

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1 Tinjauan Literatur Tentang Web

2.1.1 Pengertian Web

Sebuah situs web atau *website* adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*webpage*), yang umumnya merupakan dari suatu nama *domain* (*domain name*) atau *subdomain* di *World Wide Web* (WWW) di internet. WWW terdiri dari seluruh *website* yang tersedia kepada public. Halaman-halaman sebuah *website* diakses dari sebuah **URL** (*Uniform Resource Locator*) yang menjadi *root*, yang disebut *homepage* (halaman induk; sering diterjemahkan menjadi “beranda”, “halaman muka”), dan biasanya disimpan dalam server yang sama.

World Wide Web pada dasarnya adalah sekumpulan *file* yang berbeda (dari seluruh dunia) yang terhubung satu dengan lainnya, sehingga pengguna dapat melihat suatu *file* yang terhubung dengan *file* lainnya dan mengikuti sambungan tersebut menuju *file* berikutnya (Izawa, par. 1).

Website adalah presensi dari sekumpulan *web page* dalam sebuah *cyberspace* yang merupakan pada merupakan bagian dari *World Wide Web*. Dengan kata lain, *website* merujuk pada “kehadiran” dari sekumpulan data ini di suatu tempat di *cyber-space*, tidak merujuk pada geografis seperti yang terimplikasi dari istilahnya. Umumnya *website* memiliki *homepage*, yang merupakan titik awal dari kunjungan pengguna ke sebuah *website*, yang kemudian dapat mengakses *page-page* lainnya dari *website* tersebut (Rosa, par. 1-4).

2.1.2 Sejarah dan Perkembangan Web

Setelah kelahiran internet, yang merupakan kelanjutan dari proyek Deplan Amerika Serikat **ARPA** pada 1968 dengan tujuan awal sebagai mekanisme pertahanan dalam menghadapi ancaman perang nuklir, organisasi-organisasi mulai meilirik untuk ikut mengimplementasikan jaringan mereka sendiri dalam organisasinya, hal ini menyebabkan para pengguna awal, yang dibatasi hanya sebatas kalangan militer, universitas dan institusi riset resah akan terjadinya perlambatan pada waktu respon diakibatkan akan semakin ramainya internet.

Namun, setelah mendapatkan persetujuan dari pemerintah untuk mengakses internet dengan tujuan komersil, kenyataan yang terjadi adalah sebaliknya, kalangan bisnis menyadari bahwa mereka dapat mempercepat operasi mereka dan menyediakan layanan yang baru dan lebih baik bagi konsumennya, sehingga mereka mulai menginvestasikan banyak uang dalam pengembangan dan peningkatan internet. Ini berimbas pada sebuah iklim kompetisi yang ganas diantara penyedia-penyedia layanan komunikasi dan *supplier hardware* dan *software* untuk menjawab kebutuhan pasar. Hasilnya adalah peningkatan yang luar biasa signifikan pada *bandwidth* (kapasitas pembawa informasi) dan ongkos yang semakin terjangkau.

Hingga awal tahun 1990-an, para pengusaha/perusahaan hanya mengenal Koran, tabloid, majalah, radio televise dan bioskop, selain media luar ruang sebagai sarana beriklan. Di antara media ini, televisi merupakan media terbesar yang meraup dana iklan. Namun, seiring dengan ditemukannya *World Wide Web*, sebuah sistem jaringan lebar (*network-wide*) *hypermedia*, peta periklanan dunia mulai berubah. Web merupakan media yang lebih mudah yang pernah ada bagi kepentingan bisnis untuk menyebarkan informasi dan meraih pelanggan di internet. Internet bagaikan sebuah pusat perdagangan terbesar di dunia dan *website* adalah salah satu toko/kios/kantor di pusat perdagangan tersebut. (Hendrawan, par. 9)

Web yang awalnya masih berupa *static page HTML* ini berkembang dan dilengkapi oleh bahasa-bahasa kode dan pemrograman baru, yang semakin menunjang penampilan dan interaktivitasnya, kemunculan *Javascript* pada 1995, *Cascading Style Sheet (CSS)* pada 17 Desember 1996, dan *JQuery* pada 2006 telah meningkatkan kebutuhan akan *interface* dan penampilan yang menarik dalam sebuah *webpage*, sehingga saat ini *web* telah menjadi *medium* baru bagi desainer grafis dalam berkarya di dunia *digital*. Peningkatan interaktivitas *web* dengan munculnya teknologi-teknologi baru ini memunculkan istilah *web* terbaru untuk mendukung terjadinya pembagian informasi, interoperabilitas, desain yang berbasis *user*, dan kolaborasi dalam *World Wide Web*. Contoh *web* yang lahir dengan mengusung semangat *web 2.0* ini adalah situs *social networking*, *blog*, *wiki*, *video sharing*, *hosied services*, aplikasi *web*, dan *folksonomies*.

Menurut Wikipedia, yang menjadi kunci perbedan dari *web 2.0* dan *web 1.0* adalah keterbatasan *web 1.0* yang mengharuskan pengguna internet untuk datang ke dalam *website* tersebut dan melihat satu persatu konten di dalamnya. Sedangkan *web 2.0* memungkinkan pengguna internet dapat melihat konten suatu *website* tanpa harus berkunjung ke alamat situs yang bersangkutan. Selain itu, kemampuan *web 2.0* dalam melakukan aktivitas drag and drop, auto complete, chat, dan voice seperti layaknya aplikasi desktop, bahkan berlaku seperti sistem operasi, dengan menggunakan dukungan AJAX atau berbagai plug-in (API) yang ada di internet. Hal tersebut akan merubah paradigma pengembang software dari distribusi produk menjadi distribusi layanan. Sedangkan karakter lainnya, kolaborasi dan partisipasi pengguna, ikut membantu memperkuat perbedaan pada *web 2.0*. Suatu *website* dapat saja memasukan beberapa bahkan tujuh karakter *web 2.0* di dalam situs yang dibangunnya.

Dengan membuat sebuah homepage, di dalam web, perusahaan dapat mengirimkan pesan mereka ke seluruh dunia layaknya sebuah billboard raksasa di sebuah jalan tol informasi (*information superhighway*). Pelanggan potensial yang tertarik terhadap pesan yang ada di *website* tertentu dapat memperoleh informasi produk atau jasa tertentu lebih jauh hanya dengan dari satu layar ke layar lain dengan begitu mudahnya. Inilah yang disebut dengan Internet Advertising. Secara harafiah dapat diterjemahkan menjadi periklanan/beriklan di internet. (Darmawan, hal. 188).

Terminologi *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah *domain* atau *subdomain*, yang tepatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di internet. Sebuah *web page* adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang hampir melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari *website* dapat diakses melalui sebuah URL yang biasanya disebut *homepage*. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hierarki, meskipun *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman

tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Beberapa *website* membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para *user* bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut. Contohnya ada beberapa situs bisnis, situs *e-mail* gratisan, yang membutuhkan subskripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

Sebuah *website* dapat berupa hasil kerja perorangan atau individu, atau menunjukkan kepemilikan dari sebuah organisasi, perusahaan, dan biasanya *website* menunjukkan beberapa topic khusus atau kepentingan tertentu. Sebuah *website* bisa berisi *hyperlink* yang menghubungkan ke *website* lain. Jadi kadangkala perbedaan antara *website* yang dibuat oleh individu dan *website* yang dibuat oleh organisasi bisa saja tidak kentara.

Web ditulis, atau secara dinamik di konversi menjadi HTML dan diakses melalui sebuah program perangkat lunak (*software*) yang biasa disebut dengan *web browser*, yang dikenal juga dengan *HTTP Client*. Halaman web dapat dilihat atau diakses melalui jaringan computer dan internet, perangkatnya dapat berupa *Personal Computer*, *Laptop Computer*, *PDA* ataupun *Cellphone*.

Sebuah *website statis* adalah salah satu bentuk *website* di mana isi dari *website* tersebut tidak dimaksudkan untuk di update secara berkala, dan biasanya dijaga secara manual oleh beberapa orang yang menggunakan perangkat lunak *editor*. Ada 3 tipe kategori perangkat lunak *editor* yang biasa dipakai untuk tujuan *maintaining* ini, yaitu sebagai berikut.

Elemen 1 *Text Editor*. Contohnya adalah *Notepad* atau *TextEdit*, dimana HTML diubah di dalam program *editor* tersebut.

Elemen 2 WYSIWYG editor. Contohnya Microsoft Frontpage dan Macromedia Dreamweaver, dimana situs di edit menggunakan GUI (*Graphical User Interface*) dan format HTML ini secara otomatis dibuat oleh *editor* ini.

Elemen 3 *Editor* yang sudah memiliki *template*, Contohnya Rapidweaver dan iWeb. *Editor* ini memperbolehkan *user* untuk membuat dan *mengupdate websitenya* langsung ke *web server* secara cepat, tanpa harus mengetahui apapun tentang HTML. Mereka dapat memilih *template* yang sesuai dengan keinginan mereka, menambah gambar atau obyek, mengisinya dengan

tulisan, dan dengan sekejap mata mereka sudah dapat membuat *website* tanpa harus melihat kode-kode HTML.

Sebuah *website* dinamis adalah *website* yang secara berkala informasi di dalamnya berubah. *Website* ini bisa berhubungan dengan *user* dengan berbagai macam cara atau metode (*HTTP cookies* atau *Variable Database*, sejarah kunjungan, *variable* sesi dan lain-lain) bisa juga dengan interaksi langsung menggunakan *form* dan pergerakan *mouse*. Ketika *web server* menerima permintaan dari *user* untuk memberikan halaman tertentu, maka halaman tersebut akan secara otomatis diambil dari media penyimpanan sebagai respon yang diminta oleh *user*. Sebuah situs dapat menampilkan dialog yang sedang berlangsung diantara dua *user*. Memantau perubahan *situasi*, atau menyediakan informasi yang berkaitan dengan *user*.

2.1.3 Karakteristik Web

WWW atau *World Wide Web* pada dasarnya bukan sekedar aplikasi dalam internet. Ia diciptakan oleh penemunya dengan tujuan mengubah dunia (Tan 21). WWW sendiri mempunyai karakteristik atau ciri khas yang dapat memberikan dampak bagi masyarakat dunia. Karakteristik tersebut antara lain:

a. **Komunikasi Multimedia**

Dahulu, komunikasi melalui media internet hanyalah menggunakan tulisan dan suara saja. Seiring dengan perkembangan jaman, komunikasi yang berbentuk menggunakan kombinasi antara tulisan, gambar, suara, video bahkan animasi. Hal inilah yang menciptakan sebuah interaksi baru bagi penerima pesan.

b. **Penggunaan *Hypermedia***

Pada dasarnya, halaman *web* pasti menyediakan fasilitas *hyperlink* yang dapat membawa *user* langsung menuju halaman lain yang relevan dan perpindahannya terjadi secara beruntutan. Namun berbeda dengan halaman *web* yang menggunakan *hypermedia* (gambar, tulisan, video, audio, dan lain-lain). *Hypermedia* menyebabkan perpindahan halaman dilakukan secara paksa/tidak beruntutan sehingga *user* dapat kehilangan posisi awal pada saat melakukan kegiatan *browsing*. Penggunaan *hypermedia* hendaknya dibuat dengan memprioritaskan struktur navigasi yang baik sehingga para pengguna dapat

membuat pilihan tentang bagaimana dan kapan mereka harus kembali ke situs awal.

c. Biaya Murah dan Gratis

Animo penggunaan *World Wide Web* sangat besar. Hal ini disebabkan karena alat yang digunakan untuk mengartikan bahasa pemrograman (*Mozilla Firefox*, internet Explorer, dll) didapatkan dengan gratis. Peningkatan penggunaan WWW di kalangan masyarakat, diiringi juga dengan peningkatan koneksi *server* SLIP/PPP yang mematok harga murah sehingga *user* dapat leluasa melakukan kegiatan melalui internet. Selain biaya murah dan *software* pengubah bahasa pemrograman yang bernilai gratis informasi yang ada di dalam WWW bersifat gratis yang sesuai dengan konsep bahwa *browsing* internet tidak dipungut biaya. Pada dasarnya, sebuah situs mendapatkan penghasilan berdasarkan dari banyaknya pengunjung, semakin banyak pengunjung sebuah situs, semakin besar pula pendapatnya. Akan tetapi karena konsep bahwa *browsing* internet tidak dipungut biaya, beberapa *website* berharap memperoleh pemasukan dari pemanfaatan konsep ini.

d. Penggunaannya Mudah

Membuat sebuah halaman untuk *World Wide Web* tidak diperlukan seorang ahli mesin ataupun seseorang yang profesional mempunyai pengalaman dalam membangun jaringan *network*. Seorang *user* dapat membangun halamannya sendiri hanya dengan bermodalkan *word processor* (biasanya dikenal dengan istilah teks editor). Selain menggunakan teks editor, *user* juga sudah dapat menggunakan program dokumen yang membantu dalam proses pembuatan halaman situs.

e. Diperuntukan untuk Semua Orang

Menurut Tan (21) dan Chandler (21), penggunaan *World Wide Web* tidak terbatas untuk masyarakat dengan status/derajat tertentu tetapi semua orang dapat menggunakannya termasuk organisasi baik itu profit organisasi (bisnis) maupun non-profit organisasi (pemerintah, pendidikan, penelitian dan penggunaan pribadi).

2.1.4 Komunikasi dan Pancingan Visual

a. Ikon

Ikon sangat mudah menarik perhatian pengunjung serta mengajak mereka untuk tetap membaca isi situs. Apabila kepala judul kurang menarik, dapat diperkuat dengan sebuah *image* sehingga dapat menarik perhatian pengunjung situs.

b. Tampilan Iklan

Penataan iklan yang terkadang berlebihan menyebabkan pengunjung merasa terganggu oleh keberadaan mereka. Namun iklan bahkan bisa digunakan untuk menarik perhatian pengunjung. Iklan kecil dan berwarna sebagai pengganti tulisan Yahoo! Adalah contoh menarik pada *website* Yahoo! Kecil dan *fast loading* namun sangat menarik perhatian. Visibilitas navigasi juga dapat ditingkatkan dengan penggunaan iklan kecil. *Image* ini dapat ditempatkan di daerah mana saja untuk menjaga pengunjung tetap di *Hot Area*.

c. Navigasi

Ada berbagai jenis navigasi pada sebuah *site*. Dengan sebuah navigasi sederhana, simpel, menarik, menyenangkan, beranimasi, *fun*, dan lain-lain. Tetapi yang penting adalah menggunakan navigasi yang benar untuk jenis *website* yang akan dikembangkan.

Menurut Kalbach (5), ada 3 definisi dari navigasi *web*, yaitu:

- Teori yang mempelajari bagaimana seseorang berpindahan dari halaman satu ke halaman yang lain dalam sebuah *web*
- Proses akhir yang bertujuan untuk mencari dan menempatkan informasi *hyperlink*
- Gabungan antara beberapa *link*, label dan elemen lain yang menyediakan akses ke sebuah halaman *web* dan membantu pengguna mengarahkan dirinya saat berinteraksi dengan *website*

Jadi, mendesain sebuah navigasi *web* sama saja dengan proses menghubungkan. Navigasi sangat menentukan seberapa penting dan apakah ada relevansi antara halaman dan konten dari sebuah *website*.

Sebuah *site* yang berkualitas lebih mementingkan ‘isi’ daripada ‘desain’, kata kunci bagi navigasi sebuah *site* besar adalah cepat, mudah dan nyaman.

Mendapatkan masukan dari orang lain maupun pelanggan cenderung lebih obyektif dan baik, sebab pengunjung seperti merekalah yang akan mengunjungi *website*. Mempertahankan sebuah sistem navigasi yang berulang dan tidak berubah setiap pindah halaman itu penting. Bila *link* ditempatkan di tempat yang sama di keseluruhan site user akan dengan mudah mengidentifikasi kemana harus menggerakkan mouse mereka saat hendak terus membaca.

2.1.5 Jenis-jenis Website

2.1.5.1 Website Pribadi

Website pribadi atau personal *web* adalah jenis *website* yang dimiliki oleh seorang individu. Konten yang disampaikan beragam yaitu mulai kehidupan pribadi, lingkungan sekitar, pekerjaan, hal-hal umum, masalah IT, dan ada pula yang sharing ilmu pengetahuan. Tidak ada aturan khusus dalam *website* pribadi, jadi dalam layout dan konten bebas berekspresi (Dominikus&Muhammad 9).

2.1.5.2 Website Perusahaan

Website perusahaan berisi mengenai *company-profile* dan juga informasi-informasi penting yang berguna untuk klien. *Website* perusahaan ini sebagai sarana promosi baru yang efektif (Dominikus&Muhammad 10).

2.1.5.3 Website e-Commerce

E-commerce adalah bentuk penjualan barang yang dilakukan secara online, setiap orang bisa membeli barang melalui *internet* dan pembayarannya sendiri bisa dilakukan dengan menggunakan kartu kredit atau dengan *payment online*, seperti paypal. Sebuah situs *e-commerce* harus dibangun dengan sangat baik, sebab berbagai hal bisa terjadi, untuk sebuah sistem *e-commerce* harus terus diuji coba trial dan error-nya (Dominikus&Muhammad 11).

2.1.5.4 Website e-Government

E-government adalah penggunaan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk administrasi pemerintah yang efisien dan efektif, serta memberikan pelayanan yang transparan dan memuaskan kepada masyarakat. Semua organisasi pemerintahan akan terpengaruh oleh perkembangan government ini. *E-*

government dapat dibagi menjadi 4 tingkatan. Tingkatan pertama adalah pemerintah mempublikasikan informasi melalui *website*. Tingkat kedua yaitu interaksi antara masyarakat dan kantor pemerintah melalui *webste*. Tingkat ketiga adalah masyarakat pengguna dapat melakukan transaksi dengan kantor pemerintahan secara timbal balik. Tingkat terakhir adalah integrasi di seluruh kantor pemerintahan dimana masyarakat dapat melakukan transaksi dengan seluruh kantor pemerintah yang telah mempunyai pemakaian data base bersama (Dominikus&Muhammad 14).

2.1.5.5 Website e-Banking

Internet banking adalah sebuah sistem perbankan yang dibuat oleh bank tertentu untuk menjalankan operasinya dengan menggunakan komunikasi melalui *internet*, seperti untuk pengecekan saldo, pembayaran tagihan, transfer, atau kegiatan-kegiatan perbankan lainnya. *Website* untuk *internet banking* tidak sembarangan saja dibuat sebab aspek keamanan (*secure*) menjadi prioritas utama, hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi pencurian *account* atau dikenal dengan kejahatan *internet banking* (Dominikus&Muhammad 15).

2.1.5.6 Website News

Website News merupakan *website* yang menampilkan informasi mancanegara terkini. *Website news* tidak dapat dikerjakan seorang diri, melainkan memerlukan perancangan yang matang dan membutuhkan *web developer* (Dominikus&Muhammad 16).

2.1.6 Desain Web

Desain *Web* adalah bidang baru yang tampak paling aktif dan signifikan dalam dunia desain selama 20 tahun terakhir ini. Mempelajari media baru merupakan sesuatu yang menantang dan sekaligus memaksa kita untuk menyajikan desain yang menarik.

Fluiditas daerah ini menyajikan aktivitas yang memungkinkan desainer untuk berperan lebih menonjol dalam dunia bisnis dan masyarakat. Dalam dunia Desain *web*, cara kita berpikir, cara kita menghargai kepentingan klien, cara kita

menyelesaikan permasalahan dan kendala, termasuk proses pengerjaan desain merupakan suatu kesatuan antara desain grafis dan intraksi. Selain itu seorang desainer *Web* perlu berkerjasama dengan orang-orang lain yang memiliki keahlian dan keterampilan serupa.

Perbedaan Desain *web* dengan desain lainnya, terletak pada tantangan desainer *web* dalam membuat *website* yang tampilannya efektif tapi juga harus sejalan dengan keinginan masyarakat dan teknologi yang digunakan. Untuk saat ini, fokus *Web* desain yaitu memberikan akses kepada masyarakat untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan, yang berarti bagi mereka, dan bernilai bagi mereka dalam sebuah *website*.

Website bukan sesuatu yang mutlak tidak dapat diubah, melainkan bisa berubah sesuai perangkat yang mengaksesnya. *Website* dapat berganti pula akibat interaksi dari pengguna dan berjalannya waktu. *Website* memiliki dimensi yang tidak dimiliki desain lainnya, hal ini menyebabkan *website* semakin rumit dijabarkan. Sementara itu, *Web* desain sering kali secara estetika dianggap tidak memuaskan, tetapi keindahan dari *website* sendiri adalah dinamika dan interaksinya, kedua point itu merupakan kontribusi dari kualitas dan pengalaman pengguna *website*. Desainer *Web* juga perlu berusaha lebih dari yang mereka mampu untuk memberikan solusi desain yang nantinya dapat menjelaskan dokumen yang ingin ditampilkan sesuai dengan keinginan klien.

2.1.7 Elemen-Elemen dalam Web Design

Sebagai media desain visual, unsur-unsur itu wajib dikenali oleh perupa. Media ini dibedakan dengan prinsip atau asas sebagai panduan perupa guna memvisualisasikan gagasannya sebagai ide konkrit yang bermuatan makna, nilai estetik komunikatif. Oleh karena itu unsur-unsur desain tersebut menjadi bagian penting untuk dipahami dan diaktualisasikan dengan penuh kesadaran. Apabila hal itu sudah dikuasai maka akan lebih mudah mentransformasikan idenya ke dalam konsep visual secara strategis.

2.1.7.1 Garis (Line)

Pengertian garis sebagai media adalah sesuatu yang memiliki bentuk bersifat memanjang, tanda tepi dari sebuah bentuk, juga sebagai bentuk yang bersifat tulisan, sebagai ungkapan ekspresi gerakan-gerakan emosional.

Seperti pernah dikemukakan oleh Anne Vincent bahwa dengan garis bisa diciptakan: Mulai ruang, bentuk, gerakan atau nuansa batin, menurut Rathbun dan Hayers, garis dapat dibedakan menjadi empat macam yaitu:

- *Calligraphic lines*
- *Outline lines*
- *Countour lines*
- *Expressive lines*

Pendapat yang hampir sama juga dikemukakan oleh Henry N. Rasmussen bahwa garis adalah: “..a lineier or calligraphic mark..”.

Sebuah goresan atau tanda goresan dalam tulisan.

“..a boundary limit of space, objects, masses, colors of tone..”

Sebuah batas. Limit dari suatu benda, ruang, warna dan tone.

Garis tidak mempunyai ukuran tertentu, hanya memiliki dimensi memanjang dan berarah. Mempunyai sifat-sifat seperti pendek, panjang, vertical, horizontal, lengkung, berombak dan sebagainya.

Jenis garis pada umumnya adalah: lurus, patah, sigsag, dan lengkung.

2.1.7.2 Bidang

Bidang garis lebih dari dua buah yang saling bersimpangan/melintas pada bagian ujung dan pangkalnya akan membentuk bidang. Yaitu bentukan dua dimensi atau dua matra yang mempunyai ukuran panjang dan lebar saja.

Bentukan bidang terdiri dari bidang geometris dan non geometris (organik, pendekatan natural dan abstrak).

Kedudukan bidang dengan bidang-bidang lain dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- Bergandengan/bersinggungan: sebagai dari sisinya menyentuh sisi bidang yang lain.
- Bertumpukan: bidang yang satu berada diatas/menutup bidang yang lain.
- Transparan: bidang yang satu bertumpukan dengan yang lain tetapi bidang yang ditutupi masih terlihat.
- Berkaitan: sebagian dari bidang masuk/menusuk bidang yang lain.
- Berjarak/berdekatan: posisi satu bidang dengan bidang lain tidak berhubungan.
- Beranyaman: beberapa bidang tertumpang tindih berulang-ulang bergantian.

Bidang dapat digradasikan sebagaimana unsur-unsur seni rupa yang lain. Dari bentuk lingkaran berangsur-angsur tersebut disebut roncentan/gradasi.

Bidang dapat dibedakan menjadi dua, yaitu bidang positif dan negative. Bidang positif adalah bidang yang memiliki kepadatan datar. Artinya bidang yang memiliki batas, sedangkan bidang negative adalah keadaan yang tidak memiliki batas (Mudjiono & Irawan 15).

2.1.7.3 Ruang

Beberapa bidang yang sisi-sisinya bersinggungan sehingga membentuk beberapa bidang positif (sedikitnya tiga bidang), maka disebut ruang (pengertian ruang/pada bidang gambar/tafril/dua dimensi) dengan pengertian memiliki tampak panjang, tinggi dan lebar.

Ruang dapat dibedakan:

- Ruang Negatif: yaitu ruang yang bersifat kosong diluar ruangan positif.
- Ruang Positif: yaitu ruang massif/ruangan yang bersifat padat tidak berongga.

2.1.7.4 Warna

Warna adalah salah satu unsur seni rupa yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Oleh karena warna mempunyai kekuatan kesan yang universal. Mulai kebutuhan visual sampai dengan keperluan hidup manusia hampir-hampir tidak meninggalkan warna. Baik kebutuhan praktis sampai dengan non praktis semuanya menggunakan makna busana, peralatan, industri, seni, rumah sakit, pendidikan dan sebagainya. Kebanyakan menggunakan warna sebagai medium mengungkap gagasan menjadi bentuk visual yang mampu mempengaruhi jiwa manusia. Ada dua jenis warna, yaitu warna cahaya dan warna pigmen.

Warna cahaya atau spectrum ditemukan pada abad XVII oleh Isaac Newton yaitu warna sinar yang dipantulkan ke sebuah prisma, dari pembiasan itu menghasilkan sinar pelangi yaitu:

- Merah
- Jingga
- Kuning
- Hijau
- Biru
- Nila

Sebagai Warna pigmen Merah, Biru dan Kuning apabila di campur menjadi kehitam-hitaman/gelap, pada abad ke XVI, J.W. Van Goethe menyelidiki warna dan pengalaman rasa terhadap warna. Warna adalah ungkapan yang mempengaruhi jiwa dan dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa warna dalam lingkaran sebagai berikut:

- M(merah) x H(hijau)
- B(biru) x J(jingga)
- K(kuning) x U(ungu)

Sedangkan Willhem Oswald pada abad ke XIX meneliti tentang teori warna yang disusun dengan mengadopsi tanda abjad dan angka. Disamping itu juga membuat deret abu-abu dari pelaindaian dari putih ke hitam. Dalam lingkaran warna ditetapkan delapan warna pokok dimana perpindahan dari

warna satu ke warna lain melalui tiga warna tahapan (Mudjiono & Irawan 19-22).

Menurut Dameria, warna merupakan fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur yaitu cahaya, objek dan *observer* (dapat berupa mata kita atau alat ukur). Dalam pembagian warna, digunakanlah lingkaran warna (*color wheel*). Warna warna dalam lingkaran warna terdiri atas tiga bagian yaitu:

1. Warna Primer terdiri atas warna merah, kuning dan biru. Warna primer merupakan warna dasar dalam lingkaran warna.
2. Warna Sekunder terdiri dari orange, hijau, ungu. Warna sekunder merupakan pencampuran dua warna primer dengan perbandingan yang sama.
3. Warna Tersier merupakan pencampuran antara warna primer dan sekunder disebelahnya dengan perbandingan yang sama. Warna tersier terlihat unik dan cantik.

Lingkaran warna bila di putar akan menghasilkan kesan bidang memutih/cerah. Dalam proses pencampuran warna *additive* dan warna *subtractive*.

Pencampuran warna *additive* adalah pencampuran warna primer cahaya yang terdiri atas warna merah, hijau, dan biru dimana pencampuran ketiga warna primer dengan jumlah yang sama akan menghasilkan warna putih. Pencampuran antara dua warna primer akan menghasilkan warna sekunder yaitu Cyan (gabungan warna hijau dan biru), Magenta (gabungan warna biru dan merah), dan Yellow (gabungan warna merah dan hijau). Prinsip pencampuran warna *additive* diterapkan pada alat-alat elektronik seperti Monitor, Televisi, Video, Scanner, dan lain-lain.

Sedangkan warna *subtractive* adalah warna sekunder dari warna *additive*, namun secara material warna *subtractive* berbeda dengan warna *additive*. Warna *additive* dibentuk dari cahaya, sedangkan warna *subtractive* dibentuk dari pigmen warna yang bersifat transparan. Tinta cetak adalah contoh dari pencampuran warna *subtractive*. Warna *subtractive* terdiri atas Cyan, Magenta, dan Yellow. Secara teori pencampuran ketiga warna *subtractive* akan menghasilkan warna hitam, tetapi kenyataan dilapangan adalah warna coklat

tua (karena keterbatasan pigment tinta cetak, oleh sebab itu ditambahkan warna hitam (*black* dinyatakan dengan symbol K berasal dari kata *Key*) untuk menambahkan kepekatannya. Saat ini warna CMYK menjadi warna standard dalam proses cetak separasi warna di industri grafika.

Model warna merupakan suatu metode untuk menjelaskan metode pembentukan warna. Ada beberapa model warna seperti RGB, CMYK, Lab dan *Greyscale*. Setiap pilihan model warna akan menentukan jenis output dan jenis koreksi warna yang dilakukan. Gambar yang diolah untuk *website* akan menggunakan model warna RGB, sementara gambar yang diolah untuk cetak offset akan menggunakan model warna CMYK (Anne Damaria 29-52).

- Model warna RGB menggunakan 3 *channel* yakni *Red*, *Green*, dan *Blue* dalam memproduksi warna. Peralatan yang biasanya bekerja secara RGB adalah kamera digital, *scanner*, monitor, tv, dan lainnya. Gambar dalam bentuk RGB bekerja dengan 24 bit dimana tiap *channel* warna mengandung 8 bit. Desainer pada umumnya mendesain, menscan dan memanipulasi gambar dengan menggunakan format RGB, namun bila desain tersebut akan dicetak, maka harus dirubah ke format CMYK.
- Model warna CMYK menggunakan 4 *channel* warna yaitu *Cyan*, *Magenta*, *Yellow*, dan *Black* dalam mereproduksi warna. Tinta cetak dan toner printer adalah contoh peralatan yang bekerja secara CMYK. Pada umumnya gambar dalam bentuk CMYK bekerja dengan 32 bit dimana tiap *channel* warna mengandung 8 bit. Tampilan warna di monitor yang menggunakan model CMYK berbeda dengan model RGB dimana hasilnya warna CMYK lebih redup dibandingkan dengan RGB.

Warna berhubungan erat dengan persepsi dan interpretasi subyektif tiap-tiap orang. Meskipun begitu tiap-tiap warna memiliki psikologi secara umum. Beberapa psikologi warna menurut Dameria, yaitu:

- Biru : warna biru adalah warna yang memberikan ketenangan, inspirasi, dan damai. Banyak bank dan institusi keuangan yang menggunakan warna biru sebagai latar belakang dalam iklan maupun logonya. Biru juga merupakan warna laut dan langit, warna ini selalu diasosiasikan

terhadap air dan sesuatu yang bersifat dingin. Air mengingatkan akan suasana berlibur yang santai. Karena itu warna biru paling sering digunakan untuk hal-hal yang memerlukan ketenangan. Sedangkan biru tua melambangkan kepercayaan, kebijaksanaan dan kematangan berpikir dalam mengambil keputusan.

- Hijau : warna hijau adalah warna yang langsung diasosiasikan akan pemandangan alam. Hijaunya pepohonan yang teduh, segarnya rumput, sawah adalah gambaran atas warna hijau. Warna hijau merefleksikan kesegaran dan relaksasi. Hijau muda yang cerah mengandung banyak kuning akan berkesan segar, ringan, dan menyenangkan. Sedangkan hijau tua yang mengandung banyak biru berkesan sejuk cenderung dingin.
- Kuning : kuning merupakan warna yang cocok dipakai untuk penjualan atau dalam pameran karena lebih menarik mata daripada warna lain. Kuning adalah warna matahari, sumber energi dan sumber cahaya alam di bumi. Dalam psikologi warna, kuning dikaitkan dengan kecerdasan, ide baru serta kepercayaan terhadap potensi diri. Warna ini adalah warna yang sangat positif sehingga dipakai menghilangkan keraguan, melambangkan kejujuran, dan memberi semangat.
- Hitam : hitam digunakan sebagai symbol kekuatan, kecanggihan, keanggunan dan mengandung unsur magik. Warna hitam merupakan salah satu warna yang kuat yang bila dipakai secara berlebihan akan memberikan kesan negatif. Warna ini juga melambangkan keabadian dan keanggunan.
- Ungu : ungu adalah warna mewah dan kompleks. Ungu dapat mempunyai banyak arti dari kesan sederhana sampai agung tergantung banyaknya intensitasnya sebagai warna. Warna ungu tua berkarakter misterius, mistis sedangkan warna ungu muda memiliki karakter yang lembut, ringan dan menyenangkan.
- Pink : merah jambu atau pink adalah warna yang dapat memberikan suasana berbeda-beda tergantung banyaknya intensitasnya, tetapi kecenderungannya mengarah kepada kelembutan, dan romatic.

- Orange : warna orange merupakan warna yang paling hangat karena memiliki energi dua warna: merah yang panas dan kuning yang hangat lembut. Warna ini menebarkan energi, menghangatkan hati, dan memancarkan keceriaan. Dari sisi psikologisnya, warna orange melambangkan persahabatan.
- Merah : merah identic dengan buah apel, mawar, warna darah, dan panasnya api. Warna ini merepresentasikan pada sesuatu yang membangkitkan selera, kegairahan, emosi, menggelegak dan semangat yang membara. Merah banyak digunakan sebagai lambing keberanian, kekuatan, sensualitas dan bahaya. Dalam lingkaran warna, merah adalah warna paling panas dan memiliki gelombang warna paling panjang sehingga warna merah paling cepat tertangkap mata.
- Coklat : coklat merupakan warna tanah sebagai simbol warna dari sifat positif dan stabilitas. Warna coklat dihubungkan dengan kesederhanaan yang abadi. Coklat sangat identic dengan warna tanah dan kayu sehingga penggunaan warna coklat memberikan perasaan dekat dengan lingkungan alam seperti halnya warna hijau. Warna hijau terkesan lebih sejuk tetapi warna coklat terkesan lebih hangat.
- Putih : Putih merupakan warna yang memberikan kemurnian dan kesederhanaan. Secara psikologisnya, warna putih melambangkan kejujuran, ketulusan, dan keikhlasan. Warna ini juga bisa memberikan rasa bersih dan higienis.

Warna membuat kita mengenali suatu objek tertentu. Warna dapat merebut perhatian, menarik, menolak bahkan dapat mempengaruhi emosi kita. Kesan pertama pengunjung sebuah situs *web* adalah dari warnanya. Menurut Suyanto, warna dalam situs *web* digunakan untuk:

- Menegaskan elemen yang dianggap penting.
- Menarik perhatian.
- Membimbing pembaca untuk menentukan daerah mana yang seharusnya lebih dahulu dibaca.
- Menghubungkan antara satu elemen dengan elemen lainnya.
- Membangkitkan emosional.

Warna berfungsi dan berperan sangat penting dalam desain sebuah situs *web*. Untuk mencapai warna yang efektif, biasanya dimulai dengan memilih warna yang mempresentasikan tujuan dari situs tersebut. Dalam memilih warna, hindari kombinasi yang kurang baik sehingga menghasilkan warna yang menyilaukan, kabur atau tidak terlihat dan menyusahakan orang yang melihat situs *web* tersebut (Anna Damaria 25).

2.1.7.5 Tekstur

Pada suatu bidang sering terlihat kesan-kesan yang berbeda-beda permukaannya bidang terlihat kasar dan ada juga yang terlihat halus. Pada permukaan yang terlihat kasar belum tentu permukaan tersebut saat diraba terasa kasar. Demikian pula sebaliknya.

Tekstur adalah nilai raba pada suatu permukaan bidang, jadi jelasnya tekstur adalah nilai raba pada suatu permukaan baik berupa bidang ataupun bentuk. Tekstur dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- Tekstur nyata yaitu suatu permukaan apabila dilihat nilainya sama dengan apabila diraba.
- Tekstur semu yaitu suatu permukaan apabila dilihat tidak sama dengan nilai rabanya.

Tujuan membuat tekstur semata-mata tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan artistic akan tetapi juga untuk keperluan fungsional mempertegas atau mendukung suasana. Untuk memperluas/mempersempit kesan suatu ruang/bidang (Mudjiono&B. Irawan 32-34).

- Memberi kesan tampak maju/menjauh
- Mempercerah atau meredupkan suasana
- Memantulkan/menyerap cahaya/sinar
- Untuk penguncian warna.

2.1.7.6 Layout

Layout merupakan proses penataan dan pengaturan teks atau grafik pada halaman (Suyanto 53). Penyatuan elemen-elemen menjadi satu dalam

suatu area untuk menciptakan sebuah interaksi atau sama lain sehingga mengkomunikasikan pesan dalam suatu konteks.

Menurut Suyanto, ada tiga kriteria dasar untuk dapat menghasilkan suatu layout yang baik, yaitu:

- a. Mencapai Tujuan (*It Works*), untuk membuat layout yang baik dan dapat berfungsi sesuai tujuannya diperlukan pengertian yang mendalam tentang maksud dan tujuan *web* tersebut dibuat. Setelah mengetahui tujuan *web* tersebut dibuat, *target audience*, dan hal lainnya, maka selanjutnya dapat diperkirakan bentuk tampilan halaman *web* seperti apa yang sesuai.
- b. Pemetaan Visual (*It Organizers*), seorang designer *web* harus mempertimbangkan kemudahan *user* untuk dapat mengakses suatu situs *web*. Layout sebuah *web* harus dapat membuat *user* dapat menjelajah ke seluruh bagian halaman *web* tanpa mengalami kelelahan untuk mengikuti seluruh isi *web* tersebut.
- c. Menarik Perhatian (*It Attracts*), sebuah tampilan *web* yang baik harus memiliki tampilan yang berbeda dari *web-web* sejenisnya agar mampu menarik perhatian dan lebih diingat. Informasi-informasi yang ingin dilihat terlebih dahulu sebaiknya dibuat lebih mencolok.

2.1.7.7 Grid

Dalam suatu susunan tata letak terdapat garis-garis maya yang memberi batasan-batasan sehingga menghasilkan tampilan yang menarik dan teratur. Garis-garis maya tersebut dinamakan grid, dimana grid sangat erat kaitannya dengan *layout* atau tata letak. Grid merupakan barisan yang digunakan sebagai panduan dan pedoman yang bersifat fleksibel serta tidak mengikat yang dapat dikelompokkan sebagai berikut (Sihombing 66-122):

- a. *Modular Grid*

Merupakan susunan tata letak yang membagi desain menjadi bidang yang membentuk kotak-kotak. Ciri utama jenis grid ini adalah susunan letak pada bidang desain yang membentuk kotak-kotak.

- b. *Hierarkhi Grid*

Merupakan susunan tata letak yang membagi elemen visualnya berdasarkan grup dan kategori. Ciri utamanya memiliki bentuk susunan yang kompleks.

c. *Coloum Grid*

Susunan tata letak yang dibuat membagi bidang ke dalam kolom-kolom tertentu yang letaknya teratur.

d. *Manuscript Grid*

Susunan dalam grid tipe ini sangat teratur dan terstruktur berdasarkan batas kiri dan batas kanan.

e. *Ungrid*

Kebalikan dengan manuscript, pada ungrid dalam penataan letaknya tidak menggunakan grid, sehingga gambar maupun teks dapat secara bebas diletakkan dimana saja tanpa ada yang membatasi. Ciri utamanya yakni tidak terstruktur dan seakan-akan tidak ada garis yang mengatur dalam peletakannya.

2.1.7.8 Tipografi

Tipografi adalah seni huruf, meliputi pemilihan huruf, penentuan ukuran yang tepat, dimana teks dapat diputus, spasi jarak, dan bagaimana teks dapat dengan mudah dibaca (Suyanto 43).

Ada banyak sekali jenis huruf yang telah dibuat hingga selama ini. Hingga saat sekarang ini pun terus diciptakan font-font baru. Produser film-film misalnya, mereka sering mengeluarkan dana untuk mendesain font baru yang unik untuk filmnya. Berdasarkan bentuknya, para pakar tipografi pada umumnya membagi jenis huruf ke dalam dua kelompok besar yaitu serif dan sans serif. Lalu ada kelompok jenis huruf yang memiliki “tangcai” (stem). Contohnya adalah font Times New Roman, Bodoni, Garamond, Egyptian. Sedangkan sans serif adalah jenis huruf yang sebaliknya yaitu tidak memiliki tangcai (Mwmag, para 4).

2.1.8 Kriteria Situs Web Yang Baik

Ada 9 kriteria yang bisa digunakan sebagaimana dijelaskan Suyanto dalam bukunya “*Step by Step Web Design Theory and Practices*” sebagai berikut: beberapa kriteria situs *web* site yang baik, antara lain:

A. *Usability*

Usability adalah sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs *web* sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. Untuk memenuhi hal tersebut, suatu situs *web* harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal, antara lain:

- Mudah untuk dipelajari. Letakkan isi yang paling penting pada bagian atas halaman agar pengunjung dapat menemukannya dengan cepat.
- Efisien dalam penggunaan. Hindari penggunaan link yang terlalu banyak, sediakan seperlunya saja hingga pengunjung dapat mencapai informasi yang diinginkan dengan cepat dan mudah.
- Mudah untuk diingat. Situs jangan terlalu sering mengalami perubahan yang mencolok agar pengguna dapat mengingat bentuk situs kita.
- Tingkat kesalahan rendah. Hindari penggunaan link yang tidak berfungsi atau halaman yang masih dalam proses pembuatan.
- Kepuasan Pengguna. Sebuah situs *web* yang baik sebaiknya mudah untuk menemukan yang dicari, dapat mendownload dengan cepat, dan akhirnya mereka akan mengingat situs *web* tersebut.

B. *Sistem Navigasi (Struktur)*

Kemudahan bernavigasi dalam situs *web* merupakan hal yang sangat penting. Navigasi yang baik membuat pengguna dapat menemukan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs *web*, kemana saja mereka dapat terhubung dan dapat terhubung dan dapat menemukan yang dicari dengan cepat dan mudah. Navigasi dalam sebuah situs *web* dapat ditampilkan dalam berbagai media, yaitu teks, image maupun animasi. Beberapa tips untuk membuat navigasi yang baik:

- Rencanalah dengan benar sebelum membuat. Navigasi suatu *web* sebaiknya disusun sejak awal pertama sebelum dibentuknya *web* tersebut dikarenakan nantinya akan sulit untuk diubah ketika sudah jadi. Sebaiknya dibuat dulu susunan navigasinya yang jelas dengan menunjukkan prioritasnya.
- Kelompokkan link navigasi dan aturlah seperlunya. Navigasi dibuat seminim mungkin dan dikelompokkan agar pengguna dapat mudah mencari sesuatu.
- Buatlah tampilan navigasi yang berbeda dari tampilan lainnya. Buatlah navigasi yang sedikit berbeda dari elem lainnya sehingga pengguna mengetahui bahwa bagian tersebut adalah navigasi.
- Buatlah navigasi yang singkat, tepat dan jelas. Buat navigasi yang logika susunannya mudah dipahami. Gunakan kata-kata yang singkat, tepat dan mudah dipahami. Gunakan kata-kata yang singkat, tepat dan mudah dipahami semua orang. Jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit.
- Buat navigasi yang memungkinkan user feedback. Letakkan Home atau Back pada navigasi agar user dapat leluasa menjelajahi situs *web*.
- Hindari navigasi yang tidak berfungsi.
- Jaga konsistensi. Posisi daerah navigasi harus tetap dan strukturnya navigasi harus konsisten dengan struktur isi, yang diurutkan berdasarkan logika pengunjung.



Gambar 2.1 Contoh Tampilan *Website*

2.1.9 Tinjauan Kondisi Website di Indonesia

Saat ini pengguna internet di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, hal ini dibuktikan banyaknya warnet di kota-kota yang maju dan berkembang. Data pendukung lainnya ditunjukkan dengan banyaknya pengguna / *user* dari *website* yang berbasis *community web* seperti Friendster.com dan Facebook.com yang mencapai 725.142 *user* di Indonesia (sumber:www.facebook.com), belum lagi pengguna *website* lainnya yang beragam jenis dan rupa. Selain itu data statistik menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan ke 5 negara pengguna internet terbanyak di Asia dengan pengguna sebanyak 25 juta pengguna, yang setiap tahunnya berkembang sebanyak 10,5% dari tahun 2000.

2.1.10 Potensi Website

Potensi *website*/internet di Indonesia saat ini merupakan sebuah potensi yang sangat besar, selain didukung dengan adanya data perkembangan pengguna internet yang berkembang 10,5% tiap tahunnya, banyak perusahaan-perusahaan yang sudah menggunakan *website* sebagai salah satu media pemasaran yang wajib digunakan. Disamping itu pemerintah juga mendukung perkembangan internet ini dengan digalakkannya internet masuk desa, layanan tersebut akan didukung pembangunan sistem *universal service obligation* (USO). Selain digunakan untuk layanan telepon, USO juga digunakan untuk akses internet dengan kapasitas 64 kbps. Sistem akan terkoneksi antardaerah di seluruh Indonesia hingga ke pelosok-pelosok. Selain itu, Depkominfo akan memperluas jangkauan layanan tersebut dengan pengadaan mobil *access public* (M-CAP) sebanyak 32 unit yang akan diletakkan di seluruh provinsi di Indonesia. "Setiap unitnya bisa melayani seperti wartel dan warnet".

Hal ini diperkuat dengan disahkan UU ITE (Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik) no 11 tahun 2008, yang mengesahkan segala macam bentuk pembayaran secara elektronik yang membuat internet menjadi salah satu media pemasaran yang dilindungi hukum sehingga keamanannya terjamin.

2.1.11 Data Pemasaran

2.1.11.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran *website* diawali dengan menentukan tujuan utama situs *website* tersebut. Tujuan utama dapat berfokus pada informasi yang diberikan. Misalkan *website* tersebut adalah *website* e-commerce. Maka tujuan utamanya adalah informasi yang spesifik dari produk sampai dengan informasi terkait yang seringkali dibutuhkan konsumen. Setelah menentukan tujuan utama dari sebuah *website*, maka perlu ditentukan siapa saja yang akan mengunjungi *website* tersebut. Apakah dari semua kalangan usia, ekonomi atau sosial. Pemilik *website* juga harus kritis terhadap kemungkinan terjadinya masalah. *Website* tersebut nantinya dapat memecahkan masalah-masalah yang dibutuhkan oleh para pengunjung/konsumernya. Entah jawabannya dapat disampaikan langsung melalui situs tersebut atau di alihkan pada situs lainnya.

Strategi pemasaran *website* lainnya yaitu melalui frase kata kunci. Ketika seseorang mencari sesuatu, mereka akan mencari di mesin pencari, dari sini pemilik *website* perlu pandai dalam menentukan kata kunci yang tidak banyak pesaing tapi memungkinkan untuk dicari pengunjung. Kata kunci juga dapat ditampilkan dalam artikel yang ada dalam *website*. Jadi apabila konsumen ingin mencari setidaknya 1,5%-3% kata dapat ditemukan melalui mesin pencari. (<http://www.harianbisnisonline.com/2009/12/7-langkah-ampuh-strategi-pemasaran.html>)

2.1.11.2 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran *website* pada umumnya adalah internasional. Dapat diakses oleh siapapun, dimanapun, asalkan memiliki akses *internet*.

2.1.11.3 Potensi Pasar

Departemen Komunikasi dan Informatika mengemukakan sekitar 50% penduduk Indonesia pada tahun 2015 yang diperkirakan berjumlah 240 jiwa, atau sebanyak 120 juta jiwa, diharapkan sudah terhubung dan mampu menggunakan *internet*. Harapan tersebut sesuai dengan deklarasi

world summit on information society (WSIS) tahun 2003, dimana point terpentingnya adalah pada tahun 2015 sekitar 50% penduduk dunia harus memiliki akses informasi yang terhubung dan mampu menggunakan *internet*.

Pertumbuhan pengguna *internet* di Indonesia semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi yang berlangsung cepat. Berdasarkan perhitungan Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) terdapat sekitar 25 juta pengguna *internet*. Peningkatan pengguna *internet* diprediksi akan terus meningkat sekitar 25 persen setiap tahunnya. Kenaikan tersebut disebabkan adanya kemudahan dalam mengendalikan informasi yang berada di tangan public. Dengan *internet*, mereka dapat menekan tombol “enter”.

Pengguna yang memanfaatkan *internet* di kafe atau warung *internet* (warnet) yang tinggi, yaitu sebesar 60 persen. Sedangkan pengguna yang memanfaatkan *ineternet* di kantor sebesar 20,4 persen, di kampus dan sekolah 10 persen, dan pengguna *internet* di rumah hanya sebesar 0,4 persen. Setiap pengguna rata-rata dapat menghabiskan waktu 1-2 jam per hari dalam menggunakan *internet*.

Kenaikan pengguna *internet* juga dicerminkan data dari Direktorat Jenderal (Dirjen) Aplikasi Telematika Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo) bahwa penambahan pengguna situs yang berakhiran “.id” tumbuh sekitar 53 persen per tahun dalam kurun waktu antara tahun 1998-2006. Pada tahun 2008 tercatat ada lebih dari 70 ribu situs, sementara tahun 2009 diperkirakan ada tambahan lima ribu pengguna baru. Jumlah “blogger” (pengguna ‘blog’ di *internet*) di Indonesia juga mengalami peningkatan. Semula, jumlah ‘blogger’ tahun 2007 hanya berjumlah 130.000 orang, kemudian tahun 2008 menjadi 600 ribu ‘blogger’, dan meningkat menjadi 1,2 juta ‘blogger’ pada tahun 2009. (<http://catur.dosen.akprind.ac.id/2009/03/30/remaja-dan-internet>)

Potensi pasar *website* sungguh luas di Indonesia. Pada umumnya *website* di Indonesia dibagi dalam berbagai jenis, seperti *website* pribadi, *website* e-commerce, *website* e-government, *website* e-banking, *website*

news, dan lain-lain. Rutinitas masyarakat perkotaan Indonesia makin padat dan meminimalkan waktu masyarakat dalam berkomunikasi sosial secara langsung. Sehingga alternatif yang paling mudah yaitu berkomunikasi melalui *website* jejaring sosial. Selain itu, waktu belanja pun semakin berkurang. Cara lain berbelanja praktis yaitu melalui *website* e-commerce yang sedang marak di Indonesia. Beberapa pengusaha lokal sudah mulai menggunakan cara e-commerce dalam berjualan karena e-commerce mudah, efisien, dan efektif.

2.1.12 Tinjauan Tenun Lombok

2.1.12.1 Sejarah Tenun Lombok

Kebudayaan yang terdapat di Pulau Lombok merupakan percampuran dari kebudayaan Jawa kuno, Hindu – Bali, dan Islam. Percampuran kebudayaan tersebut tercermin dalam hasil seni dan kerajinan kain tenun yang diproduksi oleh Pulau Lombok. Awalnya, Lombok Barat pada masa 18 masehi berada di bawah kekuasaan Karangasem, kerajaan Bali dimana saat itu terjadi peperangan yang menyebabkan banyak masyarakat Bali pindah ke Pulau Lombok, dengan membawa serta kebudayaan dan agama mereka yaitu Hindu. Namun kemudian agama Islam masuk dan masyarakat Sasak yakni masyarakat asli Pulau Lombok sebagian besar memeluk agama Islam, sedangkan minoritas memeluk agama Buddha.

Teknik tenun dan ragam hias yang dihasilkan diperkirakan berasal dari abad ke-14 yang dibawa oleh pedagang Gujarat, India dan juga Cina. Sebelum mengenal tenun songket, masyarakat Lombok telah mengenal teknik menenun kain memakai bahan benang berut (benang kapas yang dipintal sendiri). Kain tenun yang dihasilkan adalah kain *tembasaq* (kain polos berwarna putih). Disamping itu juga dikenal kepandaian menenun pelekat dengan cara mewarnai benang lungsi dan benang pakan yang kemudian ditunen sehingga menghasilkan kain tenun bercorak garis – garis vertikal seperti kain *tapo kemalo*, *sabuk bendang*, dan kain yang bercorak catur seperti kain yang bercorak catur seperti kain *kembang komaq*, kain *selulut*, dan kain *ragi genep*.

Menurut Wiselius yang dikutip oleh (Tawaluddin Haris 5) menyebutkan sekitar abad ke-16, pada saat di Maluku sedang berkembang pesat perdagangan rempah – rempah, di Bali dan Lombok sudah ada perdagangan sarung yang diangkut oleh kapal – kapal Gresik di sepanjang pantai Utara Jawa. Masuknya kain – kain impor, benang emas, perak dan sutera diduga mendorong lahirnya ide menenun kain dengan menerapkan bahan – bahan tersebut sehingga terciptalah kain yang dikenal dengan nama kain songket. Data kesejarahan kain songket Lombok (Puji Yosep 7) menjelaskan bahwa pada abad ke-17 masyarakat Lombok telah membuat kain songket. Sehingga besar kemungkinan, sebelum itu masyarakat Lombok telah menenun kain songket.



Gambar 2.2 Kain Songket Sasak - Lombok

2.1.12.2 Ragam Jenis Tenun Lombok

Kain tenun yang terdapat di Pulau Lombok berdasarkan jenis pembuatannya digolongkan menjadi empat; teknik tenun biasa (menghasilkan kain tenun pelekat), teknik songket, teknik sulam, dan teknik tenun ikat. Dua jenis yang sering dijumpai saat ini yaitu tenun ikat dan songket.

Kain tenun pelekat adalah kain sarung tenun (berloreng – loreng atau bertapak catur) yang berasal dari Negeri Pelekat di Pantai Koromandel (Alwi, 2002: 845). Kain pelekat dibuat dengan cara mencelup benang lungsi dan benang – benang pakan lungsi dan benang pakan,

sehingga menghasilkan beraneka warna bentuk kotak – kotak besar dan kecil. Kain pelekat yang terbuat dari benang kapas oleh masyarakat Sasak disebut *beberut*.

Kain Songket adalah kain tenun yang dibuat dengan teknik menambah benang pakan (benang yang melintang dalam tenunan) dengan hiasan – hiasan dari benang sintesis berwarna emas, perak, maupun warna lainnya. Hiasan tersebut disisipkan di antara benang lungsi, yaitu benang yang membujur panjang. Penambahan benang – benang pakan pada songket ditujukan untuk pembentukan corak. Caranya adalah dengan melompati benang tambahan itu melewati benang lungsi tertentu. Sebelum mulai menenun, berbagai pola lompatan benang lungsi pembentuk corak harus diselesaikan terlebih dahulu. Caranya dengan merapikan jajaran benang lungsi lalu menghitung jumlahnya. Barisan benang lungsi yang terangkat untuk membentuk corak akan ditandai. Pada bagian bertanda tersebut, benang pakan tambah akan lewat untuk membentuk corak (Lembaga Pendidikan Senin Nusantara 117). Tekstur songket menampilkan corak – corak halus yang menimbulkan tekstur pada latar kain.

Kain tenun sulam adalah teknik menjahitkan benang – benang berwarna di atas permukaan kain berdasarkan pola corak tertentu. Kepandaian menyulam pada masyarakat Indonesia, tidak lepas dari pengaruh bangsa lain seperti Cina, India, Timur Tengah, Eropa. Teknik sulam yang terdapat di Nusantara, antara lain sulam tangan, sulam *tapis*, sulam gaya *Naras*, sulam *kasab*, sulam gaya *Gayo – Alas*, sulam *kerancang* atau *terawang* (Wardhani dan Panggabean, 2005: 74 – 75).

Tenun ikat adalah mengikat bagian – bagian tertentu dari benang agar tidak terkena zat perwarna saat dicelup. Bagian – bagian yang tidak terikat akan berubah warna sesuai dengan warna celupannya. Teknik ini memiliki ciri khas, yaitu garis luas (kontur) corak yang agak bergeser (*distrosi*), sehingga tampak tidak tegas. Tenun ikat terdiri dari tiga jenis, yaitu tenun ikat lungsi, tenun ikat pakan, dan tenun ikat ganda. Tenun ikat lungsi adalah corak pada latar kain yang timbul karena ikatan pada susunan

benang lungsi. Tenun ikat pakan adalah corak pada latar kain yang timbul karena ikatan pada susunan benang pakan. Tenun ikat ganda adalah corak pada corak pada latar kain yang terlihat karena adanya ikatan pada susunan benang lungsi dan pakan. Arab pergeseran ini bergantung pada arah ikatan pada benang. Tenun ikat lungsi menghasilkan distrosi kearah vertikal, sedangkan ikat pakan bercorak dengan distrosi kearah benang pakan, yaitu horizontal.

2.1.12.3 Fungsi Tenun Lombok

Menurut buku Ikat Dari Timur (Therik, 18), fungsi kain tenun atau tekstil tradisional di kawasan kepulauan ini memiliki banyak fungsi. Beberapa fungsi tenunan yaitu :

- Alat pelindung badan dari panas dan dingin serta pengaruh cuaca.
- Estetika, keindahan.
- Etika, melindungi bagian badan tertentu agar tidak merasa malu.
- Segi Sosial, prestise, susunan tingkat masyarakat (raja, bangsawan, orang biasa dan lain – lain)
- Segi ekonomi, sebagai alat tukar. Kain tenun ditukar dengan beras, perhiasan, dan lain – lain.
- Fungsi budaya, dari aspek antropologis merupakan alat penghargaan dan pemberian perkawinan dan kematian.
- Fungsi hukum, adat/pidana adat, denda adat untuk mengembalikan keseimbangan sosial terganggu.
- Mitos, lambing suku yang diagungkan karena menurut kepercayaan corak/desain tertentu akan melindungi mereka dari gangguan alam, bencana, roh jahat dan sebagainya (A, Therik, Jes, 18).

2.1.12.4 Bahan Baku Kain Tenun Lombok

Dasar tenunan kain tenun Sasak Lombok memakai benang kapas atau disebut juga benang katun. Selain itu ada juga yang memakai benang sutera. Benang kapas diperoleh dari bunga kapas yang dipintal sendiri dan disebut *benang berut* dimana pada masa penjajahan Jepang benang berut

ini masih sering digunakan. Hal ini berbeda dengan sekarang, yang mana benang kapas diperoleh dengan cara membeli di toko atau pasar. Para penenun dapat membeli dengan mudah dengan menyebutkan nama benang *took* yang terdiri atas beberapa jenis antara lain benang *marsis*, benang *meber*, benang *cap kuda satu*, dan benang *cap kuda dua*, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk benang sutera dan benang logam (*perak* dan *emas*) didapatkan dengan cara membeli. Benang tersebut tidak berasal dari Lombok melainkan dari luar Lombok yang masuk melalui jalur perdagangan laut sejak berabad-abad yang lampau.

Puji Yosep (tt: 10) mengutip dari Indicator dan Ballard, menyebutkan ada lima kategori penerapan benang logam yaitu: K-1 Logam ditempelkan pada kain jadi, K-2 Kawat atau lempengan logam, K-3 Kawat atau lempengan logam dililitkan pada sambu/benang, K-4 Permukaan logam diterapkan pada pembungkus *organic/substrat* yang meliliti sumbu benang (a. *organic selulose*, b. *organic protein*), dan K-5 Salah satu permukaan logam ditempelkan dengan substrat pada kain (a. *organic selulose*, b. *organic rotein*). Benang logam K-3 dibuat di Eropa, India, Persia, dan Cina sedangkan benang logam K-4 dibuat di Cina abad ke-17 Masehi (Montegut dan Indicator dalam Puji Yosep, tt: 7). Berdasarkan pengamatan koleksi *kai songket* Lombok di museum NTB, yang berusia paling tua dapat diketahui memakai benang logam dari kategori K-3 dan K-4. Benang-benang tersebut diperkirakan mulai diperdagangkan di Lombok sejak kedatangan para pedagang Islam sekitar abad ke-14 sampai ke-17 (*kain songket Lombok, 2000*).

2.1.12.5 Cara Pengolahan Bahan

Bahan yang digunakan sebagai dasar tenunan dan juga motif ragam hias kain adalah benang katun yang diperoleh dengan cara membeli di pasar atau toko. Sebelumnya penenun membuat sendiri benang yang akan dijadikan sebagai bahan tenunan dengan mengolah kapas. Kapas dipintal dan diberi warna. Warna-warna yang digunakan berasal dari alam. Warna coklat dari lumpur, warna ungu dari buah *pace*, warna kuning dari kunyit,

warna hijau dari daun pandan atau kayu manis.

Untuk mengolah kapas hingga menjadi benang, pertama yang harus dilakukan adalah bunga kapas dipetik dari pohonnya lalu dijemur hingga kering. Kemudian biji kapas diurai dan dihaluskan dengan alat yang disebut *betuk*. Setelah itu serat-serat kapas dibuat menjadi gulungan-gulungan lonjong kecil dengan diameter +/- 4 mm menggunakan alat yang disebut *pelusut bojol*. Gulungan kapas tersebut dipintal menjadi benang dengan alat yang disebut *arah*. Pintalan benang kapas digulung dengan cara melingkarkan pada alat yang disebut *anak arah (anak isi)*. Benang yang sudah dipintal lalu ditukal dengan alat yang disebut *ajon*. Tukalan benang tersebut dihitung sesuai dengan perhitungan pertentuan Sasak. *Seserek*: 1 helai; *secekal*: 2 helai; *secekal seserek*: 3 helai; *segutus*: 2 cekal; *sedaut*: 10 gutus; *seloq*: 10 Daut; *satak*: 200 gutus. Untuk menghasilkan kain tenun selebar 60 cm diperlukan benang sebanyak *satak lebih tujuh daut* (1,080 helai benang). Setelah ditukal, benang masuk pada tahap pencelupan warna dengan cara direndam. Paling cepat proses untuk pencelupan warna akan memakan waktu sehari semalam kemudian dijemur hingga kering. Dan tahap terakhir adalah tukalan benang berwarna dimasukkan dalam *andir*, ujung benang itu ditarik lalu digulung dengan *pengompoq*. *Pengompoq* dipasang pada *anak arah* kemudian *arah* diputar. Pekerjaan ini disebut *ngompoqompog*.

Apabila bahan tenunan didapat dari membeli di toko atau pasar maka proses yang perlu dilakukan untuk mengolah bahan adalah hanya *ngompoq-ngompoq*.

2.1.12.6 Alat Tradisional Kain Tenun Sasak Lombok

Alat yang digunakan sangat sederhana, *ranggon* untuk menenun kain dari benang kapas. *Ranggon* mengeluarkan suara *cag...cag* pada saat digunakan untuk menenun. *Ranggon* terdiri dari beberapa alat, antara satu dengan lainnya saling berhubungan. *Ane*, berupa balok kayu memanjang dengan tiga buah kaki, untuk merancang *lungsi* (benang lungsi) menjadi lungsi atas dan lungsi bawah serta untuk merancang belengun. Batang

Jajak, berupa dua batang balok kayu tempat mendirikan *jajak*, yaitu tempat menambahkan *tutuk*. *Tutuk* berupa sebilah papan, tempat menggulung *lungsi* yang akan atau sedang ditenun. *Suri* berbentuk menyerupai sisir sebagai alat untuk mengatur jarak *lungsi* dan sebagai alat untuk menekan *pakan* (benang *pakan*). *Golong* adalah sebilah bamboo yang berguna untuk meratakan dan membatasi *lungsi* atas dan *lungsi* bawah. *Gun*, bamboo bergaris tengah 1 cm yang dimasukkan pada *balen gun* untuk menaikturunkan *lungsi* atas dan bawah. *Belida*, terbuat dari kayu asam menyerupai pedang untuk merapatkan *pakan* dengan cara dihentakkan. *Apik*, bilah kayu untuk menggulung bagian kain yang ditenun. *Lekot*, sebilah kayu seperti busur panah, untuk sandaran pinggang penenun. Kedua ujung *lekot* diikat dengan *alit* (tali) pada kedua ujung apit. *Tekah*, batang bambu bergaris tengah +/- 0.8 cm, untuk meratakan atau merentangkan bidang tenunan agar *suri* tidak mudah patah. *Peniring*, bamboo tempat menggulung *pakan*. *Terudak* atau *Teropong*, berupa potongan seruas bambu bergaris tengah +/- 3 cm, sebagai tempat peniring dan untuk membantu memperlancar masuknya *pakan*. *Erek-erek*, sejenis kerekan dengan tali dan batu pemberat untuk menggantung *gun* kedua agar bidang tenunan tidak berat di bagian tengah. *Wedeh*, pembatas *lungsi* atas dengan bawah. *Gun gantung*, untuk menggantungkan *gun* agar bidang kain tidak berat. *Penggun*, *gun* tambahan.

2.1.12.7 Proses Pembuatan Kain Tenun Sasak Lombok

Benang yang siap untuk ditenun dipilah, sebagian digunakan sebagai *lungsi* (dalam bahasa Sasak disebut benang *lolon*) yaitu benang yang posisinya vertikal pada saat menenun. Sebagian sebagai *pakan* (dalam bahasa Sasak disebut benang *nyalaq*) yaitu benang yang posisinya horizontal pada saat penenunan.

Benang yang akan dijadikan *lungsi* ditata terlebih dahulu dengan cara direntangkan secara selang seling menggunakan *ane*, sehingga *lungsi* tersebut menjadi *lungsi* atas dan *lungsi* bawah. Proses pengerjaan ini disebut dengan *ngane*. Pada saat *ngane*, jumlah *lungsi* sesuai dengan

panjang kain, selain itu juga dipersiapkan *balen gun* (rumah gun) dengan seutas benang yang mengaitkan lungsi atas dan bawah.

Setelah itu *lungsi* dilepas dari *ane* dengan terlebih dahulu dimasukkan dalam *suri* digulung pada *tutuk* sedangkan ujung bawah *lungsi* dikaitkan kea pit. Dengan dua utas tali *alit*, kedua ujung *apit* dikaitkan pada dua ujung *lekot*.

Penenun duduk berselanjor diantara *lekot* dengan *apit*. Punggung penenun akan menempel pada bagian tengah *lekot*. Dengan menyelonjorkan kaki maka kain *lungsi* yang telah ditata akan menjadi tegang dan mempermudah proses memasukkan pakan. Setelah itu adalah proses mendesain. Proses mendesain merupakan proses yang tidak mudah dan tidak semua penenun memiliki keahlian dalam mendesain. Hal ini dikarenakan kerumitan desain didasarkan dari keahlian dan kreativitas yang dimiliki penenun. Konsep motif harus dipolakan pada tenunan dengan menghitung *lungsi* yang naik dan turun. Pada *lungsi* yang naik dan turun dikaitkan seutas benang sebagai *balen gun* lalu dimasukkan *gun*. *Gun* sebagai pola dari motif hias tersebut disebut *penggun*. Suwati Kartiwa (1989: 12) memberi nama *gun* tambahan. Banyak *penggun* atau *gun* tambahan tergantung dari motif hias yang ingi dibuat. Contohnya, pola motif *remawa* atau binatang memerlukan 12 *penggun*. Sedangkan untuk motif burung garuda memerlukan 300 *penggun*.

Tahap terakhir dalam proses menenun adalah *nyeseg*. *Terudak* yang didalamnya terdapat gulungan *pakan* dan *peniring* dimasukkan secara selang seling dengan mengubah kedudukan *lungsi* atas dan bawah. Kemudian *pakan* dirapatkan dengan menghentakkan *belida*. Sampai dengan proses ini penenun telah menyelesaikan tenunan dasar. Selanjutnya mengangkat *gun* tambahan untuk mendapatkan lungsi atas dan bawah yang sudah dipolah, lalu mulai memasukkan *pakan* tambahan dari benang katun berwarna atau benang logam untuk membentuk ragam hias pada kain songket yang sedang ditenun. *Pakan* tambahan digulung alat yang disebut *penengol*. *Penengol* hanya digunakan jika yang ditenun merupakan kain songket, Karena berfungsi untuk membuat ragam hias. Jika yang

ditenun adalah kain biasa maka *penenggol* dan juga *gun* tambahan tidak digunakan.

Dasar tenunan songket Lombok pada umumnya menerapkan teknik 1/1 maksudnya sekali benang pakan berada diatas dan sekali benang *lungsi* dibawah dan sebaliknya. Teknik ½ dua kali benang pakan diatas dan sekali benang *lungsi* dibawah. Teknik ini biasanya digunakan pada tenunan yang berbahan benang sutera dan pemakaian benang pakan ganda akan menyebabkan kain tenun yang dihasilkan lebih tebal.

2.1.12.8 Ragam Motif Hias Kain Tenun Sasak Lombok

Motif – motif tenun di Sukarara merupakan motif traditional. Sebagian besar ragam hias yang terdapat pada kain adat Nusa Tenggara Barat memiliki arti simbolis yaitu lambing kehidupan manusia di dunia dan akhirat. Kain tenun bagi masyarakat Sasak bermakna sebagai perwujudan simbolik dari penguasaan alam. Corak pohon hayat atau bunga mawar, bermakna sebagai lambang kehidupan di muka bumi. Corak burung yang sering ditemui pada sehelai kain tenun, melambangkan penguasa dunia atas sedangkan gambar ular atau kijang merupakan perlambangan penguasa dunia bawah atau bumi. Ragam hias dibedakan menurut jenis kelamin pemakainya. Ragam hias seperti Pohon Hayat, Bunga Kabut, Bunga Mawar, Kecubung kuning atau flora lainnya dikhususkan untuk wanita. Sedangkan ragam hias seperti Lembang, Naga, Kekek, Kepiting, Barong, atau Wayang, sebaliknya dikenakan oleh pria. Perbedaan tersebut terjadi karena adanya anggapan bahwa apabila seorang pria memakai kain tenun corak mawar atau hayat dapat menurunkan kewibawaan serta kesaktiannya. Secara garis besar ragam hias dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu : ragam hias flora, fauna, dan abstraksi atau gabungan.

Bentuk – bentuk motif yang dihasilkan pada kain tenun bersumber dari alam sekitar dan merupakan perwujudan dari rasa hormat kepada alam di lingkungannya. Penghormatan tersebut dilakukan dengan memilih corak berdasarkan benda dan makhluk alam yang banyak membantu kehidupan

manusia, serta yang diakui sebagai lambang keturunan dewa.

Motif – motif tersebut antara lain berupa ornamen berbentuk Merak berhadap – hadapan sebagai symbol kebahagiaan (dibuat oleh gadis yang akan menikah), ornamen bergambar tokek yang merupakan symbol keberuntungan, motif *pakerot* yang berbentuk horizontal, motif *trudak* yang warna violet, motif *dobel berase*, motif nanas, dan motif *subhanallah*.

Salah satu kain tenun yang amat dikenal di Nusa Tenggara Barat adalah kain tenun *subhanallah (subanale)*. Kain tenun dipenuhi ragam hias geometris berbentuk sarang lebah (bare). Corak utamanya berbentuk segienam yang diisi hiasan kembang mawar atau naga sebagai aksen. Corak naga diketahui memiliki dua ciri. Yang pertama adalah corak naga yang memakai mahkota pada sejumlah kain tenun dari Sukarara yang diperkirakan ragam hias ini mendapat pengaruh dari kebudayaan India. Sedangkan ciri yang kedua adalah corak naga tidak mengenakan mahkota tapi memiliki kaki yang diduga berasal dari pengaruh kebudayaan Cina. Sedangkan motif merak melambangkan Dewa Skanda atau Kartikeya, Putera Syiwa dan Parwati.

Ragam hias lainnya adalah tumbuhan, karena sebagian besar pemakai dan pembuat kain tenun terdiri dari wanita yang menyukai tumbuhan. Selain itu, ragam hias ini merupakan perlambangan dari dewa – dewa penjaga kehidupan alam semesta. Salah satunya adalah corak pohon hayat yang memiliki makna simbolik dari dewa pelindung kehidupan semesta. Sedangkan *bunga Remawe* atau bunga mawar lebih berfungsi sebagai penghias latar. Selain itu terdapat motif Daun Pakis, Pucuk Rebung, dan lain sebagainya.

Batasan ragam hias abstraksi atau gabungan sangat luas, memiliki motif seperti Makara, Wayang, Barong, Bulan, Sabit, Ragi genep, Bintang empet, Petak, Kiping, Wajik, Berlian. Motif Makara merupakan perwujudan dari makhluk yang hidup di alam dongeng dan diperkirakan berasal dari kebudayaan India. Dalam kain tenun, motif makara ini digambarkan sebagai makhluk yang menyerupai ikan yang memiliki

belalai gajah. Selain itu motif Wayang merupakan bentuk yang juga sering muncul pada tenunan Nusa Tenggara Barat. Biasanya menggunakan warna – warna kontras dan menggunakan bentukan yang sederhana. Tokoh yang sering ditampilkan adalah ksatria, seperti Arjuna.



Gambar 2.3 Motif *Subhanalla*



Gambar 2.4 Motif *Lembang*



Gambar 2.5 Motif *Petak*

2.1.12.9 Desa – Desa Penghasil Kain Tenun Lombok

Di Pulau Lombok, terdapat sejumlah desa penghasil tenun tradisional, antara lain: Desa Sukarara dan Desa Sade di Lombok Tengah; Desa Panarukan, Gerung di Lombok Barat; Desa Pringgasela di Lombok Timur; Desa Belik, Bayan di Lombok Utara.

2.2 5 W+ 1 H

2.2.1 What?

Website Eksotika Kain Tenun Sasak Lombok adalah *website* yang ditargetkan untuk semua kalangan. Dimana informasi yang diberikan merupakan informasi sejarah kain tenun, proses pembuatan kain tenun, dan informasi tentang macam-macam bentuk motif Kain Tenun Sasak Lombok. Selain itu *website* ini dilengkapi dengan dokumentasi foto dan video proses pembuatan kain tenun itu sendiri.

2.2.2 Who?

Target pemasarannya adalah dari semua kalangan, karena adanya pengenalan tentang Kain Tenun Sasak Lombok ini masyarakat dapat mengetahui sejarah, proses, dan macam-macam bentuk motif kain tenun. Dengan adanya informasi yang disampaikan tentang Kain Tenun Sasak

Lombok ini agar masyarakat dapat mempelajari dan mengetahui keunikan proses penenunan secara detail.

2.2.3 Where?

Website ini akan dipublikasikan di Indonesia dan mancanegara. Untuk mencari alamat *website* ini nantinya dapat dicari di mesin pencari (search engine) yang nantinya akan mengarah pada *website* Eksotika Kain Tenun Sasak Lombok. Kata kunci yang digunakan antara lain yaitu: sejarah kain tenun, proses pembuatan kain tenun, macam-macam motif kain tenun.

2.2.4 When?

Website akan dipublikasikan pada bulan Desember 2015. Durasi penerbitan yaitu selama 1 tahun.

2.2.5 Why?

Website ini diperlukan dikarenakan agar masyarakat mengetahui dan dapat mempelajari sejarah dan proses kain tenun itu sendiri. Dan masyarakat akan memahami dan mengetahui bahwa seperti apa proses dan sejarah Kain Tenun Sasak Lombok. Pembuatan *website* ini juga akan berdampak positif untuk para penenun di desa Sade Lombok, dari tingkat perekonomian serta pariwisata. Di karenakan kurangnya publikasi tentang kain tenun Sasak Lombok dalam berbagai media, seperti media buku, media cetak lain seperti majalah, dan koran.

2.2.6 How?

Website Eksotika Kain Tenun Sasak Lombok ini secara *usability*, disesuaikan dengan ciri semua kalangan dalam menggunakan internet. *Website* ini akan berisikan secara simpel dan terkesan tidak rumit agar semua kalangan yang ingin melihat informasi tentang Eksotika Kain Tenun Sasak Lombok tidak merasa kebingungan dalam membaca artikel yang akan dimuat.