahami. Komunikasi visual memiliki empat teori yang dibahas dalam dua kelompok, sensual (gestur dan konstruktivisme) dan perseptual (semiotika dan kognitif).

Dalam komunikasi visual memiliki berbagai komponen atau unsur untuk mendukung pesan agar dapat tersampaikan oleh komunikan dengan baik, diantaranya:

---

<sup>22</sup> Kusrianto, (2009), hlm. 10.

a. Bentuk

Shape adalah bentuk atau bentuk dari sesuatu, seperti lingk, elips, lingkaran, persegi panjang, segitiga, dll. Dari definisi ini, kita dapat menjelaskan bahwa bentuk adalah wujud dari sesuatu. Dalam proses desain logo, bentuk menempati tempat yang sama pentingnya dengan elemen lainnya, karena bentuk geometris dapat menjadi simbol yang membawa nilai sentimental tertentu.

b. Warna

Warna secara visual memiliki kekuatan dan fungsi yang dapat mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Setiap warna dapat memberikan jawaban psikologis. Molly E. Holzschlag, seorang ahli warna, dalam artikel "Membuat palet" mencantumkan reaktivitas psikologis dari setiap warna (Kusrianto, 2009; 46)<sup>23</sup>.

c. Tata Letak (*Layout*)

Layout adalah sebuah sket rancangan awal untuk menggambarkan organisasi unsur-unsur komunikasi grafis yang akan disertakan. Usaha untuk menyusun, menata dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasif, menarik perhatian dan mendukung pencapaian tujuan secara cepat dan tepat dikenal dengan istilah tata letak (Pujrianto, 2007: 71)<sup>24</sup>.

d. Tipografi

Tipografi adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang ada, untuk membuat kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Secara mendalam tipografi banyak mempelajari tentang karakteristik, anatomi, ekspresi, persepsi, pesan visual dari masing-

---

<sup>23</sup> Ibid, hlm. 46.

<sup>24</sup> Pujiriyanto, (2007), hlm. 71.

masing huruf dan lain sebagainya termasuk dalam teks yang digunakan berupa bagian-bagian dalam penulisan. Tipografi merupakan salah satu unsur yang penting dalam dunia desain grafis selain dengan beberapa poin diatas yang sudah dijelaskan dengan adanya pemilihan jenis huruf (*font*) yang tepat maka akan dapat menghasilkan dan menciptakan sebuah rancangan desain yang sesuai. Karenanya huruf harus mempunyai perpaduan antara fungsional dan estetika (Kusrianto, 2007; 22)<sup>25</sup>.

e. Ritme

Dalam komunikasi visual ritme merupakan sebuah pola yang diciptakan dengan membuat elemen dengan mempertimbangkan pemberian ruang yang ada diantaranya. Pola yang dan urutan yang teratur juga dapat menciptakan sebuah ritme dalam suatu tampilan visual (*design*)<sup>26</sup>. Dalam ritme ada beberapa macam bentuk transisi ritme yaitu, ritme garis, ritme bidang warna, dan ritme bentuk.

#### 2.4.2 Teori Prinsip *Gestalt*

Teori *gestalt* digunakan untuk memprediksi reaksi pengamat dalam merespon sebuah karya seni dan desain karena banyak menjelaskan bagaimana persepsi visual bisa terbentuk. Mata sebagai indera pengamatan (visual) erat kaitannya dengan pembentukan persepsi manusia. Dengan hanya melihat sesuatu hal maka otak akan merespon dan menterjemahkan dalam bentuk interpretasi. Otak mempersepsikan objek visual dengan cara mengorganisasikan komponen-komponen sensasi yang memiliki hubungan, pola, ataupun kemiripan menjadi kesatuan. Hal seperti itulah yang disebut persepsi visual (Khamadi, 2015:100)<sup>27</sup>.

Fenomena alam merupakan acuan dasar bagi suatu konsep dalam desain. Ini konsisten dengan prinsip gerak tubuh, bagian dari persepsi visual. Bentuk

---

<sup>25</sup> Ibid, hlm. 22.

<sup>26</sup> Lauer, 2008, hlm. 122.

<sup>27</sup> Khamadi, (2015), hlm. 100.



tersebut merupakan hasil kumulatif dari berbagai faktor dan pengaruh dan merupakan proses yang melibatkan pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap stimulus. Teori *gestalt* dalam prinsip visual juga diartikan dengan istilah yang berarti “kesatuan yang utuh”. Teori ini menjelaskan bagaimana proses penggabungan komponen yang berbeda untuk membentuk suatu visual berupa gambar atau pola yang mewakili elemen yang sama dan menjadi kesatuan yang utuh (Anggraeni dan Nathalia, 2016: 47)<sup>28</sup>.

Pada penerapan di dalam desain *website*, *gestalt* berperan dalam menunjukkan sebuah stimulus pengguna dalam pemahaman dalam menggunakan *website* dengan menampilkan berbagai bentuk visual yang menjadi salah satu alat yang memunculkan sebuah persepsi. Yang dimana bermula dengan persepsi lalu munculah pemahaman dalam penggunaan dan arti pesan yang disampaikan pada sebuah desain web tersebut. Pada penelitian ini prinsip *gestalt* yang peneliti digunakan adalah prinsip visual yang pengaplikasiannya di dalam desain sebuah *website*. Dan dari beberapa prinsip yang ada, peneliti menggunakan prinsip *gestalt* yang sesuai dengan objek penelitian yang terkait dengan prinsip Komunikasi Visual diantaranya.

a. *Focal Point*

Merupakan prinsip yang menjadikan objek dengan *point of interest* akan lebih cepat ditangkap mata dan lebih menarik perhatian dikarenakan adanya penekan atau perbedaan dari unsur objek lainnya berupa perbedaan warna, gambar atau teks yang lebih besar ukurannya, ataupun perubahan antara pencahayaan saat teks dan gambar saat diarahkan dengan kursor.

b. *Common Region*

Prinsip *common region* dapat membantu dengan pengelompokan informasi dan penyusunan konten. Hal ini dapat meningkatkan hirarki kemudahan memindai dan membantu dalam mempromosikan informasi. Dalam penerapannya prinsip ini dapat menyatukan banyak elemen yang berbeda, menjaga mereka tetap satu dalam sebuah kelompok. Dalam hal

---

<sup>28</sup> Angriani, Lia S, dan Nathalia K, (2016), hlm. 47.

ini dapat digunakan beberapa elemen diantaranya, garis, warna, bentuk (*shapes*), dan bayangan. Hal ini berfungsi memudahkan pengguna untuk melihat beberapa konten atau informasi yang sekiranya masih dalam satu bahasan ataupun satu informasi dibagikan dengan beberapa macam bentuk tampilan dengan mengumpulkan menjadi satu tempat..

c. *Uniform Connectedness* (Kelompok yang Saling Terhubung)

Prinsip ini sesuai dengan prinsip kedekatan tetapi penempatan dan pengelompokan potongannya berbeda. Di situs web, prinsip ini sering diterapkan pada item navigasi tab dan menu *drop down*. Mereka dikelompokkan bersama karena mereka terkait satu sama lain. Fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan informasi yang sama dalam sebuah wadah yang sama dan lebih membuat tampilan dari sebuah *website* lebih terlihat minimalis.

### 2.4.3 *Composition and Layout*

*Composition and Layout* merupakan sebuah rancangan sebelum memulai proses mendesain, dimana dalam prosesnya kita membutuhkan pengamatan dan persiapan yang cukup untuk memulainya. Ada beberapa kebutuhan saat membuat sebuah desain, salah satunya adalah mengetahui tujuan, fungsi, identitas dari desain yang akan kita buat. Dalam prosesnya kita juga harus mengumpulkan banyak informasi tentang konten yang harus diaplikasikan ke dalam sebuah desain, agar kita dapat mendapatkan rancangan layout yang dapat menjadi tingkat keberhasilan dalam mendesain. (Beaird 2014:06)<sup>29</sup>.

Komposisi dan tata letak (*composition and layout*) merupakan sebuah penggabungan dari rancangan awal dalam mendesain. Menentukan apa saja yang akan diterapkan ke dalam sebuah desain seperti unsur, warna, dan bentuk yang akan menjadi dasar dalam desain itu sendiri. Setelah terbentuk sebuah *layout* maka selanjutnya disisipkan beberapa komposisi yang akan digunakan dalam desain hal ini merupakan fungsi dari *layout* dalam menggabungkan

---

<sup>29</sup> Beaird, (2014), Hlm. 6.

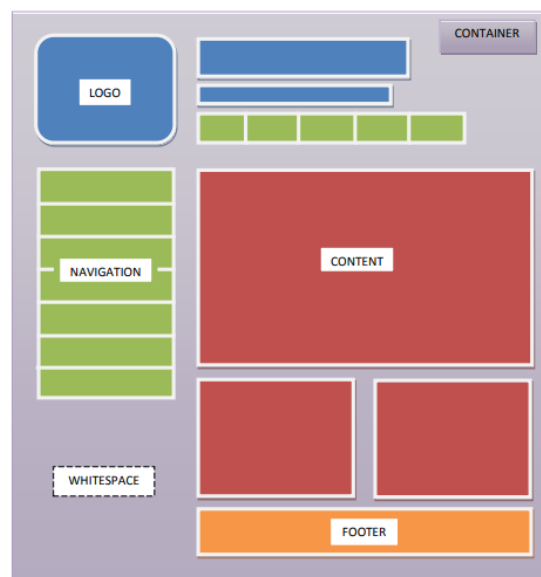
segala komposisi yang ada. *Layout* diartikan seperti menyusun elemen desain berdasarkan suatu area dalam suatu medium (desain) tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang disampaikan (Surianto Rustan, 2008:12)<sup>30</sup>.

### **Enam Prinsip *Composition and Layout***

Pada *composition and layout* pada buku *The Principles of Beautiful Web Design* yang dikemukakan oleh Jason Beaird terdapat 6 prinsip yang menjadi acuan dalam mendesain sebuah *website* yaitu:

#### a. *Web Page Anatomy* (Anatomi Halaman Web)

Halaman web terdiri dari beberapa komponen atau blok. Meskipun jumlah balok yang dibutuhkan tergantung pada ukuran dan subyek sebuah situs tersebut, dan didalam penelitian ini. Penulis akan menggunakan anatomi halaman web untuk menjelaskan bagaimana bidang dan komponen-komponen yang ditampilkan oleh *website* Covid-19 yang akan diteliti. Dan untuk melihat apa komponen yang ada pada *website* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Tabel Anatomi Halaman Web

Sumber : E-book *The Principles of Beautiful Design Web Jason Beaird*

<sup>30</sup> Rustan, dan Surianto, (2008), hlm. 12.

### 1. *Container*

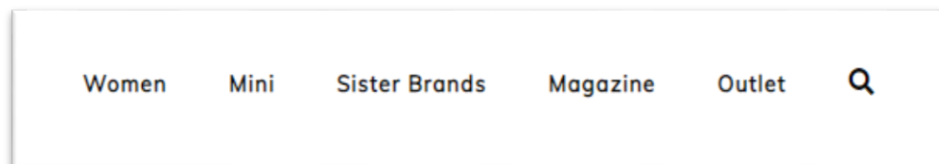
Setiap *website* mempunyai *container* (wadah/tempat). *Container* dapat berupa *tag body* halaman. Tanpa adanya sebuah wadah ini, desainer tidak dapat meletakkan konten ke dalam halaman web. Lebar dari sebuah wadah dapat berubah-ubah, maksudnya lebar dari suatu wadah dapat mengembang sesuai dengan jendela browser, atau tetap. Sehingga konten akan mempunyai lebar yang selalu sama tidak terpengaruh ukuran jendela browser.

### 2. Logo

Pada *website* sebaiknya berisikan logo diletakkan di sisi atas dengan menampilkan bentuk logo dengan nama perusahaan pada setiap halaman situs web tersebut. Dan pada saat perancangannya desainer merujuk ke logo dan warna yang ada di setiap form pemasaran, brosur, kartu bisnis, dan lain-lain.

### 3. *Navigation* (Navigasi)

Sesuatu hal yang sangat penting jika sistem navigasi mudah di cari dan digunakan. Pengguna akan berharap melihat navigasi di sisi atas setiap halaman. Apakah menu dibuat secara *vertical* di sisi halaman ataukah horizontal melintasi halaman, navigasi sebaiknya diletakkan sedekat mungkin dengan sisi atas *layout* halaman. Terakhir, seluruh item navigasi utama sebaiknya terletak “diatas lipatan”.



Gambar 3. Navigasi *Website Cottonink.co.id*

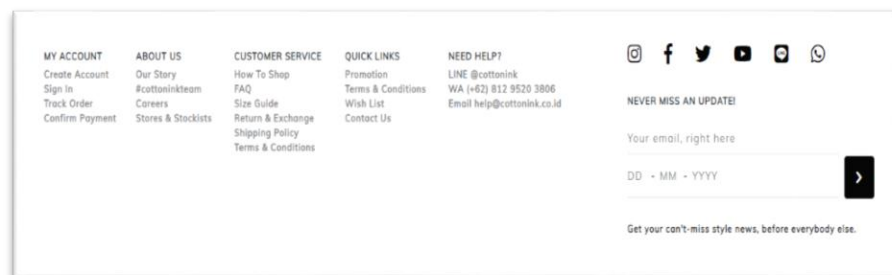
Sumber: [Cottonink.co.id](http://Cottonink.co.id)

#### 4. *Content* (Konten)

Konten merupakan inti dari sebuah *website*, karena seorang pengunjung situs web akan masuk dan meninggalkan sebuah web, jika pengunjung tidak mendapatkan informasi yang mereka cari. Lalu mereka akan pergi dan beralih menuju situs lain, maka dari itu penting sekali untuk menjaga agar konten utama menjadi fokus utama desain, sehingga pengunjung pada saat membuka halaman dapat melihat informasi yang mereka butuhkan.

#### 5. *Footer*

*Footer* terletak di bawah halaman dan biasanya berisi *copyright*, *contact*, dan informasi hukum/aturan/ketentuan, juga link ke bagian-bagian penting situs.



Gambar 4. *Footer Website Cottonink.co.id*

Sumber: cottonink.co.id

#### 6. *Whitespace*

Istilah *whitespace* atau *negative space* secara harfiah merujuk ke area halaman yang kosong. Para desainer pemula dan sebagian klien merasa perlu mengisi setiap rinci halaman web dengan foto, teks, table, dan data. Ruang kosong (*empty space*) sama pentingnya dengan konten. Tanpa manajemen ruang yang cermat, sebuah desain bisa terasa seperti ruang yang berantakan. Ruang putih membantu desain "bernapas" dan menciptakan keseimbangan dan kesatuan, dua konsep penting dalam proses desain.

b. *Grid Theory* (Teori Grid)

*Grid* merupakan sebuah kumpulan dari garis vertikal, horizontal, dan diagonal, yang nantinya akan berfungsi sebagai pengatur konten yang disematkan dalam sebuah *website* (Beaird, 2014)<sup>31</sup>. Dalam hal ini bentuk dari sistem grid berbeda-beda namun Jason menggunakan salah satunya adalah 960 grid sistem untuk membentuk sebuah susunan layout yang dapat memudahkan dalam mendesain halaman web.

**960 Grid System**

Nathan Smith menciptakan sistem grid 960, sistem ini adalah sebuah *tools* berupa template dan lembar dari sebuah sketsa yang digunakan untuk mengatur *layout* komponen dari sebuah situs web. Sistem ini adalah suatu *framework* CSS, bilangan bulat juga dapat dibagi menjadi, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 15, 16, 20, 24, 30, 32, 40, 48, 60, 64, 80, 96, 120, 160, dan seterusnya. Hal ini mampu memberikan banyak fleksibilitas untuk menentukan lebar kolom yang ideal untuk sebuah grid. Nathan menggabungkan ide-ide tersebut ke dalam kerangka dan menciptakan tiga dasar tata letak yaitu, tata letak dengan 12 kolom, 16 kolom, dan 24 kolom<sup>32</sup>. Sistem ini digunakan untuk memandu perataan sebuah *layout* halaman web termasuk komponen-komponen seperti, navigasi, konten, dan *footer*. Untuk ukuran dari masing-masing jenis kolom adalah, untuk penggunaan 12 kolom masing-masing ukurannya adalah mulai dari 60 *pixels* dengan ukuran *gutter* (jarak antar kolom) 20 *pixels*, untuk 16 kolom dimulai dari 40 *pixels* dengan *gutter* 20 *pixels*, sedangkan untuk 24 kolom, ukurannya dimulai dari 30 *pixels* dengan *gutter* 10 *pixels*.

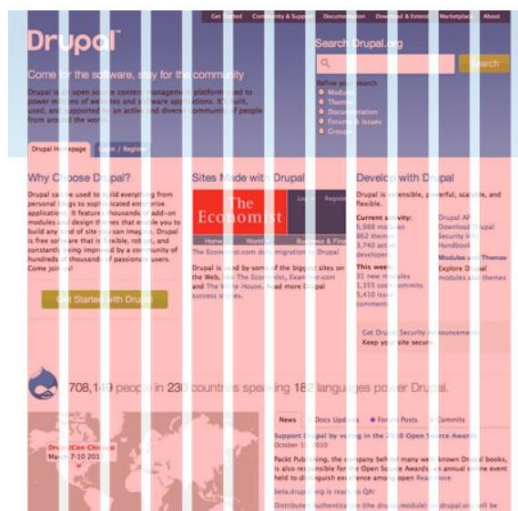
---

<sup>31</sup> Beaird, (2014), hlm. 6.

<sup>32</sup> Ibid, hlm. 7.



Gambar 5. Contoh penerapan dalam 960 grid dengan 16 kolom  
 Sumber : E-book The Principles of Beautiful Design Web Jason Beaird



Gambar 6. Contoh penerapan dalam 960 grid dengan 12 kolom  
 Sumber : Situs web 960grid (<https://960.gs>)

### c. *Balance* (Keseimbangan)

Dalam arti kiasan, konsep visual *balance* atau keseimbangan visual sama dengan kesimbangan fisik yang diilustrasikan oleh sebuah jungkat-jungkit. Sama dengan objek fisik yang mempunyai berat, demikian pula dengan elemen-elemen *layout*. Jika elemen-elemen didalam setiap sisi-sisi *layout* memiliki berat yang sama, mereka menyeimbangkan satu sama lain. Ada dua jenis dalam sebuah keseimbangan visual, yaitu:

### 1. *Symmetrical Balance* (Keseimbangan Simetris)

Keseimbangan ini disebut juga kesimbangan formal, akan terjadi apabila elemen-elemen komposisi sama di kedua sisi dari garis *axis* (vertikal). Selain seimbang berdasarkan garis *axis*, terdapat juga kesimbangan berdasarkan garis horizontal, meskipun tidak praktis bagi desain dan klien, yang diperoleh dengan menengahkan konten atau menyemibangkan konten diantara kolom.

Contoh keseimbangan horizontal ini terlihat pada *layout homepage* di bawah ini. Konten dibuat bertingkat dengan dua kolom pada bagian atas halaman dengan tiga kolom pada bagian bawah halaman, dan *layout* tetap terjaga kesimbangannya.



Gambar 7. Contoh sebuah keseimbangan horizontal

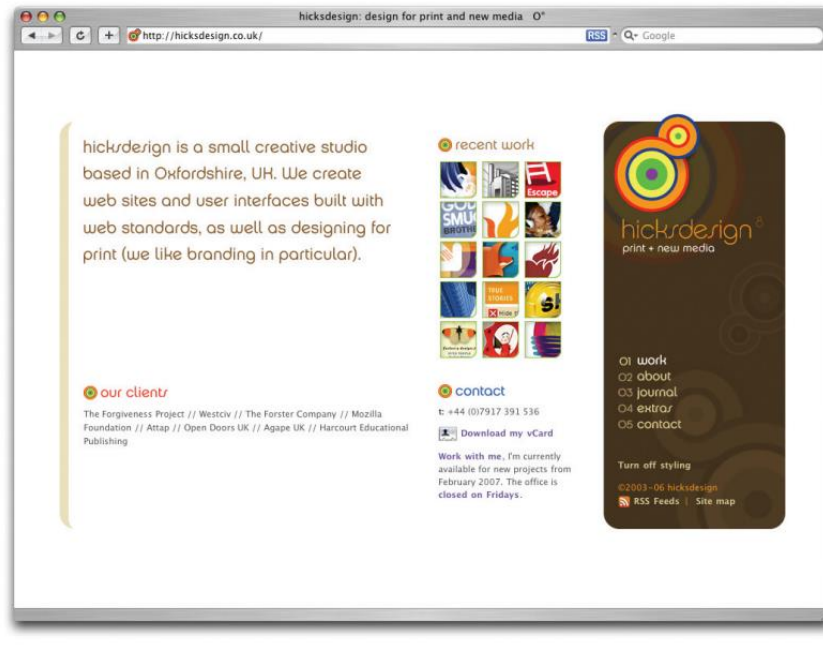
Sumber : E-book The Principles of Beautiful Design Web Jason Beard

### 2. *Asymmetrical Balance* (Keseimbangan Asimetris)

Keseimbangan asimetris atau keseimbangan informal, sedikit lebih abstrak, dan umumnya lebih menarik secara visual. Daripada keseimbangan simetris, dikarenakan sifatnya yang tidak monoton dan cenderung acak namun tetap pada tempatnya. Dengan melibatkan objek seperti ukuran, bentuk, nada, atau penempatan. Benda-benda ini diatur sedemikian rupa sehingga, meskipun tampak berbeda namun penempatan proporsi masih indah dan bagus untuk dilihat.



Menurut J Beard (2014) Tidak seperti keseimbangan simetris, asimetris lebih sering digunakan dalam pembuatan *website* dikarenakan lebih leluasa dalam pengaplikasiannya. Jika kalian pernah melihat paling banyak dua tata letak kolom situs web kalian akan melihat bahwa kolom yang lebih besar seringkali berwarna sangat terang<sup>33</sup>.



Gambar 8. Keseimbangan Asimetris dalam layout website

Sumber : E-book The Principles of Beautiful Design Web Jason Beard

Pada gambar diatas dapat dilihat untuk anatomi halaman web terdapat bilah di samping kanan berwarna coklat tebal dengan dilengkapi logo dan navigasi utama untuk situs tersebut agar memudahkan pengguna dalam penggunaannya. Meski digulir ke bawah halaman web, sistem navigasi tersebut tetap berada di sisi kanan, elemen ini memberikan keseimbangan konten lainnya pada halaman situs. Penggunaan warna pada situs diatas juga menjadi poin penting dalam penilaian seorang desainer untuk menentukan warna apa yang akan dipakai dalam situs.

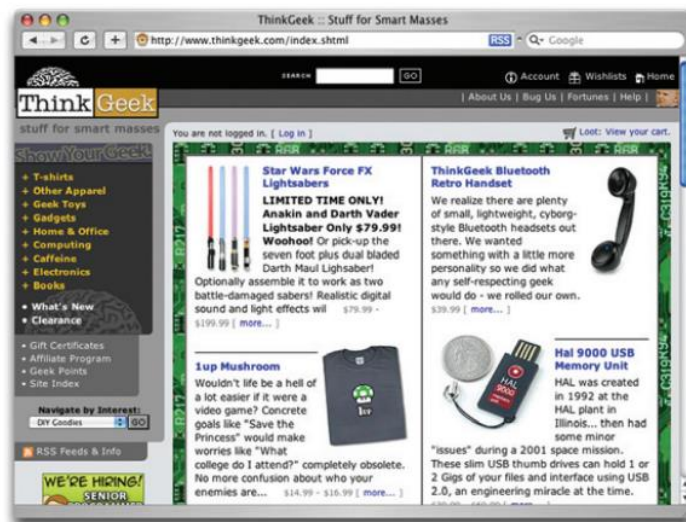
<sup>33</sup> Ibid, hlm.14.

#### d. *Bread and Butter Layout*

Merupakan salah satu istilah dalam menggambarkan sebuah jenis penggunaan kolom sebuah *layout* navigasi dan konten dalam pembuatan desain web. Ada 4 istilah penggunaan navigasi kolom pada *Bread and Butter Layout*, diantaranya:

##### 1. *Left Column Navigation*

*Left Column Navigation* merupakan istilah yang digunakan pada penggunaan kolom navigasi yang diletakan pada bagian ujung kiri dari *layout* web, atau pada *container* yang dimana bentuknya persegi panjang kebawah dengan menampilkan beberapa navigasi untuk memudahkan pengunjung web dalam pengoprasian web tersebut. Berikut dapat dilihat contoh dari *Left Column Navigation* dalam penerapannya pada *website*:



Gambar 9. Bentuk dari Penggunaan *Left Column Navigation*

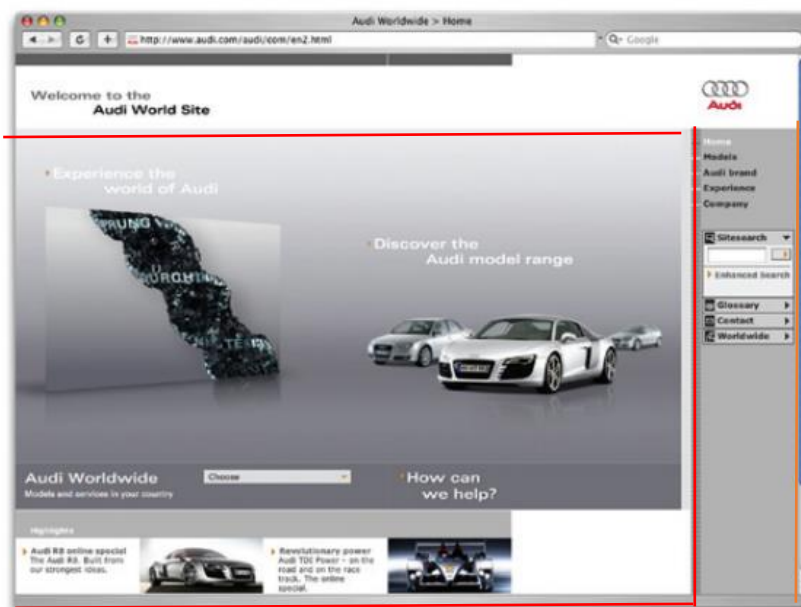
Sumber : *E-book The Principles of Beautiful Design Web Jason Beard*

Kelemahan dari situs diatas yang menggunakan *Left Column Navigation* adalah kurangnya kreativitas. Karena sudah sangat banyak web yang menggunakan jenis navigasi seperti ini sehingga kebanyakan *website* terlihat sama. Namun bukan berarti tidak boleh lagi digunakan, hanya saja jika bisa gunakan jenis peletakan navigasi yang berbeda. (Beaird 20014:23)<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> Ibid, hlm. 23.

## 2. *Right Column Navigation*

Jika sebelumnya kolom navigasi berada disebelah kiri, sekarang berseberangan yaitu dikanan. Menurut Jason Beard (2014:24) penggunaan navigasi disebelah kanan marak dipakai pada *website* barat untuk menampilkan sub navigasi, iklan atau sub konten. Dikarenakan dibarat budaya mata memindai dari kiri ke kanan, sehingga memungkinkan konten utama halaman menjadi yang pertama dilihat oleh pengguna<sup>35</sup>. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 10. Bentuk Penggunaan *Right Column Navigation*  
 Sumber : *E-book The Principles of Beautiful Design Web* Jason Beard

Kelemahan pada penggunaan *right column navigation* ini kebalikan juga dari *left column navigation* yang dimana penggunaanya marak dipakai dan cenderung pasaran. Namun untuk sebelah kanan sangat jarang, faktor ini dipicu oleh kebiasaan kebanyakan orang yang sudah lebih dulu menggunakan peletakan disebelah kiri dan lebih populer dibandingkan peletakan disebelah kanan. Namun jika dalam pembuatan *website* kalian ingin tampil beda dari yang lain. Mungkin pilihan peletakan disebelah kanan akan menjadi opsi yang baik. (Beard 2014:30)<sup>36</sup>.

<sup>35</sup> Ibid, hlm. 24.

<sup>36</sup> Ibid, hlm. 30.

### 3. *Three Column Navigation*

Peletakan jenis ini, merupakan sebuah terobosan dalam penerapan yang baru karena *layout* yang digunakan. Jenis peletakan ini membuat tiga bagian yang berbeda yang dimana disebelah kanan dan kiri dijadikan tempat peletakan navigasi dan kategori dalam konten yang akan dibuka oleh pengunjung. Untuk lebih jelasnya lihat gambar dibawah ini:



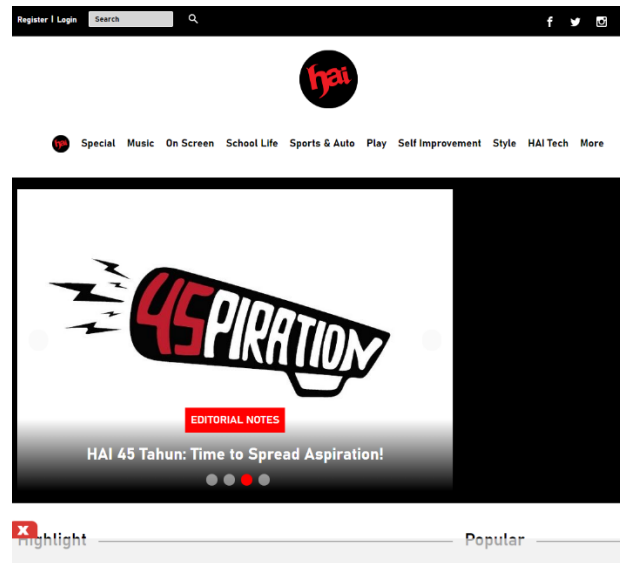
Gambar 11. Penggunaan Three Column Navigation

Sumber : *E-book The Principles of Beautiful Design Web* Jason Beard

### 4. *Navigation Magazine Style/ One Column*

Navigasi jenis ini seperti namanya yaitu navigasi yang sering diterapkan pada jenis-jenis web majalah yang disebut sebagai navigasi lokal yang dimana strukturnya lebih ke link yang disematkan pada antar halaman. Contohnya jika ada bahasan atau kajian yang kurang detail pada satu halaman maka biasanya akan diwarnai ataupun diberikan garis bawah dan dapat diklik pada text tersebut untuk diarahkan ke halaman lainnya. Untuk bentuk kolom yang disajikan oleh jenis navigasi ini biasanya berbentuk *one column* dimana navigasi akan berada di bagian atas. Menurut Jason Beard (2014) navigasi ini digunakan untuk ditunjukan agar pengguna lebih mudah mengkonsumsi informasi yang dibahas. Dengan bentuk navigasi dan tautan dalam jenis ini agar pengunjung lebih mudah jika ingin berpindah halaman

untuk mengetahui lebih dalam informasi yang disajikan secara keseluruhan<sup>37</sup>. Untuk melihat jenis penggunaan *one column* pada tampilan *website* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 12. Penggunaan *Navigation Magazine Style*  
Sumber : *Website Hai Magazine*

#### e. *Resizing Layout*

*Resizing* atau *Resize* merupakan istilah mengubah resolusi atau ukuran horizontal dan vertikal dalam suatu tampilan. Dan *Resizing Layout* adalah mengubah ukuran atau resolusi dalam tampilan *layout* pada *website*. Perangkat dan pengaturan *browser* yang mempengaruhi bagaimana *resizing* dapat terjadi. (Jason Beard 2014:29)<sup>38</sup>.

Pada *resizing* ada jenis *layout* yang disebut dengan *responsive layout*, yaitu merupakan metode yang merujuk untuk seorang *designer* atau *web development* untuk membuat suatu *layout website* dapat menyesuaikan diri sesuai dengan ukuran layar pengguna. Contohnya pada penggunaan *website* pada *desktop* ke *mobile*.

<sup>37</sup> Ibid, hlm. 31.

<sup>38</sup> Ibid, hlm. 29.

**f. *Defining Good Design* (Definisi Desain yang Baik)**

Ada dua faktor yang digunakan kebanyakan orang untuk menentukan suatu desain situs web baik atau buruk. Pertama, dilihat dari tingkat kemudahan penggunaannya yang berfokus pada fungsionalitas. Kedua dari sudut pandang estetika murni, yang melihat dari sisi nilai keindahan dan daya tarik visual dari suatu desain. Beberapa orang terperangkap dalam usaha menciptakan nilai estetika dan grafis lalu melupakan faktor *user*, sementara yang lain malah kebalikannya. Dalam usaha untuk meraih pengunjung dan mempertahankan minat mereka terhadap situs web yang kita buat, maka kedua faktor tersebut sangat perlu dimaksimalkan antara isi informasi dalam penyampaian, kemudahan dalam penggunaannya dan juga visualnya.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipilih peneliti merupakan penelitian dengan pendekatan analisis kualitatif. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, dan definisi situasi tertentu (dalam konteks tertentu). Pendekatan kualitatif lebih fokus pada proses daripada hasil akhir. Oleh karena itu, urutan operasi dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan jumlah gejala yang ditemukan peneliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unсут visual dalam tampilan website covid19.go.id dengan penerapan 6 (enam) prinsip pada *composition and layout* oleh Jason Beaird (2014) dalam Komunikasi Visual pada desain web.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif, Menurut Burhan Bungin (2001:124) penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di suatu masyarakat yang menjadi permasalahan, kemudian menarik ke permukaan sebagai ciri atau gambaran kondisi, situasi, atau variabel tertentu<sup>39</sup>. Metode ini digunakan untuk meneliti struktur dan unsur yang digunakan dalam *website* Covid-19 pemerintah provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung. Data-data yang diperoleh

---

<sup>39</sup> Bungin, Burhan, (2001), hlm. 124.

akan dikumpulkan, disusun, dideskripsikan, lalu akan disimpulkan dengan membandingkan tampilan dari masing-masing *website*.

### 3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi sumber data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti atau langsung dari sumber data yang terlokalisasi, pada penelitian ini yang dimaksudkan sumber langsung adalah *website-website* Covid-19 Pemerintah Provinsi dari masing-masing Provinsi yang peneliti pilih dalam penelitian. Teknik data utama yang peneliti gunakan yaitu dengan cara mencatat, mengelompokkan elemen dan komponen dalam tampilan *website* covid-19 pada masing-masing Provinsi.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2005:62), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data<sup>40</sup>. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

#### 1. Dokumentasi

Penelitian ini merupakan kegiatan mengumpulkan data dan dokumentasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mendukung dan memperkuat hasil penelitian online. Data dikumpulkan untuk penelitian ini sebagai komponen terlihat dari situs web Covid-19 pemerintah provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dokumenter peneliti bertujuan untuk mengumpulkan elemen dan komponen kesan situs yang peneliti identifikasi. Data yang dikumpulkan berupa *screenshot* dari tampilan *website* Covid-19 pemerintah provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah.

---

<sup>40</sup> Sugiyono, (2005), hlm. 62.



## 2. Studi Pustaka

Penelitian kepustakaan di sini adalah pengumpulan data melalui berbagai referensi seperti dokumen, buku, jurnal, serta artikel ilmiah online atau cetak yang berkaitan dengan penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan dengan membaca, menganalisis, dan mengidentifikasi berbagai sumber bacaan sebagai standar analisis kualitas tampilan website Covid-19 untuk pemerintah provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang peneliti digunakan adalah analisis kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data mendalam. Data mengandung makna. Berarti data asli atau nyata, level data yang ditentukan adalah bentuk nilai di belakang level data yang ditampilkan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan generalisasi. Tetapi lebih pada makna (Sugiyono, 2005:201)<sup>41</sup>. Ada juga teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Reduksi Data

Dikarenakan banyaknya berbagai data yang penulis peroleh dari berbagai sumber pada penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan pencatatan yang detail dan lengkap. Untuk kenyamanan penelitian. Analisis harus dilakukan segera setelah peneliti mempersempit data penelitian sebelumnya. Reduksi data adalah operasi meringkas, mengekstrak poin-poin penting dari data yang dianggap penting, dan mencari pola yang ditemukan di setiap hasil pencarian temporal.

Pada penelitian ini, bentuk langkah pada reduksi data yang dikerjakan oleh peneliti adalah mengumpulkan dan menelaah unsur tampilan dan isi dari *website* Covid-19 pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung yang dianggap penting dan sesuai dengan tujuan dan

---

<sup>41</sup> Sugiyono, (2005), hlm. 201.

topik yang dibahas. Dengan mengunjungi *website* masing-masing provinsi yang disebutkan. Peneliti melakukan pengumpulan data awal dan menelaah isi dari unsur tersebut untuk dijadikan sebagai data awal dalam penelitian, serta mencari beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan serangkaian bahan-bahan yang telah disusun yang dimana memungkinkan dilakukannya pengambilan kesimpulan dan tindak lanjut. Menurut Sugiyono (2005: 341) yang sering dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data dengan cara menggunakan teks yang bersifat naratif<sup>42</sup>.

Data yang sudah dilakukan reduksi pada pengamatan ini akan dijabarkan dalam sebuah bentuk teks. Kemudian pada data yang telah diperoleh, dilakukan juga proses analisis pembagian pada unsur dalam tampilan *website* Covid-19 pemerintahan Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung dengan menggunakan 6 (Enam) prinsip *composition and layout* oleh Jason Beaird (2014). Selanjutnya pada bagian-bagian unsur dalam *website* yang sudah terbagi dan dianalisis dengan 6 (Enam) prinsip *composition and layout*, diteruskan analisisnya dengan kajian Komunikasi Visual. Penggunaan Komunikasi Visual pada penelitian ini adalah sebagai bentuk dalam penelitian Ilmu Komunikasi dan menggambarkan pembentukan tampilan visual pada *website* dengan prinsip *composition and layout*.

## 3. Simpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan ini dilakukan berdasarkan ketepatan dari tahap reduksi data dan penyajian data. Yaitu jawaban atas persoalan yang ditelaah dalam pengamatan penelitian dan disandingkan dengan rumusan masalah. Pada kesimpulan pengamatan ini akan dilakukan dan

---

<sup>42</sup> Ibid, hlm. 341.

dijabarkan setelah proses analisis menggunakan teori yang digunakan selesai. Setelah ditemukan semua penerapan dari 6 (Enam) prinsip *composition and layout* dan Komunikasi Visual barulah dapat ditarik kesimpulan bagaimana dari tampilan visual masing-masing *website* tersebut dalam kajian teori yang digunakan.

### 3.6 Uji Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif uji keabsahan data meliputi aspek *credibility* (validitas internal) dengan menerapkan triangulasi, *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (objektivitas) (Sugiyono, 2008: 270)<sup>43</sup>. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2008: 273)<sup>44</sup>. Triangulasi sumber, sebagaimana yang dijelaskan Sugiyono (2008), bahwa triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang telah diperoleh dengan sumber yang dijadikan konsep dan acuan. Dalam hal ini salah satu triangulasi sumber peneliti lakukan adalah dengan membandingkan hasil dari *website* Covid-19 Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah dengan *website* Covid-19 Pemerintah Provinsi Lampung dengan cara menganalisis unsur dari *website* tersebut.

---

<sup>43</sup> Sugiyono, (2008), hlm. 270.

<sup>44</sup> Ibid, hlm. 273.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai analisis tampilan visual *website* Covid-19 Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Lampung dengan menggunakan enam prinsip desain web dari Jason Beaird, yakni; 1) *Web Page Anatomy*, 2) *Grid Theory*, 3) *Balance*, 4) *Bread and Butter Layout*, 5) *Resizing Layout*, 6) *Defining Good Design*, serta prinsip visual dalam teori *gestalt*, yakni; 1) *Focal Point*, 2) *Common Region*, 3) *Uniform Connectedness*. Sebagai teori pendukung dan kaitkan dengan prinsip dan unsur dalam Ilmu Komunikasi Visual. Maka berikut ini merupakan kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari proses analisis serta hasil penelitian yang telah diperoleh.

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapati pada keempat *website* Covid-19 Pemerintah Provinsi untuk tampilan informasi yang disajikan, bentuk dari penggunaan prinsip desain web Jason Beaird dan prinsip visual *gestalt* hampir semuanya sama. Namun pada penggunaan jumlah *grid* dan penggunaan *drop down* pada menu navigasi yang berbeda. Pada kedua *website* Jawa Tengah dan Lampung, peneliti tidak menemui penggunaan *drop down* pada navigasi yang termasuk kedalam prinsip *uniform connectedness*.
2. Dalam hasil penelitian, peneliti memperoleh bahwa dari keempat *website* kelengkapan informasi yang ditampilkan pada halaman *website* berbeda. Hal ini ditemukan pada *website* Jawa Tengah, karena jika dibandingkan dengan *website* DKI Jakarta dan Jawa Barat. Informasi dan konten pada beberapa halaman seperti vaksinasi, dan data statistik sangat jauh kelengkapan informasinya.
3. Pada penelitian ini *website* Covid-19 Provinsi Lampung digunakan sebagai bentuk dari keabsahan data yang menggunakan triangulasi sumber. Maka pada

*website* Provinsi Lampung berbeda akan halaman yang dianalisis. Namun untuk penggunaan dari enam prinsip desain web Jason Beaird dengan didukung prinsip visual *gestalt*, penggunaan pada tampilan informasinya sudah baik dilihat dari kelengkapan unsur dan kejelasan dari setiap bagian prinsip yang digunakan.

## 5.2 Saran

### a. Saran Akademis

Bedasarkan pada penelitian yang telah peneliti lakukan, penelitian dapat memberi saran kepada peneliti selanjutnya terutama bagi peneliti yang akan membuat sebuah karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan analisis tampilan dan unsur komposisi sebuah *website*, untuk tidak sebatas menganalisis tampilan dan unsur komposisinya saja. Tetapi juga dapat melakukan analisa lebih dalam terhadap fungsi bentuk dan efektifitas dari unsur dan komposisi yang dibentuk. Kemudian, peneliti selanjutnya juga dapat menerapkan metode atau teori yang relevan lainnya.

### b. Saran Praktis

Bedasarkan dari hasil penelitian, maka berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan.

1. Untuk pengembang atau *developer website* Covid-19 Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lampung. Teruskan pengembangan dan pemeliharaan *website*, dan berikan *update* pada informasi yang cukup serta perbaharui visual tampilan agar setiap pengguna yang mengakses akan lebih tertarik dalam menggunakan *website* untuk mencari informasi terkini yang sedang terjadi melalui *website*. Dengan adanya *update* informasi terkait daerah masing-masing pengguna dalam daerah ataupun luar daerah dapat sama-sama menerima informasi yang sama dengan berita terkini. Terkhusus pada *website* Covid-19 Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Lampung, lebih dilengkapi lagi setiap halaman kontennya.
2. Untuk para pengembang, perancang dan desainer web, dapat membentuk dan menciptakan sebuah *website* yang sangat mudah digunakan dalam segi fungsional agar para pengguna baik dari berbagai kalangan, dan juga dalam bentuk tampilan visual agar lebih dapat membuat tampilan sebuah *website*

menjadi nyaman dilihat untuk jangka waktu penggunaan yang lama serta diseimbangkan dengan konten-konten yang menarik, agar pemanfaatan *website* dan penerimaan informasi yang diinginkan sama-sama terpenuhi.

3. Untuk khalayak pengguna, dapat lebih bijak dalam menggunakan *website*. Dapat memberikan masukan dan saran kepada pengembang jika ada beberapa kendala ataupun masalah, dengan begitu pengembang ataupun desainer *website* tersebut dapat mengetahui hal-hal yang terjadi saat sebuah *website* yang dikelola butuh beberapa perbaikan dan *update*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abdullah, Rohi. 2015. *Web Proqraming is Easy*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adityawan, Arief., & Tim Litbang Concept. 2010. *Tinjauan Desain Grafis*. Jakarta: Concept.
- Anggraini, Lia S. & Nathalia, K. 2016. *Desain Komunikasi Visual Dasar – Dasar Panduan Untuk Pemula*. Penerbit Nuansa Cendikia
- Beaird, Gorge. 2014. *The Principle of Beautiful Web Design*, Canada: Site Point.
- Bungin, Burhan 2001 *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta:Gajah Mada Press.
- Cangara, 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Perada.
- Carter, 2005. *Logos Redesigned: How 200 Companies Successfully Changed Their Image*. HarperCollins.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Khamadi. 2015. *Analisis Tampilan Visual Game Super Mario Bros Dalam Kajian Persepsi Visual Sebagai Dasar Pengembangan Konsep Visual Game*. Andharupa.
- Kusrianto, 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta.
- Landa, Robin. 2014. *Graphic Design Solutions*. Boston.
- Manovich, 2006, *New Media from Borges to HTML*, The New Media Reader Ed, Noah Wardrip-Fruin and Nick Montfort.

- Margana, 2000. *Teori desain*. Surakarta: UNS Press.
- Moleong, Lexy J. 1994. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja
- Nasution. 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Penerbit Tarsito
- Poerwodarminta. 1983. *Komunikasi dan Bahasa Visual*. Remadja Karya, Bandung. Rosdan Karya.
- Pujiriyanto. 2007. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta
- Pundra, Rengga. 2021. *Komunikasi Visual*, Zahira Media *Publisher*. Purwekerto, Jawa Tengah
- Rustan, dan Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta.
- Sahar, Arshano. 2014. *Fenomena New Media 9gag*. Jakarta.
- Sebok, Vermat, 2018. *Discovering Computers ©2018: Digital Technology, Data, and Devices*. Cengage Learning
- Severin, Werner J & James W. Tankard,Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Kelima*. Jakarta:Prenada Media.
- Wahyuningsih, Sri. 2015. *Desain Komunikasi Visual*. Madura.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tondreau, B. 2011. *Layout Essentials : 100 Design Principle for Using Grids*. Beverly: Rockport Publisher.
- Trianto. 2010. *Model Pembelajaran Inovatif-Progresif Konsep, Landasan, dan Implementasi Pada Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)*. Jakarta.
- Yuhefizar, Mooduto, & Hidayat, R. (2009). *Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo



### Skripsi dan Jurnal :

- Abdullah, Aceng, dan Lilis Puspitasari. (2018). *Media di Era Internet. ProTVF*, Vol.2, No.1, Maret, 101-110.
- Bhaskara, R. D dan Christine,W. S. 2011. *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Indosiar Visual Mandiri Departemen News* .JURNAL INTEGRA Vol. 1, No. 2, Desember 2011: 191- 206
- Dianne, Bonanni. (2005). *Gender and Website Design in E-Business*. E-Jurnal Bisnis. Vol.3, No.6, 2005. 565-582.
- Ekarini, Fitria. (2015). *Analisis Desain Website BNI, BUKOPIN, J.Co Donuts dan Mcdonalds*. ELINVO, Vol.2, No.1, Mei 2017, 8-20.
- Haeryah, Yoyoh. (2017). *Representasi Maskulinitas Pada Iklan Cetak (Analisa Semiotika Iklan Rokok Djarum Black)*. Journal of Communication Studies, Vol.4 No.2 Tahun 2017, 25-26.
- Hanifah, Tadzkiy. (2020). *Analisis Kualitas Website E-Commerce Berdasarkan Prinsip Desain Web*. Jurusan Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang.
- I Ketut, Baskara (2011) *Prinsip Desain Komunikasi Visual Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Imunisasi Campak Di Denpasar Bali*. Artikel Bulan April (2011), 2 (44). p. 1.
- Kristiana, Nova. (2018). *Aplikasi Gestalt Pada Desain Label Kemasan Produk Aqua*. *Andharupa*, Vol.04 No.01 Tahun 2018, 1-13.
- Kuswanto, Heri. (2015). *Analisis Prinsip Layout and Composition pada Desain Web Perusahaan*. ELINVO, Vol.2, No.1, Mei 2017, 1-7.
- Milady, Reza. (2008). *Perancangan Sistem Pemesanan Produk Berbasis Web Pada CV. Hanif Niaga Grup*. Jurusan Teknik Informatika FST UIN Jakarta
- Prasanti, Ditha. (2016). *Perubahan Media Komunikasi Dalam Pola Komunikasi Keluarga Di Era Digital*. Jurnal Commed, Vol.1, No.1, Agustus 2016, 69-81.
- Puspita, Yesi. (2015). *Pemanfaatan New Media dalam memudahkan Komunikasi dan Transaksi*. Jurnal Pekomnas, Vol.18, No.3, Desember 2015, 203-212.
- Rustan, Suriyanto. (2008). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.

Safitri, Nadya. (2020). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi Delone & McLean pada sistem informasi Pengelolaan Proyek*. Vol. 4, No. 2, Juni 2020, 173-182

Sanjaya, Iman. (2012). *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Jurnal Penelitian IPTEK-KOM, Vol.14, No.1, Juni 2012, 1-14.

Sudarto, Penda. (2018). *Perancangan Web Sebagai Media Promosi Dan Informasi*. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*. Vol.3, No.1, Maret 2018, 82-86.

Yulius, Yosef. (2016). *Peranan Desain Komunikasi Visual Sebagai Pendukung Media Promosi Kesehatan*. Jurnal Seni Desain Dan Budaya, Vol.1, No.2, September 2016, 42-47.

### **Internet :**

<https://aptika.kominfo.go.id/2021/09/warganet-meningkat-indonesia-perlu-tingkatkan-nilai-budaya-di-internet>. Diakses pada 23 September 2021

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408124947-213-491594/pengguna-internet-kala-wfh-corona-meningkat-40-persen>. Diakses pada 23 September 2021.

<https://kominfo.go.id/content/detail/25170/pemerintah-luncurkan-situs-resmi-covid-19/0/berita>. Diakses pada 23 September 2021.

<https://covid19.go.id/peta-sebaran>. Diakses pada 23 September 2021.

<https://id.go-travels.com/99426-types-of-website-navigation-1697495-6290>. Diakses pada 01 Oktober 2022

<https://hiduptreda.com/knowledge/berbagai-macam-layout-desain-web.html>. Diakses pada 01 Oktober 2022

<https://go.travels.com>. diakses pada 11 September 2022, pukul 20:55 WIB.