

# Optimalisasi *Web Design* STMK Trisakti Berdasarkan *Prinsip Layout and Composition*

**Ferdiansyah Ali**

*ferdiansyahali75@gmail.com*

Program Studi Teknologi Grafika  
Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to determine the application of the principles of Layout and Composition based on The Principle of The Beautiful Website Design from Jason Beaird which is focused on the web page anatomy, grid theory, balance, unity, emphasis, bread and butter layout and fresh trend on STMK Trisakti website. The method used is methodology with qualitative approach. The results obtained that the website STMK Trisakti has not applied the principle of Layout and Composition with optimal.*

**Keywords:** *Layout, Composition, Website Design Principles.*

## **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan prinsip Layout and Composition berdasarkan *The Principle of The Beautiful Website Design* dari Jason Beaird yang difokuskan pada *web page anatomy, grid theory, balance, unity, emphasis, bread and butter layout* dan *fresh trend* di website STMK Trisakti. Metode yang digunakan adalah metodologi dengan pendekatan kualitatif. Hasil yang didapatkan bahwa website STMK Trisakti belum menerapkan prinsip *Layout and Composition* dengan optimal.

**Kata Kunci:** *Layout, Composition, Prinsip Desain Website*

## 1. PENDAHULUAN

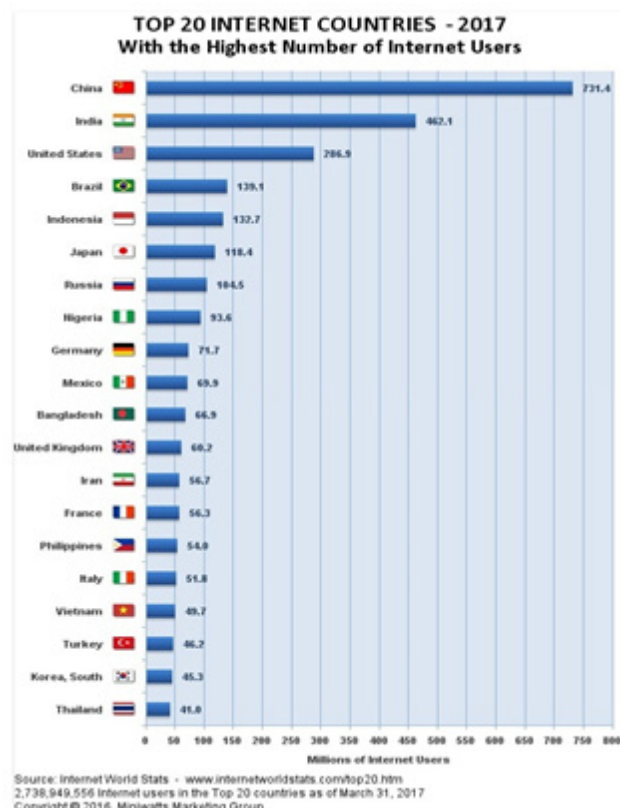
Perkembangan teknologi di era informasi, menjadikan perguruan tinggi menghadapi tantangan dengan intensitas yang semakin cepat dan kompleks. Tentunya ini sangat berpengaruh besar terhadap pengelolaan perguruan tinggi. Seiring dengan perubahan tersebut, menuntut perguruan tinggi harus segera menyadari dan mampu menyikapi beragam tantangan yang ada.

Di Indonesia pengguna internet sudah mencapai 132,7 juta orang atau sekitar 50,4% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Pengguna internet Indonesia menempati peringkat ke-5 di dunia, mengalahkan Jepang yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan.

Menyikapi antusiasme masyarakat terhadap kehadiran internet membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba merancang website atau media online melalui internet sebagai media informasi dan komunikasi kepada masyarakat luas. Beberapa perusahaan juga menggunakan fasilitas website sebagai media promosi. Dan website bisa menjadi salah satu alat *branding* yang paling penting bagi lembaga pendidikan. Perguruan tinggi dapat memberikan kesan yang tepat pada calon konsumen yang potensial, mitra bisnis, investor dan karyawan melalui website. Website dapat menjadi titik awal kontak dengan konsumen. Melalui website *brand awareness* (kesadaran

merek) konsumen terbentuk. Artinya, konsumen akan mendapatkan pengalaman dan kesan pertama melalui website. Dengan kesan pertama yang baik, konsumen akan menunjukkan reaksi positif terhadap produk dan layanan. Bahkan bukan tidak mungkin mereka cenderung akan membeli. Menurut Andi (2003), internet marketing atau pemasaran berbasis internet dapat didefinisikan sebagai penggunaan internet dan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran dan mendukung konsep pemasaran modern.

Kehadiran website dengan akses informasi yang cepat dan mudah tersebar menjadikan pasar pendidikan tinggi bertambah luas. Pada kondisi seperti ini persaingan antar perguruan tinggi semakin kompetitif. Bagaimana kemudian website



Gambar 1 : Peringkat 20 besar dunia untuk negara pengguna internet

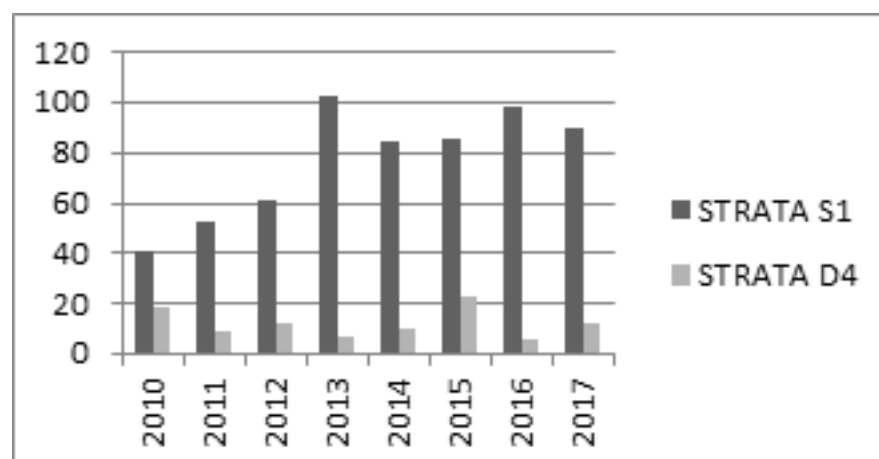
tersebut mudah untuk digunakan dan dirasakan nyaman. Agar terlihat bagus dan mampu memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung, website harus memperhatikan desain yang sesuai dengan prinsip-prinsip web design. Website yang bagus terdiri dari elemen-elemen yang saling berkaitan dan mampu menciptakan keseimbangan pada elemen tersebut (Beaird, 2010).

Pada akhirnya dalam website menempatkan desainer grafis menjadi ujung tombak penyampai informasi yang harus dapat mempengaruhi pengguna (*user*). Desain website yang menarik menjadi sangat penting agar tujuan perusahaan mudah dipelajari dan dapat diterima oleh calon konsumen khususnya dalam merancang tampilan (*interface*). Untuk memenuhi kebutuhan pengguna, desain website harus memenuhi prinsip-prinsip perancangan *layout and composition* dalam membangun tampilan. Lebih lanjut Beaird (2010) mengatakan bahwa terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam proses desain website di antaranya adalah *layout and composition, color,*

*texture, typography, dan imagery*. Namun kajian ini difokuskan pada elemen *Layout and Composition* yang mencakup *web page anatomy, grid theory, balance, unity, emphasis, dan fresh trend*.

Dalam upayanya memenangkan persaingan yang sangat kompetitif tersebut pemanfaatan website menjadi hal yang penting untuk diperhatikan Sekolah Tinggi Media Komunikasi (STMK) Trisakti. Apakah website yang ada mampu menawarkan pada masyarakat kesempatan untuk mengenal dan menyelami lebih mendalam informasi STMK Trisakti. Kemudian diyakini dengan desain website yang optimal mampu memberikan stimulasi akan timbulnya interaksi yang positif kepada para pengguna website. Dengan semakin banyaknya interaksi positif yang terjadi akan menunjukkan kesadaran terhadap keberadaan STMK Trisakti tersebut menjadi baik, yang kemudian akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih melanjutkan pendidikan ke STMK Trisakti.

Berdasarkan wawancara kepada Anto Purwadi selaku Staf Bidang Akademik STMK Trisakti mengatakan bahwa sedikitnya



Gambar 2 : Data Penerimaan Mahasiswa Baru STMK Trisakti Tahun 2010-2017

Tabel 1 : Hasil Kuesioner Survey Awal  
Keputusan Pembelian Tahun 2017

| PERTANYAAN                                                    | JAWABAN |    |       |    |
|---------------------------------------------------------------|---------|----|-------|----|
|                                                               | YA      |    | TIDAK |    |
|                                                               | F       | %  | F     | %  |
| Saya selalu menginginkan kuliah di STMK Trisakti              | 13      | 43 | 17    | 47 |
| STMK Trisakti salah satu perguruan tinggi yang bagus          | 18      | 60 | 10    | 33 |
| Saya sering mencari tahu informasi terbaru dari STMK Trisakti | 16      | 57 | 14    | 43 |
| Total                                                         | 47      | 54 | 41    | 46 |

mahasiswa yang mendaftar di STMK Trisakti pada periode 2010-2017 karena munculnya banyak pesaing perguruan tinggi dengan program studi yang sama. Dengan banyaknya lulusan SMA yang beralih memutuskan untuk mendaftar ke perguruan tinggi pesaing dan tidak memutuskan untuk mendaftar ke STMK Trisakti dapat memicu turunnya jumlah mahasiswa STMK Trisakti. Berdasarkan hasil wawancara dan asumsi tersebut, penulis melakukan survey awal kepada 30 responden mengenai keputusan pembelian dan desain website.

Dilihat dari tabel keputusan pembelian mengindikasikan sekitar 54% responden menyatakan Ya dan 46% responden menyatakan Tidak. Dari hasil diatas menjelaskan bahwa antara yang menyatakan YA dengan TIDAK memiliki selisih yang tidak terlalu besar. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian terhadap STMK Trisakti tidak terlalu baik.

Bila kondisi seperti ini diabaikan maka STMK Trisakti pada tahun-tahun mendatang akan semakin sedikit jumlah mahasiswanya.

Sementara pada Tabel Desain Website dari hasil survey yang telah dilakukan penulis terlihat bahwa persentase YA dan TIDAK memiliki selisih yang juga tidak terlalu besar. Sehingga ini mengindikasikan bahwa persepsi mengenai desain website STMK Trisakti juga terlihat tidak terlalu baik.

Kotler dan Keller (2013) menyatakan bahwa dalam memutuskan pembelian seorang konsumen, brand pun tidak luput menjadi sebuah pertimbangan. In general, the consumer purchase decision is to buy the most preferred brand. Pada umumnya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli brand yang paling disukai.

Dengan latar belakang tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul: "Optimalisasi Web Design STMK Trisakti berdasarkan Prinsip *Layout and Composition*."

Tabel 2 : Hasil Kuesioner Survey Awal  
Desain Website Tahun 2017

| PERTANYAAN                                                     | JAWABAN |    |       |    |
|----------------------------------------------------------------|---------|----|-------|----|
|                                                                | YA      |    | TIDAK |    |
|                                                                | F       | %  | F     | %  |
| Tampilan dari website STMK Trisakti unik                       | 25      | 84 | 5     | 16 |
| Visualisasi dan Layout yang menarik dari website STMK Trisakti | 15      | 50 | 15    | 50 |
| Tipografi yang baik dan mudah dibaca                           | 8       | 27 | 20    | 68 |
| Total                                                          | 48      | 54 | 40    | 46 |

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif. Moleong (2002) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Teknik analisis dalam penelitian ini melalui pendekatan *The Principles of Beautiful Web Design* dari Beaird (2010). Namun kajian ini difokuskan pada elemen *Layout and Composition* yang mencakup *web page anatomy*, *grid theory*, *balance*, *unity*, *emphasis*, dan *fresh trend*.

## 3. TINJAUAN TEORITIS

Website sebagai alat komunikasi dan informasi yang modern, memerlukan perancangan yang tepat agar dapat menarik target audiens untuk sampai dengan baik tujuan dari website itu sendiri.

Kotler dan Keller (2009) menjelaskan ketika persaingan semakin kuat, desain menawarkan satu cara potensial untuk mendiferensikan serta memposisikan produk dan jasa perusahaan. Dalam pasar yang semakin cepat ini, harga dan teknologi tidaklah cukup. Desain merupakan faktor yang sering memberi keunggulan kompetitif kepada perusahaan. Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

**Web Page Anatomy**, Beairad (2010) menyimpulkan bahwa meskipun terdapat beberapa blok, ukuran dan judul website, namun sebagian besar website memiliki elemen sebagai berikut:

- Containing Block*. Bagian dari halaman web yang membungkus semua komponen halaman web.
- Logo. Blok identitas atau blok logo harus diisi dengan identitas perusahaan, organisasi, atau pemilik situs dan diusahakan supaya muncul di setiap

halaman. Blok logo akan membentuk sebuah brand yang akan menjadi buah perhatian di dalam halaman web.

- c. *Navigation*. Bagian penting dari situs yang memudahkan pengunjung berpindah-pindah halaman.
- d. *Content*. *Content* atau isi adalah segalanya, karena disinilah sebagian besar informasi disajikan.
- e. *Footer*. Merupakan bagian bawah dan berisi informasi singkat pemilik situs (*copyright*) dan beberapa link penting dalam website.
- f. *Whitespace*. Area kosong yang membatasi antar-komponen. *Whitespace* menjadi penting agar pengunjung mempunyai ruang berhenti di antara bagian-bagian situs yang lain. *Whitespace* dapat juga diisi dengan banner atau animasi.

**Grid Theory**, Josef Miller dalam Beaird (2010) menyatakan bahwa grid system adalah sebuah bantuan, bukan sebuah jaminan, yang membolehkan beberapa kemungkinan untuk digunakan dan setiap desainer dapat mencari solusi yang tepat untuk *personal style* nya. Ada tiga bentuk utama dalam *grid theory* yaitu grid horizontal, grid vertikal, dan grid modular -yang merupakan kombinasi dari kedua bentuk grid tersebut.

*Grid system* merupakan suatu kerangka yang membantu desainer grafis mengorganisasi informasi teks atau gambar secara konsisten, bermakna, dan logis dalam sebuah halaman. Penggunaan *grid system* adalah sebagai solusi dari permasalahan ruang, mengelola ruang menjadi lebih

terstruktur menurut hierarki visual sehingga informasi lebih bersifat komunikatif (<http://www.bitebrands.co/2010/04/semua-berawal-dari-grid.html>, diakses pada 20 Desember 2107).

**Balance**, menurut Beaird (2010) *balance* merupakan keadaan atau kesamaan antara kekuatan yang saling berhadapan dan menimbulkan adanya kesan seimbang secara visual. Konsep keseimbangan visual adalah kesamaan sesuatu secara fisik yang digambarkan dengan domplengan. Jika elemen pada sisi lain dari sebuah *layout* memiliki ukuran yang sama, maka itu disebut satu keseimbangan dengan yang lainnya.

Beaird (2010) memperjelas, terdapat dua macam keseimbangan visual yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Keseimbangan simetris atau keseimbangan formal terjadi ketika sebuah komposisi memiliki elemen yang sama dengan salah satu sisi pada sebuah garis sumbu. Keseimbangan simetris dibagi menjadi dua yakni; simetri bilateral yang terjadi ketika sebuah komposisi menjadi seimbang pada lebih dari satu sumbu, simetri radial yaitu simetri yang terjadi ketika elemennya sama dari titik pusat. Keseimbangan asimetris atau keseimbangan informal yang meliputi perbedaan ukuran, bentuk, warna, isi, posisi, tekstur, dan arah mata.

**Unity**, Beaird (2010) menjelaskan bahwa teori desain menggambarkan *unity* sebagai cara di mana unsur-unsur yang berbeda dari komposisi berinteraksi satu sama lain. Terdapat dua pendekatan untuk mencapai *unity* dalam sebuah *layout* yaitu:



kedekatan (*proximity*) dan pengulangan (*repetition*). Pendekatan *proximity*, yaitu pengelompokan item-item yang berkaitan, mendekatkan item-item yang berkaitan, dan pengelompokan item-item yang berkaitan menjadi satu kelompok yang kohesif. Sedangkan pendekatan *repetition* adalah pengulangan beberapa aspek desain di keseluruhan bagian, dapat juga disebut konsistensi.

**Emphasis**, menurut Beaird (2010) *Emphasis* (penekanan) adalah tentang bagaimana membuat fitur tertentu untuk menarik perhatian pengguna. *Emphasis* dimaksudkan untuk menarik perhatian pembaca atau orang yang melihat desain website. Prinsipnya bisa dilakukan dengan cara: *placement* (penempatan), *continuance* (berkelanjutan), *isolation* (isolasi), *contrast* (kontras), dan *proportion* (proporsi). Pada website dapat diterapkan dengan cara pembuatan kotak raster atau *keynote* dengan *border*, ukuran *font* yang cukup mencolok, serta pembuatan kontras pada tekstur, warna, garis, ruang, dan pada bentuk atau motif.

**Bread and Butter Layout**, pada tampilan website terdapat tiga model *layout*, yaitu *left column navigation*, *right column navigation*, dan *three column navigation* (Beaird, 2010)

Model *layout left column navigation* merupakan *layout* yang menggunakan kolom kiri sebagai blok navigasi utama - terkadang akan terlihat navigasi di sepanjang bagian atas halaman. Sedangkan model *layout right column navigation* merupakan kebalikan dari *layout left column navigation*, dimana

yang digunakan adalah kolom kanan sebagai blok navigasi utama. Dan model *three column navigation* adalah *layout* tiga kolom yang khas memiliki kolom tengah yang lebar yang diapit oleh dua kolom navigasi.

**Fresh Trend**, dalam menentukan *layout and composition* juga memperhatikan *style* yang menjadi tren saat ini. Beberapa tren yang sering digunakan dalam website yakni *navigationless magazine style*, *expansive footers*, dan *bare-bones minimalism*.

#### 4. PEMBAHASAN

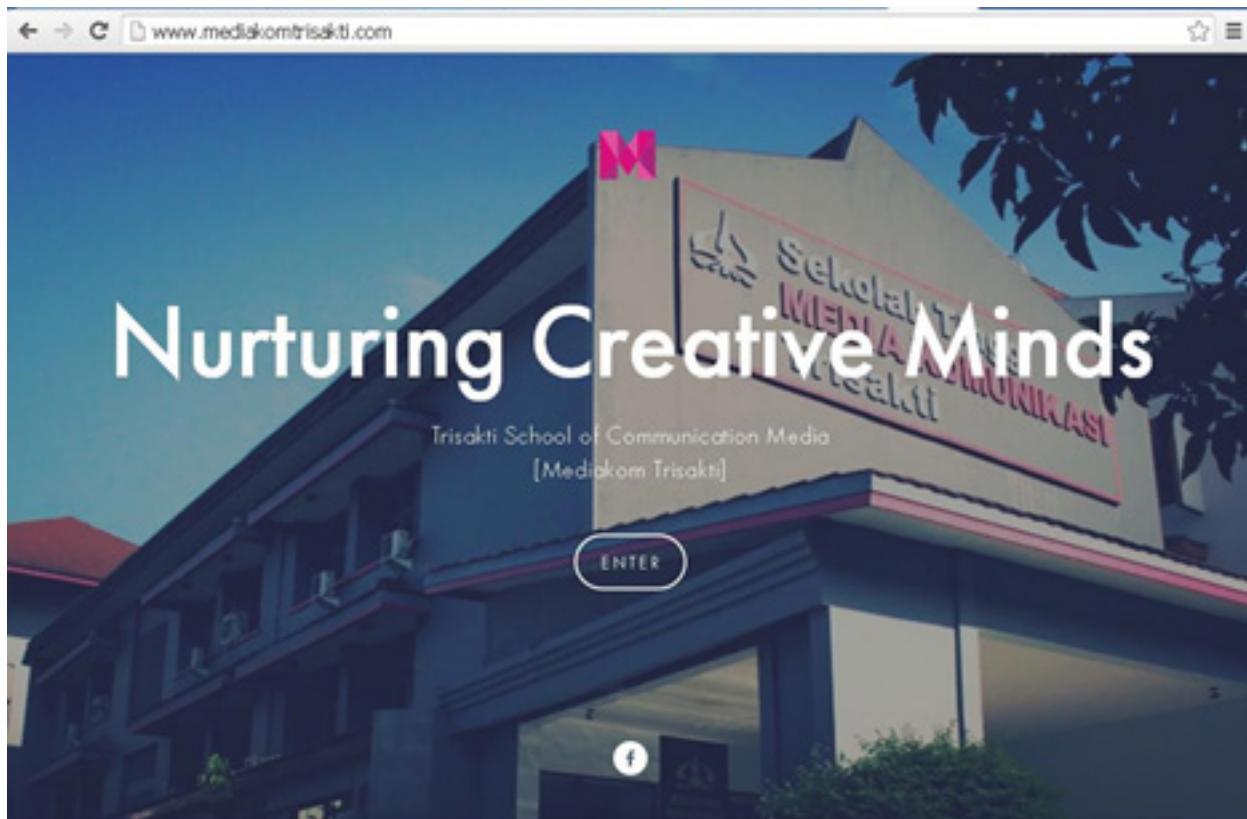
Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan ketika website perusahaan hendak dibuat. Perlu diingat bahwa website dapat menjadi titik awal kontak dengan konsumen.

Oleh karenanya dalam upayanya menarik perhatian pengunjung, tampilan desain yang baik pada website STMK Trisakti sangat diperlukan. Dengan desain website yang baik, tidak hanya dapat menarik pengunjung saja, tetapi pengunjung juga dapat merespon tujuan dari website tersebut dan mau mengunjunginya kembali.

Website STMK Trisakti yang beralamatkan di <http://www.mediakomtrisakti.com> menyajikan informasi tentang hal - hal terkait dengan STMK Trisakti sehingga dapat mempermudah seseorang mengenal secara lebih mendalam tanpa harus datang mengunjungi ke lokasi secara langsung.

##### A. Analisis Web Page Anatomy

Untuk menghindari kesan monoton,



Gambar 3 : Menu WELCOME Website STMK Trisakti

website STMK Trisakti memunculkan beberapa variasi *layout* pada masing-masing menunya. Menu WELCOME adalah halaman utama yang merupakan beranda pembuka dari website STMK Trisakti. Pada menu ini terlihat menggunakan tren desain *hero images* yaitu foto-foto atraktif untuk menarik perhatian pengunjung yang mengisi pada layar secara keseluruhan. Foto-foto ini dimaksudkan untuk menarik perhatian dan membantu menjual halaman web melalui visual. Desain ini sengaja digunakan untuk menonjolkan produk dan informasi yang ingin ditawarkan oleh STMK Trisakti.

Pada penggunaan elemen *containing block* di menu WELCOME website STMK Trisakti sudah dapat terpenuhi. Dapat dilihat elemen-elemennya memiliki *containing block* yang berpusat ditengah dan

membentuk persegi.

Namun pada logo, meskipun sudah dimunculkan logo 'M' berwarna magenta akan tetapi pengguna lebih familiar dengan logo Trisakti. Nilai jual yang terkandung pada logo Trisakti menjadi tidak menonjol, dan bahkan bisa memunculkan keraguan bagi pengguna tentang STMK Trisakti apakah benar bagian dari pengelolaan Yayasan Trisakti. Alangkah lebih tepat apabila logo Trisakti ditampilkan secara jelas pada menu welcome. Dimunculkannya logo Trisakti secara jelas dapat meningkatkan persepsi positif bagi STMK Trisakti.

Sementara penempatan *link navigation* yang diposisikan di tengah dengan penulisan ENTER yang berupa huruf kapital sebagai tombol navigasi, diharapkan pembaca mudah menjumpai navigasi tersebut. Akan





Gambar 4 : Link media sosial facebook yang tautannya sudah tidak aktif

tetapi pada *link navigation* dengan layar penuh bisa beresiko pengguna mungkin tidak sadar ada tombol navigasi yang bisa ditemukan untuk membuka halaman dalamnya. Sehingga pengguna tidak melanjutkan berselancar untuk pencarian informasi tentang STMK Trisakti.

Kemudian penggunaan *link navigation* untuk tempat tautan sosialnya yaitu ikon facebook diletakkan pada tepi bawah layar. Namun ketika *link navigation* tersebut di klik, ternyata tautannya sudah tidak aktif. Kondisi seperti ini bisa membuat pengguna menjadi tidak yakin apakah STMK Trisakti merupakan perguruan tinggi yang masih aktif atau tidak.

Pada menu WELCOME website STMK Trisakti untuk *content*, *footer*, dan *whitespace* belum dimunculkan. Halaman pembuka ini memang difokuskan sebagai ruang untuk menyajikan informasi dalam bentuk visual mengenai STMK Trisakti, sehingga meminimalisir kekacauan dari konten lainnya. Website ini menyarankan agar pengguna mengklik button ENTER bila ingin melihat halaman selanjutnya.

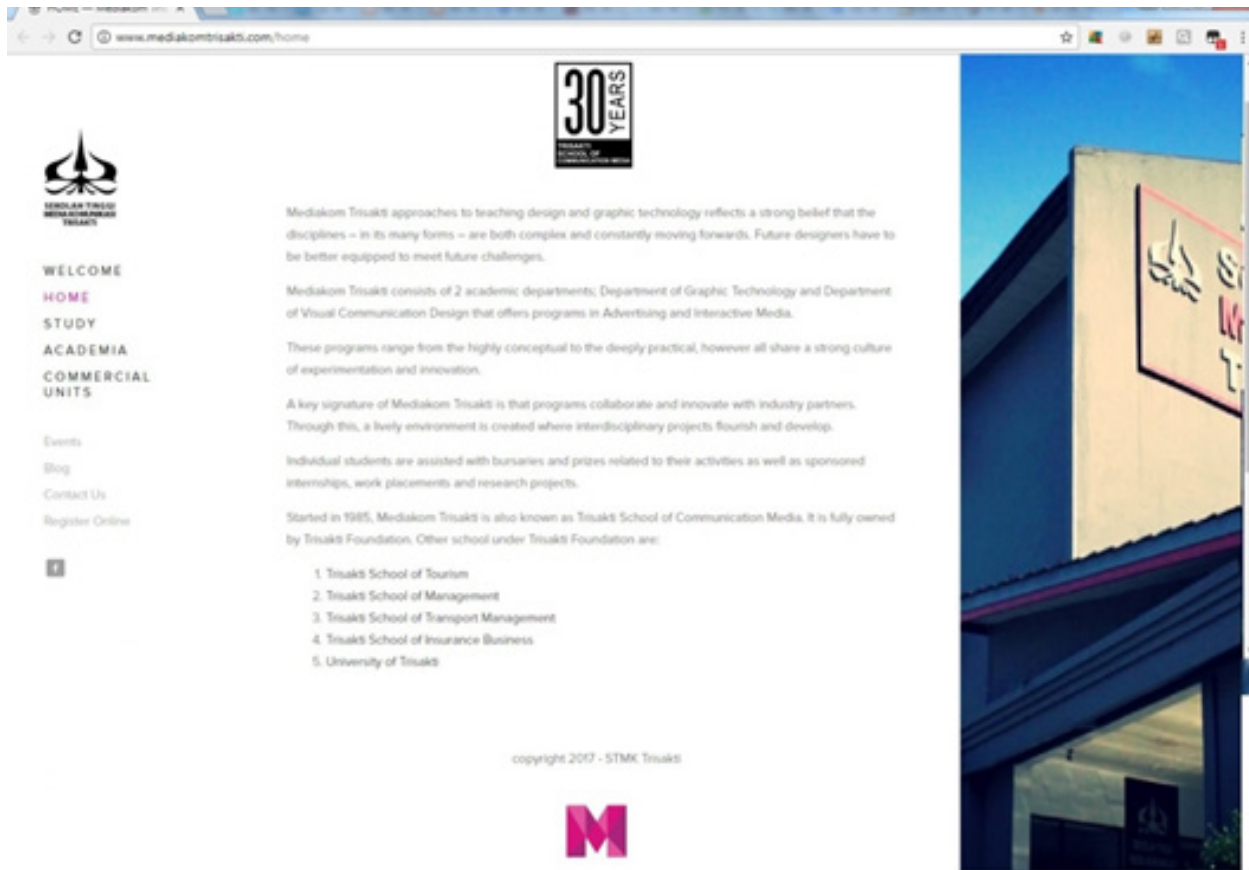
Ketika pengguna mengklik *button* ENTER maka akan bergulir ke halaman HOME website STMK Trisakti. Pada

halaman ini, *containing block* sudah terlihat pembagiannya, yaitu logo Trisakti, *navigation*, *content*, *whitespace*, dan *footer*.

Logo Trisakti yang dimunculkan pada sisi kiri atas sayangnya tetap belum diperlihatkan secara jelas dan tegas. Hal ini membuat logo Trisakti belum terlihat menonjol. Sementara pada bagian *navigation* sudah terdapat beberapa tombol menu yang mengarahkan pengguna dalam pencarian informasi, yaitu WELCOME, HOME, STUDY, ACADEMIA, dan COMMERCIAL UNITS. Kemudian lanjut dibagian bawahnya, dengan ukuran *font* yang lebih kecil dan warna berbeda lebih muda, terdapat tombol *navigation*: *Events*, *Blog*, *Contact Us*, dan *Register Online*. Pada bagian kiri bawah juga terdapat ikon facebook, tetapi link yang di tautkan juga sudah tidak aktif.

Content di halaman ini sudah mulai ditampilkan dan diletakkan di tengah tampilan website sehingga pembaca langsung bisa membaca konten dari website. Hanya saja penggunaan *font* yang kecil dan monoton bisa membuat pengguna malas membaca. Ditambah dengan penulisan content hanya dalam Bahasa Inggris, dimana kalangan pelajar yang menjadi pasar sasaran belum familiar dengan bahasa asing, menjadikan website beresiko untuk ditinggal oleh pengguna. *Content* mungkin menjadi lebih menarik bila dibuat lebih variatif dan ditambahkan dengan penggunaan Bahasa Indonesia.

Pada website STMK Trisakti, elemen *content* menjadi hal yang sangat serius untuk diperhatikan. Terlihat informasi yang ditampilkan merupakan informasi usang.



Gambar 5 : Menu HOME pada website STMK Trisakti

*Content* tidak diperbaharui secara berkala. Padahal meng-update content website secara berkala merupakan cerminan dari seberapa profesional sebuah institusi. Optimasi *content* adalah aspek yang sangat penting dalam pengembangan website. Karena *content* yang dioptimalkan akan mendapat peringkat yang tinggi di mesin pencari seperti Google, Yahoo dan lain-lain. Mesin pencari secara teratur mengindeks *content* terbaru pada suatu website dan menyimpannya dalam basis data mereka.

Seorang pengunjung website akan masuk dan meninggalkan website dalam hitungan detik. Jika pengunjung tidak dapat menemukan apa yang mereka cari, mereka pasti akan menutup *browser* atau beralih ke situs lain. Penting untuk menjaga blok

konten utama sebagai titik fokus sebuah desain sehingga detik yang berharga tidak terbuang saat pengunjung memindai halaman untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Kemudian dalam penggunaan *whitespace* yang terlalu dominan pada sebagian besar halaman, dapat membuat halaman tampak kosong dan terkesan website yang setengah jadi. Kondisi seperti ini juga memicu pengguna untuk segera meninggalkan website.

Sementara pada komponen *footer* sudah ditampilkan *copyright* STMK Trisakti. Hanya saja penggunaan *footer* akan menjadi lebih optimal kalau dimunculkan juga identitas STMK Trisakti seperti alamat dan nomor kontak. Atau ditambahkan dengan

link ke bagian-bagian penting website.

### B. Analisis *Grid Theory*

*Grid theory* yang digunakan pada website STMK Trisakti di menu WELCOME adalah satu halaman penuh. Sementara dalam menu HOME yang digunakan adalah grid vertikal yakni blok-blok elemen website tersusun dari bentuk persegi berdiri tegak.

Sebagian besar website ini menggunakan *The Rule of Thirds* vertikal dengan menggunakan garis yang menciptakan tiga kolom utama sebagai panduan *alignment* untuk blok identitas, *navigation*, *content*, dan *footer* dari sisi kiri ke sisi kanan.

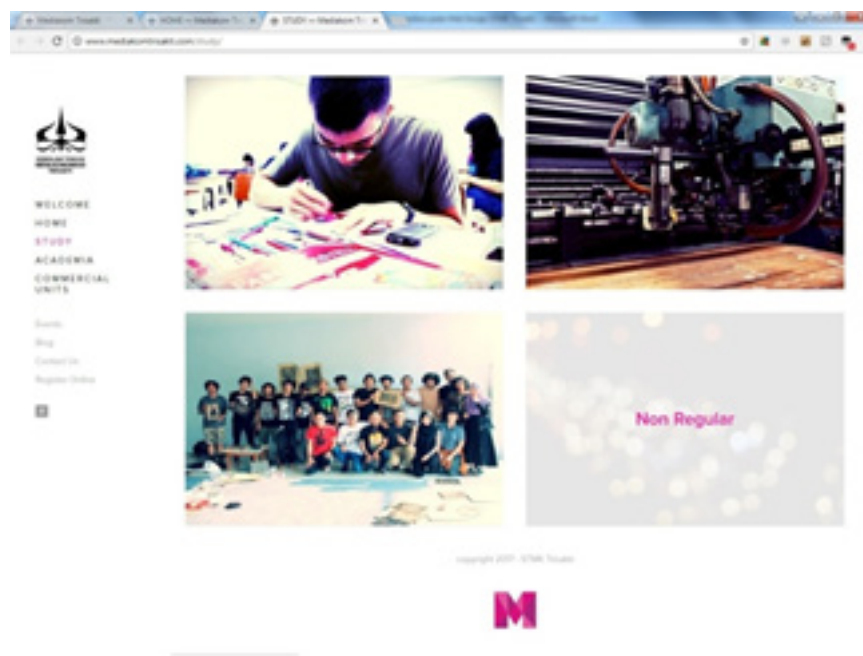
Untuk menghindari kejenuhan pengguna dalam berselancar, penggunaan *grid theory* pada website STMK Trisakti dibuat variatif. Selain penggunaan elemen grid vertikal, pada beberapa halaman dalamnya juga menggunakan grid modular.

### C. Analisis *Balance*

Pada elemen *balance* yang terdapat pada website ini menggunakan keseimbangan asimetris. Dengan perbedaan ukuran *layout*, *image*, bentuk dan penempatan namun blok-blok tersebut dibentuk berdasarkan keseimbangan dengan pendekatan keseimbangan asimetris. Pada kedua sisi *layout* tetap terlihat saling menyeimbangkan satu sama lainnya sehingga website ini tampak rapi.

### D. Analisis *Unity*

Secara keseluruhan, website STMK Trisakti menggunakan pendekatan *repetition* untuk menyatukan seluruh isi website. *Repetition* yang digunakan disini terlihat pada elemen-elemen tertentu, diantaranya jenis *font* dan ukurannya, warna putih latar belakang halaman, penempatan elemen navigasi di kiri atas, grid dengan



Gambar 6 : Menu STUDY pada website STMK Trisakti



Gambar 7 : Menu ACADEMIA pada website STMK Trisakti

garis vertikal yang kuat, dan format *layout*.

Prinsip *unity* juga digambarkan dengan pendekatan *proximity* di mana item-item dikelompokkan berdasarkan jenis layanan yang ditawarkan oleh STMK Trisakti, seperti program studi, commercial units, register online, dan struktural organisasi.

### E. Analisis *Emphasis*

Penggunaan elemen *emphasis* pada website STMK Trisakti *layout* lebih terlihat di menu STUDY dan ACADEMIA. Dimana pada *placement* dalam bentuk foto pada halaman-halaman di menu tersebut terlihat kontras. Namun di beberapa menu yang lainnya, unsur *placement* tidak digunakan secara optimal. Hal ini yang membuat informasi yang ingin disampaikan menjadi datar dan tidak mampu membuat daya tarik bagi pengguna.

Sedangkan unsur *continuance* diterapkan dengan baik dari menu satu ke menu lainnya. Hanya saja penerapannya belum dilakukan secara optimal sehingga lebih terlihat monoton.

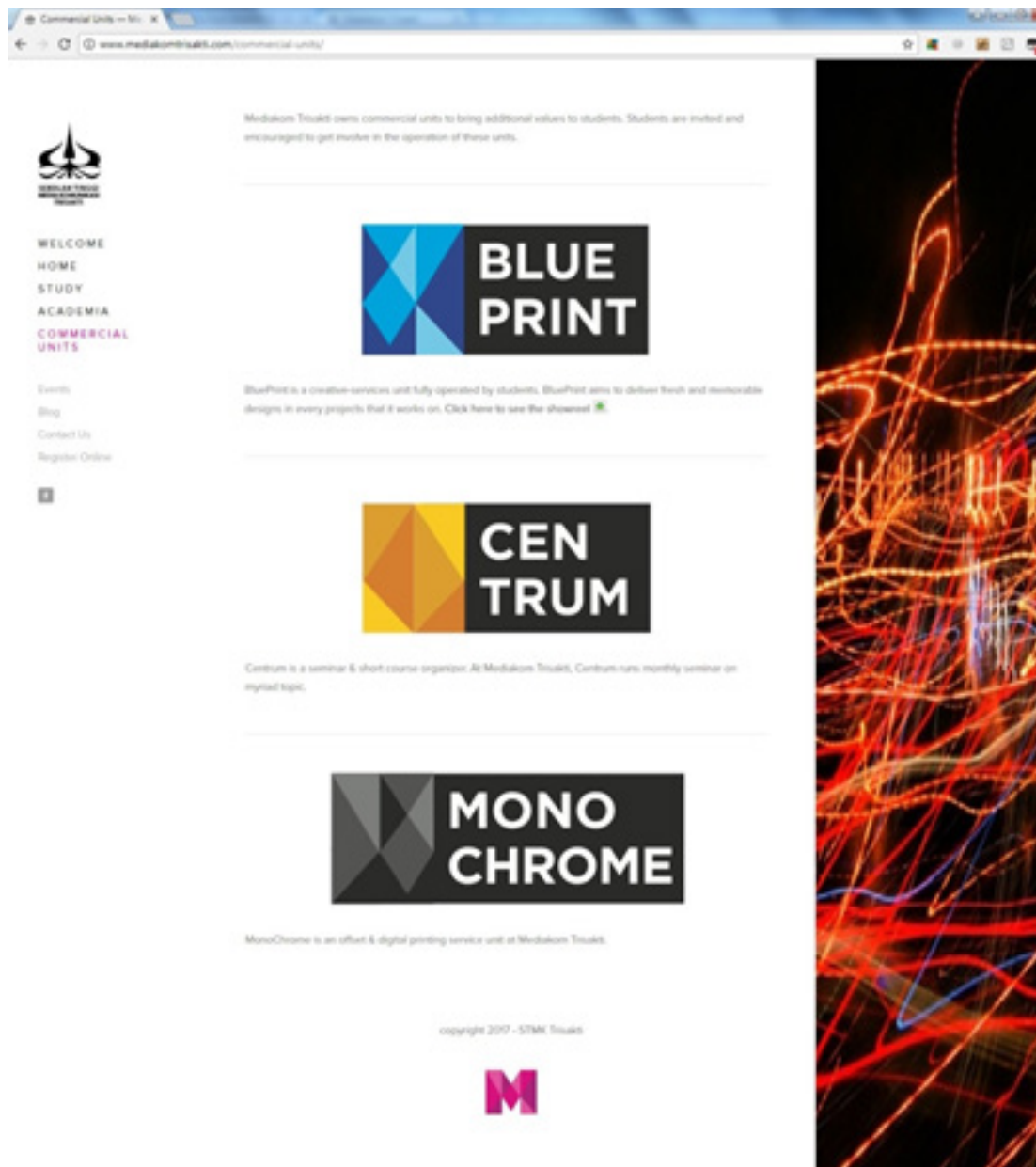
### F. Analisis *Bread and Butter Layout*

Dalam elemen *Bread and Butter layout* pada website STMK Trisakti *layout* yang digunakan sudah baik. Di website ini menggunakan *three-column navigation*, yang artinya *layout* tiga kolom khas memiliki kolom tengah yang luas diapit oleh dua kolom. Kolom sisi kiri untuk navigasi dan kolom sisi kanan ditempatkan foto.

Fungsi pada kolom sisi kanan menjadi lebih optimal apabila juga ditempatkan navigasi untuk informasi mengenai STMK Trisakti.

### G. Analisis *Fresh Trends*

Pada website STMK Trisakti ini tidak menggunakan elemen *Fresh Trends* pada desain tampilan websitenya. Sehingga tampilan websitenya masih menggunakan tampilan website standar. Apabila pada *Fresh Trends* ini ditampilkan penggunaan elemen *Expansive Footer Navigation*, maka hal ini akan mempermudah dan mempercepat pengguna untuk mendapatkan informasi kontak, navigasi website dapat lebih



Gambar 8 : Menu COMMERCIAL UNITS pada website STMK Trisakti

diperluas, dan dapat dibuatkan konten tambahan seperti twitter, Facebook, Youtube dan instagram.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis desain website teori *The Principle of Beautiful Web Design* dari Beairad (2010) pada *web design* STMK Trisakti, simpulan yang dapat diambil dari

adalah sebagai berikut:

- a. Penerapan prinsip *web page anatomy* dalam penggunaan elemen *containing block* sudah dapat terpenuhi namun belum optimal, yaitu penempatan logo yang tidak ditonjolkan dengan jelas dan tegas. Elemen navigation hanya fokus ditempatkan pada sisi kiri layar, sementara pada sisi kanan, *header* dan *footer* belum dimanfaatkan. Dan *link*



*navigation* untuk tautan media sosial facebook sudah tidak aktif.

pengunjung akan cepat jenuh dengan tampilan tersebut.

Pada elemen *content*, informasi tidak dilakukan secara berkala sehingga pengunjung tidak mendapatkan informasi yang *up to date* mengenai STMK Trisakti. Kemudian penggunaan *whitespace* yang tidak maksimal menjadikan halaman tampak kosong dan terkesan seperti tampilan halaman yang belum sempurna.

- b. Penggunaan *grid theory* berdasarkan *The Rule of Thirds* sudah dilakukan secara konsisten, hanya pada halaman-halaman tertentu dibuat lebih variatif untuk menghindari kesan monoton.
- c. Prinsip *balance* sudah diterapkan dalam bentuk keseimbangan asimetris namun tetap terkesan saling menyeimbangkan halaman satu dengan halaman lainnya.
- d. Penerapan *emphasis* pada unsur *placement* tidak dilakukan dengan optimal sehingga tampilan website terkesan datar dan informasi yang ingin disampaikan tidak bias maksimal diterima pengunjung website.
- e. Pada elemen *Bread and Butter layout* lebih dominan dengan menggunakan *three-column navigation* dan pada sisi kanan layar tidak difungsikan dengan optimal namun hanya diletakkan foto fisik gedung STMK Trisakti sehingga

- f. Penggunaan elemen *Fresh Trends* tidak diterapkan dengan optimal. Bila *Fresh Trends* ini ditampilkan penggunaan elemen *Expansive Footer Navigation*, maka hal ini akan mempermudah dan mempercepat pengguna untuk mendapatkan informasi kontak, navigasi website lebih diperluas, dan dapat dibuatkan konten tambahan seperti twitter, Facebook, Youtube dan instagram.[]

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi, 2003, *Promosi Efektif dengan Web*. Yogyakarta: Wahana Komputer.
- Beaird, Jason, 2010, *The Principles of Beautiful Web Design (2nd Edition)*. Canada: SitePoint Pty Ltd.
- BiteBrands, 2010, April 20, *Grid, Metode untuk Menciptakan Komposisi Desain yang Harmonis*. Akses dari <http://www.bitebrands.co/2010/04/semua-berawal-dari-grid.html>
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller, 2013, *Marketing Management*, 13th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall
- Moleong, Lexy J, 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya