

Peran warna dan komposisi dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada desain grafis batik kontemporer

Wahyu Kurniawan^{a*}, Yolandita Angga Reza^b, Harys Kristanto^c, Elis Yulianti^d

^{a,b} Program Studi Desain Grafis, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Sains Indonesia

^{c,d} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Sains Indonesia

INFO ARTIKEL

Diterima 12 Agustus 2025
Disetujui 12 Januari 2025
Dipublikasi 20 Januari 2025

**email:*

*wahyu.kurniawan@lecturer.
sains.ac.id*

Key word:

*Color,
Composition,
Design Strategy,
Graphic Design*

ABSTRACT

This study examines the role of color and composition in enhancing user engagement in digital graphic design through a descriptive qualitative approach. By applying phenomenological methodology and case studies, the research focuses on the subjective experiences of professional graphic design practitioners as well as the practical implementation of design principles. Data analysis reveals that principles of color and composition have a dominant influence in shaping users' emotional responses, visual preferences, and attention patterns. The findings indicate that primary colors are effective in capturing initial attention, while grid-based composition facilitates navigation and understanding of information structure. Moreover, the appropriate selection of color contrast can reinforce visual hierarchy and improve the readability of design elements. This study produces an updated set of experience-based design strategy guidelines, including the use of dynamic color palettes and flexible composition guides that adapt to user contexts. The conclusion highlights that a phenomenological approach is highly effective in uncovering design insights rooted in subjective experiences, offering a deeper understanding of the authentic creative process in digital graphic design.

ABSTRAK

Kata kunci:

*Warna,
Desain Grafis,
Komposisi,
Strategi Desain*

Penelitian ini mengkaji peran warna dan komposisi dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada desain grafis digital melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menerapkan metodologi fenomenologi dan studi kasus, penelitian berfokus pada pengalaman subjektif praktisi desain grafis profesional serta analisis implementasi praktis dari prinsip-prinsip desain. Proses analisis data mengungkapkan bahwa prinsip warna dan komposisi memiliki pengaruh dominan dalam membentuk reaksi emosional, preferensi visual, dan pola atensi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warna primer efektif dalam menarik perhatian awal, sementara komposisi berbasis grid memfasilitasi navigasi dan pemahaman struktur informasi. Selain itu, pemilihan kontras warna yang tepat dapat memperkuat hierarki visual dan meningkatkan keterbacaan elemen desain. Penelitian ini menghasilkan pembaruan berupa pedoman strategi desain berbasis pengalaman yang mencakup penggunaan palet warna dinamis dan panduan komposisi fleksibel yang adaptif terhadap konteks pengguna. Kesimpulan menunjukkan bahwa pendekatan fenomenologis sangat efektif dalam mengungkap insight desain yang berakar pada pengalaman subjektif, memberikan pemahaman lebih dalam tentang proses kreatif yang autentik dalam desain grafis digital.

PENDAHULUAN

Era digital batik kontemporer telah mengubah lanskap komunikasi visual secara fundamental, menempatkan desain grafis digital sebagai elemen krusial dalam interaksi manusia dengan teknologi [1]. Dalam konteks ini, warna dan komposisi tampil sebagai dua komponen visual yang memiliki pengaruh signifikan terhadap bagaimana pengguna berinteraksi, merasakan, dan merespons konten digital. Warna, dengan karakteristik psikologis dan kulturalnya, tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika tetapi juga sebagai pembawa pesan yang memengaruhi persepsi dan emosi pengguna secara langsung. Sementara itu, komposisi berfungsi sebagai kerangka struktural yang mengarahkan alur visual, menciptakan hierarki informasi, dan memfasilitasi navigasi pengguna dalam ruang digital [2].

Keterkaitan antara warna, komposisi, dan psikologi persepsi pengguna membentuk dasar teoretis yang kuat untuk eksplorasi lebih lanjut. Penerapan prinsip psikologi persepsi seperti Gestalt dan teori warna dalam desain digital tidak hanya meningkatkan estetika visual tetapi juga memperkuat efektivitas komunikasi [3]. Warna, misalnya, dapat memicu respons emosional spontan yang kemudian memengaruhi keputusan dan tindakan pengguna. Komposisi, di sisi lain, menciptakan struktur visual yang mengarahkan pola pemindaian mata dan mengatur prioritas informasi yang diterima pengguna [4].

Dengan pertumbuhan industri teknologi digital yang eksponensial di Indonesia, pemahaman tentang bagaimana elemen-elemen visual ini berinteraksi

dengan persepsi dan perilaku pengguna menjadi semakin vital [5]. Konsumen tidak hanya melihat estetika sebagai aspek visual, tetapi juga sebagai cerminan dari nilai merek [6]. Artinya, mereka menginterpretasikan elemen visual menjadi makna yang relevan dengan persepsi, pengalaman, dan yang menjadi nilai utama [7]. Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara teori desain visual dan implementasi praktisnya dalam konteks pengalaman pengguna digital di Indonesia, dengan fokus khusus pada peran warna dan komposisi sebagai katalisator keterlibatan pengguna.

Tantangan utama dalam desain grafis digital batik kontemporer terletak pada lanskap internet yang semakin kompetitif dan padat informasi. Akses yang terbatas menyebabkan banyak desainer kesulitan menjual karyanya dengan harga yang layak, sehingga mengurangi motivasi mereka untuk menjaga kualitas desain [8]. Pengguna digital Indonesia, yang menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 mencapai 77,02% dari total populasi, memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi konten digital. Durasi perhatian (attention span) yang semakin pendek—rata-rata hanya 8 detik untuk konten digital—menjadikan efektivitas komunikasi visual sebagai faktor kritis dalam menarik dan mempertahankan keterlibatan pengguna.

Permasalahan ini diperumit dengan preferensi visual yang dinamis dan beragam di antara segmen pengguna yang berbeda. Usia, latar belakang budaya, dan tingkat literasi digital memengaruhi bagaimana pengguna merespons kombinasi warna dan struktur komposisi. Akibatnya, praktisi

desain grafis digital menghadapi tantangan kompleks dalam menciptakan visual yang secara simultan menarik, informatif, dan efektif untuk berbagai kelompok target.

Meskipun terdapat banyak studi tentang prinsip desain visual secara umum, penelitian yang secara spesifik menginvestigasi interaksi antara warna, komposisi, dan keterlibatan pengguna dalam konteks Indonesia masih terbatas. Sebagian besar studi yang ada cenderung berfokus pada aspek teknis desain atau perspektif kognitif pengguna secara terpisah, tanpa mengintegrasikan kedua aspek tersebut dalam kerangka analisis yang komprehensif. Optimalisasi desain visual untuk meningkatkan keterlibatan pengguna menjadi semakin krusial. Keberhasilan platform digital, aplikasi, dan kampanye pemasaran online sangat bergantung pada kemampuan desain visual untuk menarik perhatian dan memfasilitasi interaksi pengguna yang bermakna [9]. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan melalui penerapan metodologi fenomenologis yang jarang digunakan dalam studi desain grafis digital. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman subjektif para praktisi desain, memberikan wawasan unik tentang proses kreatif dan pertimbangan desain yang tidak mudah diakses melalui metodologi konvensional.

Dengan mengintegrasikan studi kasus dan eksplorasi fenomenologis, penelitian ini berupaya menghasilkan pemahaman komprehensif tentang bagaimana warna dan komposisi dapat dioptimalkan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dalam konteks desain grafis digital Indonesia. Hasil

penelitian diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi desainer grafis, pengembang aplikasi, dan pemasar digital serta desainer batik dalam mengembangkan strategi visual yang lebih efektif dan berorientasi pengguna.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengintegrasikan dua metodologi utama: fenomenologi dan studi kasus. Kombinasi metodologis ini dipilih untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang peran warna dan komposisi dalam keterlibatan pengguna pada desain grafis digital, baik dari perspektif pengalaman subjektif desainer maupun analisis implementasi praktis. Pendekatan fenomenologis memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif desainer dalam menciptakan karya desain, menggali bagaimana mereka mempersepsi, memahami, dan menginternalisasi elemen-elemen visual seperti warna dan komposisi [10].

Fenomenologi diterapkan untuk mengeksplorasi esensi pengalaman desainer dalam menggunakan warna dan komposisi. Melalui pendekatan ini, peneliti mengidentifikasi struktur pengalaman sadar desainer saat merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi elemen visual. Aspek fenomenologis berfokus pada bagaimana desainer memaknai hubungan antara pilihan desain dan respons pengguna berdasarkan pengalaman profesional mereka [11].

Studi kasus digunakan untuk menganalisis secara mendalam dua proyek desain digital interaktif yang berbeda,

kampanye promosi produk retail dan kampanye sosial. Analisis mencakup dokumentasi proses desain, eksplorasi pertimbangan kreatif dalam pemilihan warna dan komposisi, serta evaluasi keterlibatan pengguna pasca-implementasi [12].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memperoleh pemahaman kontekstual yang kuat tentang peran warna dan komposisi dalam meningkatkan keterlibatan pengguna, penelitian ini menganalisis secara mendalam dua proyek desain digital yang berbeda karakteristiknya. Kedua studi kasus ini dipilih berdasarkan relevansi, kompleksitas desain, dan ketersediaan data komprehensif tentang proses kreatif serta metrik keterlibatan pengguna. Kampanye digital untuk peluncuran lini produk *fashion* lokal pada *platform e-commerce* nasional. Proyek ini mencakup desain *landing page*, banner promosi, dan konten media sosial dengan tema kesatuan visual. Kampanye kesadaran lingkungan yang diimplementasikan melalui *website* interaktif, infografis, dan konten edukatif di platform digital. Proyek ini membutuhkan pendekatan visual yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mampu menyampaikan informasi kompleks secara efektif dan memotivasi tindakan nyata dari audiens. Warna primer seperti merah, biru, dan kuning memiliki peran kuat dalam menarik perhatian awal pengguna. Pengalaman fenomenologis menunjukkan bahwa penggunaan aksen warna cerah pada elemen utama dalam desain dapat membuat area tersebut menjadi fokus pandangan pengguna lebih cepat dan

bertahan lebih lama. Studi kasus pada sektor ritel juga mengindikasikan bahwa penerapan warna primer pada elemen penting, seperti tombol ajakan bertindak, mampu meningkatkan interaksi pengguna dibandingkan penggunaan warna netral. Warna primer dapat merangsang respons kognitif lebih cepat karena sifatnya yang fundamental dalam persepsi visual manusia [13].

A. Dampak Psikologis Warna Hangat dan Warna Sejuk

Perbedaan nyata dalam respons emosional pengguna terhadap spektrum warna hangat seperti merah, oranye, dan kuning dibandingkan warna sejuk seperti biru, hijau, dan ungu. Dominasi warna hangat dalam desain, seperti pada tampilan dashboard, cenderung memunculkan kesan dinamis dan memotivasi pengguna, sementara penggunaan warna sejuk menciptakan suasana yang lebih menenangkan dan fokus. Psikologi warna dapat dilihat pada Gambar 1 [14].



Gambar 1. Psikologi Warna

Pada konteks kampanye sosial lingkungan, penerapan warna-warna alam seperti hijau, coklat, dan biru yang dipadukan dengan aksen warna hangat pada elemen ajakan bertindak mampu memberikan keseimbangan antara kenyamanan dalam menjelajahi konten dan dorongan untuk mengambil tindakan.

B. Korelasi Warna *Brand* dengan Loyalitas Pengguna

Analisis fenomenologis menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara konsistensi penggunaan warna *brand* dengan pembentukan loyalitas pengguna. Konsistensi ini berperan penting dalam menciptakan pengalaman visual yang mudah diingat dan melekat pada benak pengguna. Penggunaan warna *brand* secara konsisten di seluruh media digital dapat memperkuat persepsi pengguna terhadap identitas merek. Ketika desain menyimpang dari palet warna yang telah ditetapkan, kepercayaan pengguna cenderung menurun karena munculnya rasa ketidaknyamanan terhadap visual yang tidak familiar. Temuan ini menegaskan nilai strategis dari penerapan warna yang konsisten dalam membangun *brand recognition* dan rasa percaya. Identitas visual yang stabil membantu merek mempertahankan hubungan emosional dengan audiensnya dalam jangka panjang.

Implementasi sistem warna yang terjaga di berbagai *platform digital*, seperti situs web, aplikasi, *email*, dan media sosial, menjadi faktor pendukung dalam memperkuat keterikatan pengguna [15]. Keseragaman ini membantu membentuk pengalaman yang selaras, meningkatkan kesan profesional, dan memperkuat citra merek secara keseluruhan. Analisis fenomenologis menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara konsistensi penggunaan warna *brand* dengan pembentukan loyalitas pengguna. Konsistensi ini terlihat pada Gambar 2 berperan penting dalam menciptakan pengalaman visual yang mudah diingat dan melekat pada benak pengguna.



Gambar 2. Konsistensi Warna Brand

Penggunaan warna brand secara konsisten di seluruh media digital dapat memperkuat persepsi pengguna terhadap identitas merek [16]. Ketika desain menyimpang dari palet warna yang telah ditetapkan, kepercayaan pengguna cenderung menurun karena munculnya rasa ketidaknyamanan terhadap visual yang tidak familiar. Implementasi sistem warna yang terjaga di berbagai platform digital, seperti situs web, aplikasi, email, dan media sosial, menjadi faktor pendukung dalam memperkuat keterikatan pengguna. Keseragaman ini membantu membentuk pengalaman yang selaras, meningkatkan kesan profesional, dan memperkuat citra merek secara keseluruhan.

C. Temuan Utama Komposisi dalam Desain Digital

Analisis fenomenologis pengalaman responden mengungkapkan beberapa temuan signifikan tentang peran komposisi dalam desain grafis digital dan dampaknya terhadap keterlibatan pengguna. Pengalaman para desainer mendemonstrasikan bahwa struktur komposisi tidak hanya memengaruhi estetika visual tetapi juga secara fundamental membentuk bagaimana pengguna berinteraksi dengan dan memahami konten digital.

1. Komposisi Grid dan Navigasi Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem grid yang terstruktur mampu memudahkan navigasi pengguna dan meningkatkan efisiensi mereka dalam memproses informasi. Struktur ini membantu menciptakan tata letak yang teratur sehingga alur interaksi menjadi lebih intuitif. Penggunaan grid modular dalam desain antarmuka terbukti mampu membentuk konsistensi visual yang memandu pengguna secara alami. Pola penempatan elemen yang konsisten menciptakan prediksi visual, sehingga interaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan tanpa kebingungan.

Sistem grid juga memungkinkan pengguna mengembangkan kebiasaan atau pola gerak yang berulang saat berinteraksi dengan desain. Hal ini mempermudah mereka dalam menyelesaikan tugas karena tata letak yang familiar mengurangi beban kognitif. Dalam konteks *e-commerce*, penerapan sistem grid yang responsif membantu menyajikan informasi secara jelas di berbagai perangkat. Penyesuaian rasio kolom antara versi desktop dan mobile memastikan bahwa tampilan tetap nyaman diakses tanpa mengorbankan struktur. Perusahaan harus mempertimbangkan format konten ke dalam strategi mereka untuk memaksimalkan dampak pada pengguna [17].

Analisis visual terhadap desain berbasis grid menunjukkan bahwa pengguna cenderung memindai informasi dengan lebih terarah. Tampilan yang rapi dan terorganisir membuat mereka lebih cepat menemukan konten yang dibutuhkan, sehingga pengalaman

keseluruhan menjadi lebih efektif dan memuaskan.

2. Keseimbangan Ruang Negatif dan Elemen Visual

Analisis fenomenologis menunjukkan bahwa manajemen ruang negatif (*white space*) memegang peranan penting dalam menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berfungsi dengan optimal. Ruang kosong yang diatur secara tepat dapat membantu menyeimbangkan komposisi dan membuat keseluruhan tampilan terasa lebih nyaman dilihat. Pengalaman para desainer mengindikasikan bahwa keseimbangan antara ruang negatif dan elemen visual berkontribusi pada pengurangan beban kognitif pengguna. Dengan adanya ruang yang cukup di antara elemen, pengguna dapat lebih mudah memproses informasi tanpa merasa kewalahan oleh kepadatan visual.

Penerapan prinsip *"breathing room"* pada halaman produk atau layanan juga terbukti memengaruhi persepsi nilai. Tata letak yang memberi ruang bernapas pada setiap elemen sering kali diasosiasikan dengan kesan premium dan profesional, meskipun tidak ada perubahan pada isi konten atau harga produk. Studi kasus memperlihatkan bahwa penggunaan ruang negatif yang terukur mampu memperkuat titik fokus dan memperjelas hierarki informasi. Penempatan ruang kosong secara strategis membantu mengarahkan perhatian pengguna ke bagian terpenting dalam desain, sehingga pesan utama dapat tersampaikan dengan lebih efektif.

Dalam konteks desain antarmuka digital, peningkatan proporsi ruang

negative secara keseluruhan dapat membuat pengalaman pengguna terasa lebih sederhana dan menyenangkan. Pengguna cenderung merasa lebih mudah memahami tampilan, sekaligus lebih nyaman dalam menavigasi konten tanpa tekanan visual yang berlebihan.

D. Implikasi dan Pembaruan dari Penelitian

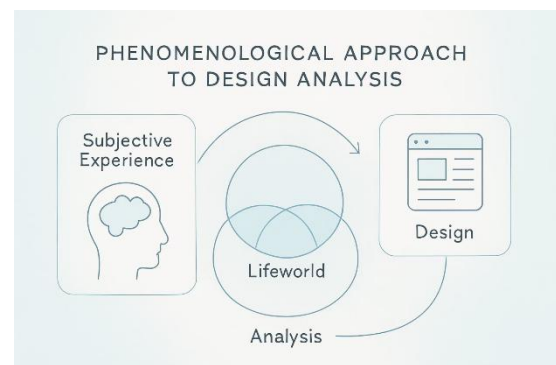
Penelitian ini menghasilkan sejumlah implikasi signifikan dan kontribusi pembaruan untuk bidang desain grafis digital, khususnya dalam konteks penggunaan warna dan komposisi untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Integrasi pendekatan fenomenologis dengan metodologi studi kasus telah menghasilkan wawasan unik yang memperkaya pemahaman tentang proses kreatif dan pengalaman [18].

1. Integrasi Pendekatan Fenomenologis dalam Analisis Desain Digital

Salah satu kontribusi metodologis penting dari penelitian ini adalah pembuktian efektivitas pendekatan fenomenologis dalam mengeksplorasi dan menganalisis desain grafis digital. Berbeda dengan pendekatan positivistik yang umum digunakan dalam studi UI/UX, fenomenologi memberikan ruang untuk menggali dimensi pengalaman subjektif yang sering tersembunyi namun memiliki pengaruh besar terhadap proses desain. Pendekatan ini memungkinkan terungkapnya aspek-aspek proses kreatif yang biasanya bersifat implisit atau berupa pengetahuan diam (*tacit knowledge*). Pengetahuan semacam ini sulit diungkapkan secara langsung, tetapi memiliki peran mendasar dalam

pengambilan keputusan desain yang intuitif dan strategis.

Dengan fenomenologi, proses desain dapat dipahami tidak hanya dari sudut pandang teknis, tetapi juga dari perspektif emosional dan reflektif. Hal ini membuka peluang untuk menelusuri bagaimana intuisi, pengalaman pribadi, dan interaksi dengan konteks visual membentuk hasil akhir desain. Fenomena analisis desain dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Fenomena Analisis Desain

Secara keseluruhan, penerapan fenomenologi dalam penelitian desain menawarkan dimensi baru yang melampaui batas metrik kuantitatif. Metode ini mengungkap motivasi, pertimbangan, dan proses kognitif yang mendasari keputusan desain, sehingga memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan autentik. Penelitian menghasilkan framework untuk mendokumentasikan dan menganalisis proses kreatif desainer secara sistematis, memungkinkan pelestarian dan transmisi pengetahuan tacit yang seringkali hilang dalam dokumentasi proyek konvensional.

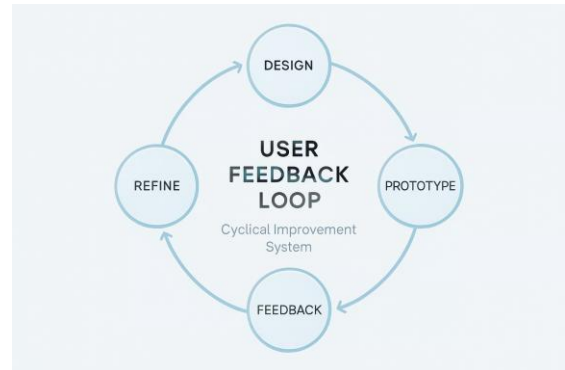
Implikasi dari pendekatan ini adalah pengembangan model penelitian desain yang lebih holistik dan humanistik, yang mengakui dan menghargai dimensi subjektif dari praktik desain profesional. Model ini menawarkan alternatif yang

melengkapi pendekatan kuantitatif, memberikan pemahaman yang lebih kaya dan nuansa tentang bagaimana desain grafis digital dapat dioptimalkan untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.

Pada aspek warna, panduan ini mencakup Palet Responsif Kontekstual, yaitu sistem pemilihan warna yang mampu beradaptasi dengan konteks penggunaan, demografi audiens, dan tujuan komunikasi [19]. Sistem ini dilengkapi dengan kerangka keputusan yang memandu desainer dalam menentukan skema warna yang paling sesuai untuk berbagai situasi. Elemen berikutnya adalah Hierarki Warna Fungsional, sebuah framework yang mengatur penggunaan warna berdasarkan fungsi interaksi seperti navigasi, informasi, aksi, dan umpan balik.

Selain itu, terdapat Strategi Koherensi Brand yang membantu mempertahankan identitas visual sambil tetap mengoptimalkan penggunaan warna guna meningkatkan keterlibatan pengguna. Pendekatan ini juga mencakup prinsip adaptasi kontekstual untuk menjaga relevansi di berbagai media dan platform. Pada aspek komposisi, guideline ini memperkenalkan Kerangka Grid Adaptif, yaitu sistem komposisi modular yang fleksibel terhadap berbagai ukuran layar dan konteks penggunaan, namun tetap menjaga hierarki visual dan navigasi yang intuitif. Ditambah dengan Pola *Focal Point* Dinamis yang memandu penciptaan dan pengelolaan titik fokus dalam desain interaktif, serta Manajemen Kepadatan Informasi yang membantu menyeimbangkan antara konten dan ruang negatif berdasarkan kompleksitas informasi [20].

2. Dorongan Penerapan User Feedback Loop



Gambar 4. Umpan Balik Pengguna

Framework ini (Gambar 4) dirancang untuk mengatasi kecenderungan desainer untuk mengandalkan asumsi atau preferensi pribadi, dengan menciptakan siklus pengembangan yang lebih responsif terhadap pengalaman aktual pengguna.

Komponen Utama User Feedback Loop:

a. Desain & Hipotesis

Formulasi eksplisit tentang bagaimana elemen warna dan komposisi diharapkan memengaruhi keterlibatan pengguna, menciptakan dasar yang jelas untuk evaluasi.

b. Implementasi

Penerapan desain dengan instrumentasi yang memungkinkan pengumpulan data spesifik tentang interaksi pengguna dengan elemen visual.

c. Pengukuran

Pengumpulan data kuantitatif (metrik interaksi) dan kualitatif (wawancara, survei) yang fokus pada respons pengguna terhadap aspek warna dan komposisi.

d. Analisis

Interpretasi data untuk mengidentifikasi pola respons terhadap elemen visual spesifik, dengan penekanan pada variasi kontekstual.

e. Perbaikan

Revisi desain berdasarkan insight dari analisis, dengan pendekatan iteratif untuk peningkatan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengeksplorasi peran warna dan komposisi dalam meningkatkan keterlibatan pengguna pada desain grafis digital melalui pendekatan kualitatif deskriptif yang mengintegrasikan metodologi fenomenologis dan studi kasus. Dengan berfokus pada pengalaman subjektif desainer profesional dan analisis implementasi praktis, penelitian ini menghasilkan pemahaman komprehensif tentang bagaimana elemen visual ini memengaruhi persepsi, emosi, dan perilaku pengguna dalam konteks digital.

Penelitian mengkonfirmasi peran sentral warna dalam menciptakan keterlibatan pengguna, dengan temuan spesifik tentang efektivitas warna primer dalam menarik atensi awal, dampak psikologis warna hangat versus warna sejuk terhadap respons emosional, serta kontribusi kontras warna dalam memperkuat hierarki visual dan meningkatkan interaksi dengan elemen kunci. Hubungan antara konsistensi warna brand dan pengembangan loyalitas pengguna juga teridentifikasi sebagai aspek signifikan dalam desain grafis digital.

Temuan mendemonstrasikan bagaimana komposisi berfungsi sebagai kerangka yang mengorganisir pengalaman visual dan interaktif pengguna. Sistem grid yang terstruktur terbukti memfasilitasi navigasi dan pemahaman informasi, sementara penciptaan focal point visual yang kuat memperkuat pesan utama dan meningkatkan dwell time.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan baik pada tataran teoritis maupun praktis. Pada tingkat teoretis, integrasi fenomenologi ke dalam studi desain grafis digital menawarkan perspektif baru yang memperkaya kerangka konseptual untuk memahami hubungan antara elemen visual dan pengalaman pengguna. Pendekatan ini menjembatani kesenjangan antara teori desain abstrak dan implementasi praktis dalam konteks nyata.

Pada tataran praktis, penelitian menghasilkan solusi konkret berupa guideline warna dan komposisi berbasis refleksi profesional, yang menawarkan kerangka aplikatif untuk praktisi desain. Pengembangan palet warna dinamis yang adaptif terhadap konteks pengguna dan panduan komposisi fleksibel merupakan inovasi yang merespons tantangan kontemporer dalam menciptakan desain yang efektif untuk beragam konteks penggunaan dan preferensi pengguna.

Dorongan untuk mengintegrasikan user feedback loop dan workshop refleksi pengalaman kreatif dalam proses desain menawarkan pendekatan metodologis yang dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas praktik desain grafis digital. Penerapan rekomendasi ini berpotensi menghasilkan desain yang tidak hanya estetis tetapi juga lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi pengguna aktual.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wang Y. Illustration Art Based on Visual Communication in Digital Context. *Mobile Information Systems* 2022;1.
<https://doi.org/10.1155/2022/7364003>

- [2] Widyastuti DI, Hasyim N, Yogananti AF. Studi Komparasi Desain User Interface Platform Streaming Pada Smartphone (Studi Kasus: iQIYI dan WeTV). *Narada Jurnal Desain Dan Seni* 2024;10(3);311-26. <https://doi.org/10.22441/narada.2023/v10.i3.004>
- [3] Zhao D, Pan B. Psychological Cognition and Thinking Needs in Visual Communication Design. *E3S Web of Conferences* 2021;236;5070. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123605070>
- [4] Aripadono, HW. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika* 2020;9(2);121-8. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- [5] Putri STO, Sulaeman E. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 2022;7(2);906-11. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- [6] Kurniawan W. Analisis Branding Logo pada Toko Merchandise Kaos Band. *Communication & Design Journal* 2025;1(2);57-67. <https://ojs.sains.ac.id/index.php/commdes/article/view/84>
- [7] Kurniawan W. Peran Seni Rupa dalam Pembentukan Karakter Kreatif dan Inovatif: Sebuah Tinjauan Literatur. *Communication & Design Journal* 2025;1(2);68-79. <https://ojs.sains.ac.id/index.php/commdes/article/view/85>
- [8] Kurniawan W. Local community perception of Batik Parijotho Salak as a cultural identity of Sleman. *Priviet Social Sciences Journal* 2025;5(7);20-31. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i7.405>
- [9] Günay M. Design in Visual Communication. *Art and Design Review* 2021;9(2);109-22. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.92010>
- [10] Rahmawati MW, Mukharomah RWS, Damariswara R. Analisis Kesulitan Siswa SD Negeri 1 Sumengko dalam Mata Pelajaran Bahasa Inggris. *LEARNING Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran* 2024;4(4);913-9. <https://doi.org/10.51878/learning.v4i4.3373>
- [11] Dawami AK, Muhammad R. Fenomenologi Desain: Pengungkapan Pengalaman Desainer dalam Desain Komunikasi Visual. *Human Narratives* 2021;2(2);108-20. <https://doi.org/10.30998/hnr.v2i2.968>
- [12] Irawan Y, Pujiyanto P, Sudarmanto JA. Perancangan Media Promosi Brand "Raishin Apparel" untuk Memperluas Target Pasar. *JoLLA Journal of Language Literature and Arts* 2021;1(12);1747-64. <https://doi.org/10.17977/um064v1i122021p1747-1764>
- [13] Dwinanda V, Damayanti TE, Chandrahara Y. Penerapan Warna Pada Ruang Terapi Anak Autis. *Jurnal Desain Interior* 2022;7(1);43-8. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v7i1.12024>
- [14] Jin T, Zhou S, Lang X, He J, Wang W. Combined Effect of Color and Shape on Cognitive Performance. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022;1;1-12. <https://doi.org/10.1155/2022/3284313>
- [15] Yusuf L, Hidayatulloh T, Nurlaela D, Utami LD, Hasan F. Simple Additive Weighting untuk Front-end Framework Terbaik. *ILKOM Jurnal*

- Ilmiah 2020;12(2);136-42.
<https://doi.org/10.33096/ilkom.v12i2.593.136-142>
- [16] Gupta D, Dingliwal U. Colours in Branding: Creating Brand Identity and Influencing Consumer Perception. Ramanujan International Journal of Business and Research 2023;8(2);11-25.
<https://doi.org/10.51245/rijbr.v8i2.2023.1134>
- [17] Kusumaningsih I, Yuniningsih Y, Haryanto AEP, Fauzi I. Pengaruh Content Marketing dan Perceived Value Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus: Instagram Di PT Redi). CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan 2025;5(3);907-17.
<https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i3.6179>
- [18] Hegemann L, Oulasvirta A. Palette, Purpose, Prototype: The Three Ps of Color Design and How Designers Navigate Them. Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems 2024; 18961.
<https://doi.org/10.1145/3613904.3641976>
- [19] Yuan L, Zhou Z, Zhao J, Guo Y, Du F, Qu H. InfoColorizer: Interactive Recommendation of Color Palettes for Infographics. arXiv (Cornell University). 2021;1-10.
<https://doi.org/10.48550/arxiv.2102.02041>
- [20] Febrianti I, Tuffahati J, Rifai A, Affandi RH, Pradita S, Akmalia R, Siahaan A. Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi dalam Manajemen Perencanaan Pendidikan untuk Meningkatkan Efisiensi Pendidikan. Academy of Education Journal 2023;14(2);506-22.
<https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1763>