

# KONSTRUKSI SELERA REMAJA PUTRI DALAM DUNIA DIGITAL

Dyanningrum Pradhikta, Ruly Darmawan, Hendy Hertiasa

Institut Teknologi Bandung

## ABSTRACT

Website imaging can be built by using visual design such as layout, graphic/ image, typography and color. Website through the visual display has huge potential to form teenager disposition. Website visual display has relation which related with user perception. Teenager disposition is formed from perception to Website. Media brings certain influence to adolescent preference. Website also distribute message by audience target taste approach. Teenager curiosity and interest to website, attract teens to think and then produce disposition. Besides, website indirectly has message inside it, which is a metaphor of lifestyle room, consumption and taste. Media capacity included in taste conditioning, which is, website gives offers through choices, not just information content displayed, but also via various visual display. In that time, this variety will be construct taste.

*Keywords: visual design website, disposition, teenager.*

## 1. PENDAHULUAN

Dunia teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan cepat. Maraknya media digital memenuhi keseimbangan manusia atas pemenuhan kebutuhan informasi. Salah satunya melalui *website* sebagai bentuk komunikasi paling populer dan paling banyak memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam penyimpanan dan pencarian informasi. Perkembangan teknologi informasi yang kian pesat memacu tumbuhnya *website-website* baru. Berbagai ragam bentuk dengan segmentasi ditawarkan, khususnya yang ditujukan untuk kalangan remaja. *Website* bagi kalangan remaja mengakomodasi kebutuhan interaksi dan ekspresi remaja, dengan konten dan cara penyajian yang penuh dengan muatan gaya hidup.

*Website* atau lazim disingkat *web* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet (Lawrence and Tayakol, 2007: 63). Agar informasi yang tersedia dapat disampaikan dengan tepat, maka perlu mengatur tampilan visual *website*. Pencitraan *website* bisa dibangun dengan memanfaatkan visual desain seperti *layout*, grafik/ *image* tipografi dan warna. Menurut Suyanto (2007:3) desain tampilan visual *website* adalah seni dan proses dalam menciptakan halaman *website* yang melibatkan estetika dan seluk beluk mekanis dari suatu operasi situs *web*. Desain tampilan visual merupakan hal pertama yang ditangkap pengunjung ketika mengakses sebuah *website*, pengunjung tidak membaca konten terlebih dahulu, melainkan tanpa sadar memilah secara visual dan kemudian baru memutuskan akan melanjutkan mendalami konten atau meninggalkan *website*.

*Website* dikemas dengan tampilan bewarna, permainan interaksi dan efek multimedia. Informasi yang ditampilkan *website* lebih beragam dan perubahan data dalam

*website* selalu di *update* setiap hari untuk sebagian konten informasi. *Website* tidak hanya sekedar mencerminkan kepribadian para pembacanya tetapi juga sarana untuk menanamkan suatu pandangan dunia terhadap para pembacanya. *Website* juga dapat melakukan konstruksi sosial para pembacanya. Hal ini menunjukkan bahwa media *website* lebih mempunyai potensi besar untuk mempengaruhi kecenderungan selera remaja.

Konsumen remaja merupakan segmen potensial bagi pemasar sehingga banyak produk bersegmen remaja yang beredar di pasaran. Hal ini disebabkan adanya pola konsumsi individu yang mulai terbentuk pada masa remaja. Menurut Monks (dalam Fatimah, 2006:113) usia remaja berkisar antara 12 sampai dengan 21 tahun. Pada masa ini, remaja mencapai kematangan fisik, emosi dan kesadaran akan keadaan sosialnya, memiliki identitas personal dalam relasinya dengan orang lain dan mengetahui peran sosial. Perilaku konsumen pada remaja didorong oleh adanya perubahan tren ataupun mode yang secara cepat diikuti remaja.

Pemahaman yang terbentuk pada remaja mengenai *website* merupakan salah satu fase dari proses persepsinya. Persepsi dapat terbentuk melalui pengumpulan dan pemrosesan pengetahuan serta informasi dari lingkungan. Setiap orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama (Burton, 2008:245). *Website* memunculkan reaksi yang bersifat emosional dan membentuk kecenderungan selera remaja dalam memproyeksikan kehidupan sehari-harinya. Kecenderungan selera adalah kekuatan keindahan yang yang membedakan dari deformitas dan menunjukkan preferensi yang dibentuk untuk menilai obyek yang lain. Meskipun selera selalu dermanifestasi dalam kaitannya dengan berbagai benda material yang banyak tergolong ke konsumen daripada obyek (Walker, 2010:207).

Kecenderungan selera ini dapat terbentuk melalui pola pikir yang juga dapat diartikan sebagai tingkatan kesukaan. Penilaian dan pilihan tertentu seseorang merupakan ekspresi dari kepribadiannya.

Interaksi elemen tampilan visual *website* akan menjadi penting, kualitas visual sebuah *website* memiliki nilai yang akan memunculkan reaksi yang bersifat emosional. Tampilan visual *website* berhubungan dengan persepsi pengguna. Kecenderungan selera remaja terbentuk dari persepsi terhadap *website*. Media membawa pengaruh tersendiri terhadap preferensi remaja. Gambaran umum tentang konstruksi selera remaja pada dunia digital yaitu *website* bisa dijadikan rekomendasi dalam perkembangan dan peningkatan desain *website*.

## **2. WEBSITE DAN KECENDERUNGAN SELERA REMAJA PUTRI**

### **2.1 Desain *Website* dan Aspek Psikologis**

Kekuatan utama media terletak pada fakta bahwa media dapat membentuk apa yang kita ketahui tentang dunia dan dapat menjadi sumber utama berbagai ide dan opini (Burton, 2008:2). Media memberi pengaruh besar terhadap pandangan masyarakat, sebagai saluran untuk menyampaikan informasi yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Sebuah media, dimana pemahaman pengguna dapat terbentuk secara sosial, dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman dari pengguna akan hal-hal yang berkaitan dengan produk. Menurut Groebel (1997:6) terdapat 12 'I' dimensi fundamental dari komunikasi masa depan yang membentuk fungsi dan suasana psikologis dari pengguna, terdiri dari *innovation, involvement, intensification, impressions, imagination, information, integration, interactivity, identity, individualization, internationalization, dan integrity*. *Website* sebagai salah satu bentuk komunikasi masa depan yang mencakup 12 'I' dimensi fundamental tersebut.

Menurut Saputro (2007) *website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan (*hyperlink*) jaringan-jaringan halaman. *Website* adalah produk *self-service*, tidak ada buku petunjuk yang bisa dibaca terlebih dahulu, tidak ada pelatihan seminar, tidak ada perwakilan layanan pelanggan untuk membantu memandu menggunakan situs. Hanya ada pengguna menghadapi situs sendiri dengan kecerdikan dan pengalaman pribadi yang membimbingnya (Gareett, 2010:10). Pada umumnya *website* yang memiliki fungsi informasi lebih menekankan pada kualitas konten untuk menyampaikan isi. Apapun tujuan *website*, perlu halaman visual yang interaktif.

Agar informasi yang tersedia dapat disampaikan dengan tepat, maka perlu mengatur tampilan visual *website*. Menurut Suyanto (2007:3) desain tampilan visual *website* adalah seni dan proses dalam menciptakan halaman *website* yang melibatkan estetika dan seluk beluk mekanis dari suatu operasi situs *web*. Tampilan visual sebuah *website* terbentuk dari beberapa elemen visual yaitu *layout, tipografi, warna dan grafik/ image*. Komposisi warna yang baik dan konsisten, *layout* yang konsisten, teks yang mudah dibaca, penggunaan grafik/ *image* yang memperkuat isi teks, penggunaan animasi yang tepat dan keseluruhan membentuk suatu pola yang harmonis. Adanya konsistensi yang diterapkan pada *layout, tipografi dan warna* membuat pengunjung merasa nyaman dengan kemudahan menjelajahi situs.

*Website* memiliki pengaruh psikologis yang kuat pada pengunjung karena *website*

sebagai alat komunikasi dan penjualan yang sangat penting. Psikologi komunikasi terintegrasi di *website* lebih banyak berbentuk nonverbal melalui kekuatan visual *website*. Gambar dan warna yang kontras mudah diterima oleh pengguna internet menghasilkan *website* yang atraktif dan interaktif. Penggunaan tipografi yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai *website*, didukung oleh penggunaan warna, gambar dan layout sangat penting untuk mempengaruhi pengunjung secara psikologi. Persepsi membantu dalam membentuk dasar struktural dengan mengidentifikasi dan mewujudkan menjadi bentuk atau figur yang dapat dikenali (Safanayong, 2006:38). Persepsi visual merupakan suatu proses bagaimana tampilan visual dibaca dan diolah oleh otak manusia agar dapat dipahami maknanya.

Proses persepsi bersifat kompleks, walaupun hanya memerlukan kurang dari satu detik dalam proses pengenalan. Perhatian merupakan pusat dari pembentukan persepsi pada manusia (Ware, 2004:359). Perhatian memainkan peran utama dalam menciptakan persepsi dengan menjelaskan bahwa dalam mencari informasi secara visual manusia biasanya melihat keseluruhan tampilan terlebih dahulu, kemudian memperhatikan area yang menarik perhatiannya. Bila telah mendapati yang diinginkannya, mereka akan mulai memperhatikan detail yang ada dalam informasi visual tersebut (Ware, 2004:317). Detail informasi visual hanya akan tampak jika manusia menginginkannya dan hal ini yang menjadi dasar persepsi visual. Pada dasarnya, kebiasaan orang dalam berkunjung ke *web*, sama dengan berkunjung ke toko. Mereka cenderung melihat secara sekilas, dan tidak melihat semua halaman yang disediakan oleh suatu *website*.

## 2.2 *Website* dan Kecenderungan Selera Remaja Putri

Menurut Monks (dalam Fatimah, 2006:113) usia remaja berkisar antara 12 sampai dengan 21 tahun. Masa remaja memiliki beberapa ciri-ciri tertentu antara lain adalah masa remaja sebagai periode yang penting, periode peralihan, periode perubahan, masa remaja sebagai masa mencari identitas, usia yang menimbulkan ketakutan, sebagai masa mencari identitas, tidak realistis dan ambang masa dewasa (Hurlock, 1980). Pada masa remaja ini terdapat beberapa minat diantaranya minat rekreasi, minat sosial, minat pendidikan, minat pada pekerjaan, minat pada agama, minat pada simbol status dan termasuk minat pribadi, salah satunya adalah minat pada penampilan diri.

Faktor kunci dalam konsumsi adalah selera konsumen. Selera adalah kekuatan keindahan yang membedakan dari deformitas dan menunjukkan preferensi yang dibentuk untuk menilai obyek yang lain. Meskipun selera selalu dermanifestasi dalam kaitannya dengan berbagai benda material yang banyak tergolong ke konsumen daripada obyek (Walker, 2010:207). Selera ini dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen melalui pengetahuan, pengalaman, kepercayaan. Selera juga dapat diartikan sebagai tingkatan kesukaan. Selera ini cenderung untuk stabil dalam jangka pendek, tetapi akan berubah dalam jangka panjang. Jadi kecenderungan selera seseorang merupakan ekspresi dari kepribadiannya, yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan faktor pribadi.

Fenomena yang berkembang dikalangan remaja menunjukkan bahwa remaja putri ingin selalu dapat menarik perhatian orang lain. Remaja menganggap pentingnya mengikuti tren yang memang sedang menjadi zamannya. Melalui media seperti majalah dan *website*, seluruhnya aktif mengkonstruksi bagaimana meyakinkan

konsumen khususnya remaja untuk mengkonsumsinya. Media komunikasi didesain bukan sekadar sebagai tempat mencari informasi, namun juga mengakomodir kebutuhan interaksi dan ekspresi remaja. Menurut Campbell & Converse (dalam Xue, 2007:24) konsumen remaja lebih fokus pada respon emosional, sedangkan orang tua cenderung lebih fokus pada kepuasan. Para remaja dipengaruhi oleh visual pop, diajak untuk mengenakan berbagai barang baru, bekas dan yang dibuat khusus untuk menciptakan penampilan yang menjadi ciri khas mereka sendiri. Kecenderungan selera remaja merupakan ekspresi dari kepribadiannya. Ketertarikan terhadap produk disebabkan oleh ikatan emosional antara produk dan konsumen. Daya tarik emosional seperti humor, cinta, kebanggaan dan kegembiraan dapat menarik banyak perhatian dan menciptakan lebih banyak rasa suka dan ketertarikan yang menghasilkan selera.

### **3. KONSTRUKSI SELERA REMAJA PUTRI DALAM WEBSITE**

Berbagai segmentasi ditawarkan *website* dan cukup banyak *website* khususnya yang ditujukan untuk remaja. *Website* dalam pembuatannya cenderung digunakan untuk menjadi media yang menunjukkan potensi remaja. Media massa menampilkan sebuah gambar, warna, dan tanda-tanda yang ada sebagai konstruksi realita yang ada. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas, sehingga media mempunyai peluang untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikan. Fenomena yang terjadi tentang kehidupan remaja salah satunya digambarkan melalui *website Gogirlmagz*, yang merupakan *website* majalah remaja yaitu *Gogirl*. *Website Gogirlmagz* sebagai media komunikasi yang merupakan salah satu *website* remaja yang menyajikan *feature-feature*, tips kehidupan sehari-hari dan halaman-halaman *fashion*.

#### **3.1 Visualisasi Website Gogirlmagz**

Kenyamanan dan kepuasan visual dalam mengakses *website* secara subyektif melibatkan kesan tampilan visual *website* tersebut. Visualisasi dapat mengarahkan persepsi dan memperjelas pesan. Elemen visual mendukung tampilan *website* untuk memuaskan pengunjung. Pencitraan *website* bisa dibangun dengan memanfaatkan visual desain seperti *layout*, warna, tipografi dan grafik/ *image*. Pengaturan tampilan visual *website* juga agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat. Sebuah desain *website* bisa menjadi sebuah citra atau karakter *website* tersebut. Karakter yang tepat adalah yang sesuai dengan misi dan latar belakang *website*.

Media komunikasi ini didesain bukan sekadar sebagai tempat mencari informasi. *Website Gogirlmagz* bisa mengakomodir kebutuhan interaksi dan ekspresi remaja. Konten dan cara penyajiannya disesuaikan untuk mengikuti kecenderungan gaya hidup remaja yang dinamis. *Website Gogirlmagz* merupakan ciptaan teknologi yang bentuknya digital, yang diakses melalui jaringan internet, oleh karena itu ada kendala pada kecepatan akses. Memerlukan ketrampilan, pengetahuan, wawasan serta keakraban dengan teknologi informasi dan komputer saat mengaksesnya. Pengubahan data pada *website* ini di *update* setiap hari untuk beberapa konten informasi. Konten informasi yang disajikan lebih banyak dan variatif. Presentasi dan kemasan tampilan *website* secara interaktif, bentuknya dinamis, dengan desain dan karakteristik yang disesuaikan dengan remaja.

Aspek interaksi merupakan hal yang sangat penting dalam desain *website*. *Website* sebagai media massa mempunyai ciri-ciri kedekatan secara personal yang lebih besar dibandingkan dengan media lain seperti majalah. Pada *website Gogirlmagz*



Gambar 1. Website Gogirlmagz  
Sumber: <http://gogirlmagz.com/home>, diakses pada tanggal 31 Maret 2012

terdapat permainan interaksi berupa efek multimedia (suara, video, animasi) dan pengunjung bisa langsung memberikan komentarnya pada kolom komen. Artikel yang ditampilkan pada *website Gogirlmagz* lebih bervariasi dibandingkan dengan artikel pada majalah *Gogirl*. Pengguna dapat memperoleh informasi yang lengkap terinci dan pengetahuan umum yang lebih, yang tidak bisa didapat dengan membaca majalah *Gogirl*.

Menu pada halaman *website* menggunakan model *tab page*, dimana masing-masing *tab page* mempunyai detail dan menggunakan model *pull down* karena lebih cepat dan lebih mudah menggunakannya. *Website Gogirlmagz* mempunyai 9 menu di antaranya adalah *Home, About Us, Blog, Fashion, Hot News, Places, Store, dan Video*. Tampilan *website Gogirlmagz* pada komputer dengan resolusi layar 1024 pixel x 768 pixel yang merupakan standar resolusi layar saat ini. Tampilan *website Gogirlmagz*

pada layar komputer/ PC terpotong. Secara utuh tampilan *website* berukuran sekitar 3 kali tinggi proporsi layar komputer, karena itu untuk melihat bagian halaman selanjutnya atau sebelumnya perlu untuk menggulungnya (*scrolling*). *Website Gogirlmagz* merupakan *website* dinamis yang di dalamnya terdapat permainan interaksi berupa efek multimedia. *Website* dinamis juga bisa dibuat interaktif dimana pengunjung bisa meninggalkan komentar dan menuliskan artikel baru. Sisi interaktif bisa dinikmati pada hampir semua halaman *website Gogirlmagz*. *Link* mudah dicari dalam *website Gogirlmagz*, karena sistem navigasi menjadi sebuah nilai tambah bagi pengunjung *website*.

Tampilan visual untuk *header website* memiliki sistem grafis yang mengikat tampilan secara keseluruhan dengan *tone* dan *soul* warna yang sama untuk semua halaman *website Gogirlmagz*, kecuali pada halaman *store* yang menggunakan *header* yang berbeda. Namun kesemuanya mendukung tampilan visual yang mencerminkan citra visual *website Gogirlmagz*. *Header* halaman *website Gogirlmagz* dibuat dalam bentuk kolom yang mengawali *layout* halaman *website*. Logo *Gogirl Online* diletakkan di pojok kanan atas berseberangan dengan *search engine Gogirl*. Gambar yang dipakai pada *header* semuanya menjadi sebuah komposisi visual yang menarik melalui bentuk kolase atau penumpukan gambar.

Melalui bentuk, warna dan tampilan visual *website Gogirlmagz* yaitu: (1) *Layout* asimetris dengan model *layout top index* yang mempunyai struktur berupa susunan kolom yang masing-masing berisi teks, gambar dan gabungan keduanya yang memberikan kesan non formal, menumbuhkan kesan santai dan kasual. (2) Pemberian warna *background* untuk tiap halaman konsisten selalu sama, dengan

dominasi warna merah muda turunannya, dan teks yang berwarna hitam dan putih. Warna merah muda yang digunakan dalam halaman *website Gogirlmagz* memberikan kesan keremajaan, dimana warna merah muda sering menjadi warna simbol kaum hawa karena sifatnya yang menggambarkan *feminism*. Hal ini sesuai dengan penelitian F.S. Brreds dan SE, Katz (dalam Darmaprawira, 2002:33), bahwa warna merah lebih populer untuk wanita karena wanita lebih sensitif terhadap warna. (3) Jenis huruf yang dipakai pada halaman *website Gogirlmagz* terdiri dari komposisi huruf *serif* dan *san serif*, yaitu Calibri, Arial, dan Cambria memberikan kesan anggun dan sederhana. Penggunaan huruf ini memperhatikan karakter *website* dan juga karakter segmen pasarnya yaitu remaja, untuk menghasilkan citra dan kesan visual *website Gogirlmagz* sesuai dengan selera remaja. (4) Grafik/ *image* pada *website Gogirlmagz* terdiri atas beberapa elemen. Fotografi desain dan fotografi jurnalistik mendominasi tampilan *website Gogirlmagz*. Ilustrasi berupa sketsa atau gambar tangan terdapat pada beberapa konten informasi dalam *website Gogirlmagz*. Animasi 2D pada *website Gogirlmagz* berupa iklan produk kosmetik dan *women apparel*. Sedangkan video dalam *website Gogirlmagz* ini terdapat pada menu video dan kebanyakan dalam bentuk iklan kosmetik.

Pengunjung *website* bisa dengan mudah mengenal *website Gogirlmagz* melalui tampilan *logotype Gogirl Online* yang konsisten terlihat pada setiap halaman. *Logotype* yang digunakan *website Gogirlmagz* menggunakan *logotype* yang sama dengan majalah *Gogirl*. Logo ditempatkan pada tempat yang mudah dilihat yaitu di pojok kiri atas. Makna logo *Gogirl* menggambarkan bahwa ini ditujukan untuk remaja putri, yang di dalamnya juga mengandung persuasi, mengajak dan mendorong terlihat pada arti kata



Gambar 2. Halaman Store Website Gogirlmagz  
Sumber: <http://gogirlmagz.com/store>, diakses pada tanggal 17 Mei 2012

Gogirl dan tanda seru pada logo Gogirl. Menggunakan jenis huruf miring atau *italic* yang memberikan kesan dinamis, dan penulisan bersambung memberikan kesan kuat juga menggambarkan karakter remaja putri yang senang berkumpul berkelompok. Jenis huruf lengkung yang digunakan pada *logotype* majalah Gogirl dan *website* Gogirlmagz, sesuai dengan karakteristik remaja putri. Begitu juga pada penggunaan grafik/ *image* yang menggunakan bentuk lengkung. Hal ini sesuai dengan pendapat Sanyoto (2005: 72), bahwa bentuk lengkung memberi karakter dinamis, kuat dan feminim.

Secara umum *website* Gogirlmagz bercerita tentang berbagai macam informasi, khususnya *fashion* yang sangat cepat berubah dan senantiasa muncul kecenderungan tren yang baru. Selain tampilan visual *website* Gogirlmagz di atas, ditemukan pula tampilan visual yang berbeda pada halaman *store*. Informasi yang ditampilkan pada halaman *Store* merupakan sebuah fasilitas yang diberikan *website* Gogirlmagz untuk pengunjung, dimana mereka bisa membuat *online store* atau hanya sekedar untuk belanja *online*. Halaman *Store* pada *website* Gogirlmagz tidak hanya ditampilkan monoton

dengan tampilan visual yang sama di tiap halamannya. Namun ketika pengunjung mengakses *online store* yang terdapat pada menu *Store*, sub halaman *Store* yang berisi konten informasi *online store* menampilkan tampilan visual yang berbeda-beda pada tiap halamannya.

Tampilan visual halaman *Store* berbeda dengan halaman yang lain, terlihat dari *header* yang digunakan dan juga tampilan layout dengan kolom-kolom yang lebih banyak, meskipun penggunaan warna, tipografi dan grafik/ *image* secara umum masih sama dengan halaman *website Gogirlmagz* yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa halaman *store* juga menjadi konten utama dalam *website Gogirlmagz* disamping konten informasi lain. Halaman *store website Gogirlmagz* merupakan sebuah fasilitas untuk pengunjung bisa membuka *online store* atau hanya sekedar belanja *online*. Halaman *store* pada *website Gogirlmagz* tidak hanya ditampilkan monoton dengan tampilan visual yang sama di tiap halamannya. Keseluruhan *online store* ditampilkan berbeda, ada enam *template* halaman berbeda yang ditampilkan untuk mendukung tampilan *online store Gogirlmagz*.

Elemen visual halaman *store website Gogirlmagz* yaitu: (1) *Layout* asimetris dengan model *layout top index* yang mempunyai struktur berupa susunan kolom yang masing-masing berisi teks, gambar dan gabungan keduanya yang memberikan kesan non formal, menumbuhkan kesan santai dan kasual sesuai dengan karakteristik remaja yang merupakan segmentasi *website Gogirlmagz*. (2) Halaman *store* menggunakan variasi warna pada tiap halamannya, ada yang didominasi warna pastel yang lembut dan juga warna panas. Hal ini sesuai dengan penelitian Faber Birren (dalam Darmaprawira, 2002:38), bahwa

wanita lebih menyukai warna hangat, pastel dan lembut. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian F.S. Brreds dan SE, Katz (dalam Darmaprawira, 2002:33) kepada anak praremaja dan pascaremaja, bahwa kombinasi warna yang disukai adalah warna kontras atau *complementary*, warna *analogous* dan warna *monochromatic*. Sesuai dengan halaman *store website Gogirlmagz* yang menggunakan kombinasi warna *Complementary Scheme*, warna *analogous scheme* dan warna *monochromatic scheme* dalam komposisi warna yang ditampilkan dalam keseluruhan halaman *website Gogirlmagz*. (3) Jenis huruf yang dipakai pada halaman *website Gogirlmagz* terdiri dari komposisi huruf *serif* dan *san serif*, yaitu Arial, Tahoma dan Garamond memberikan kesan anggun dan sederhana. (4) Grafik/ *image* pada halaman *store website Gogirlmagz* terdiri atas beberapa elemen. Fotografi desain mendominasi tampilan halaman ini. Ilustrasi berupa sketsa atau gambar tangan pada *header website* didesain dengan kolase gambar tema *fashion* remaja, yang menunjukkan bahwa halaman *store* merupakan halaman *fashion* untuk remaja. Sedangkan animasi pada halaman *store* berbentuk animasi 2D, dengan tampilan sederhana, dan merupakan animasi iklan *online store*.

Keseluruhan tampilan visual *website Gogirlmagz* mengikuti perkembangan jaman yang ada. Sebagai *website* yang memberikan berbagai macam informasi, khususnya *fashion* yang sangat cepat berubah dan senantiasa muncul kecenderungan tren yang baru, *website Gogirlmagz* dituntut untuk menampilkan *fashion trend* terbaru dan mempertahankan ciri khas dan identitasnya sebagai *entertainment website* untuk remaja putri. *Website* ini memiliki fungsi bukan hanya sebagai *website* yang memberikan informasi khususnya *fashion* dan gaya hidup remaja namun juga fungsi *entertainment* dan

Tabel 1. Tampilan Visual Website *Gogirlmagz* dan Karakteristik Remaja Putri

Website <i>Gogirlmagz</i>	Makna Tampilan Visual Website <i>Gogirlmagz</i>	Karakter Remaja Putri
Layout Website		
Layout website <i>Gogirlmagz</i> merupakan jenis layout asimetris dengan model layout top index.	Memberikan kesan non formal, menumbuhkan kesan santai dan kasual.	Santai, bebas.
Warna Website		
Warna website <i>Gogirlmagz</i> didominasi warna merah muda, dengan background bewarna abu-abu dan teks yang bewarna hitam dan putih.	Warna merah muda memberikan kesan keremajaan, dimana warna merah muda sering menjadi warna simbol kaum hawa.	Feminin, ceria.
	Dalam website <i>Gogirlmagz</i> warna hitam menciptakan kekontrasan dan memberikan kesan keanggunan.	Anggun.
	Dominasi warna merah dan merah-ungu termasuk ke dalam warna panas, memberikan kesan semangat, kuat dan aktif.	Muda, semangat, aktif, dinamis, emosi yang aktif, berfikir kreatif.
Tipografi Website		
Jenis huruf yang dipakai pada halaman website <i>Gogirlmagz</i> terdiri dari komposisi huruf serif dan san serif.	Jenis huruf san serif memberikan kesan sederhana dan non formal, sedangkan jenis huruf serif memberikan kesan anggun dan sederhana.	Anggun, sederhana, santai
Jenis huruf italic, lengkung dan bersambung digunakan pada logotype majalah <i>Gogirl</i> dan website <i>Gogirlmagz</i> .	Memberikan kesan dinamis, keanggunan, dan menyatukan keragaman dan perbedaan dengan rasa keterbukaan yang tinggi.	Dinamis, feminin, suka berkelompok dan berkumpul.
Grafik/ Image Website		
Fotografi merupakan elemen grafik/ image yang sering ditampilkan pada website <i>Gogirlmagz</i> .	Fotografi desain mendominasi tampilan visual website, memberikan kesan persuasi yang tinggi.	Mudah terbujuk rayuan.
Ilustrasi gambar kegiatan remaja pada header website ditampilkan dalam bentuk kolase atau penumpukan gambar.	Elemen yang dapat menarik perhatian dan lebih banyak bercerita.	Ceria, memiliki berbagai macam minat dan keinginan.
Animasi berbentuk 2 dimensi, dengan tampilan yang sederhana, berupa iklan produk kosmetik dan women apparel.	Animasi berupa gambar bergerak memudahkan untuk diingat.	Memiliki minat pada pakaian, musik dan kecantikan.
Sekitar 40 video yang berisi tentang Entertainment (musik), Fashion and Beauty, DIY & Tutorial, dan Events.	Memberikan bukan saja informasi namun juga hiburan dan referensi.	

transaksi, meskipun *website Gogirlmagz* adalah *website corporate*. Penggambaran yang terdapat pada *website Gogirlmagz* menimbulkan rasa tertarik khalayak untuk mengetahui lebih jauh tentang dunia remaja tersebut. Bagaimana *website Gogirlmagz* menampilkan sebuah gambar, tipografi, *layout* dan warna yang ada sebagai konstruksi realita yang ada.

Visualisasi *website Gogirlmagz* menggambarkan identitas dan ciri khas *website* untuk remaja putri khususnya yang ceria, aktif, dinamis dan populer. Hal ini ditunjukkan dengan tampilan visual grafik/ *image* yang disesuaikan dengan keseluruhan tema dan karakter remaja putri, meliputi hal-hal yang disukai seperti menampilkan elemen yang lembut, *fun* dan ceria dengan pewarnaan kontras yang tidak terlalu

tajam. Penggunaan warna didasarkan pada harmonisasi terhadap elemen desain tampilan visual *website Gogirlmagz*, yang disesuaikan untuk mendapatkan kesan yang menarik, ceria dengan penggunaan komposisi warna yang beragam. Sedangkan tampilan halaman *store* menampilkan gaya modern dan kemewahan, dimana *website Gogirlmagz* memberikan warna serta pilihan baru dalam dunia mode khususnya untuk remaja.

### 3.2 Konstruksi Selera Remaja Putri Pada Website Gogirlmagz

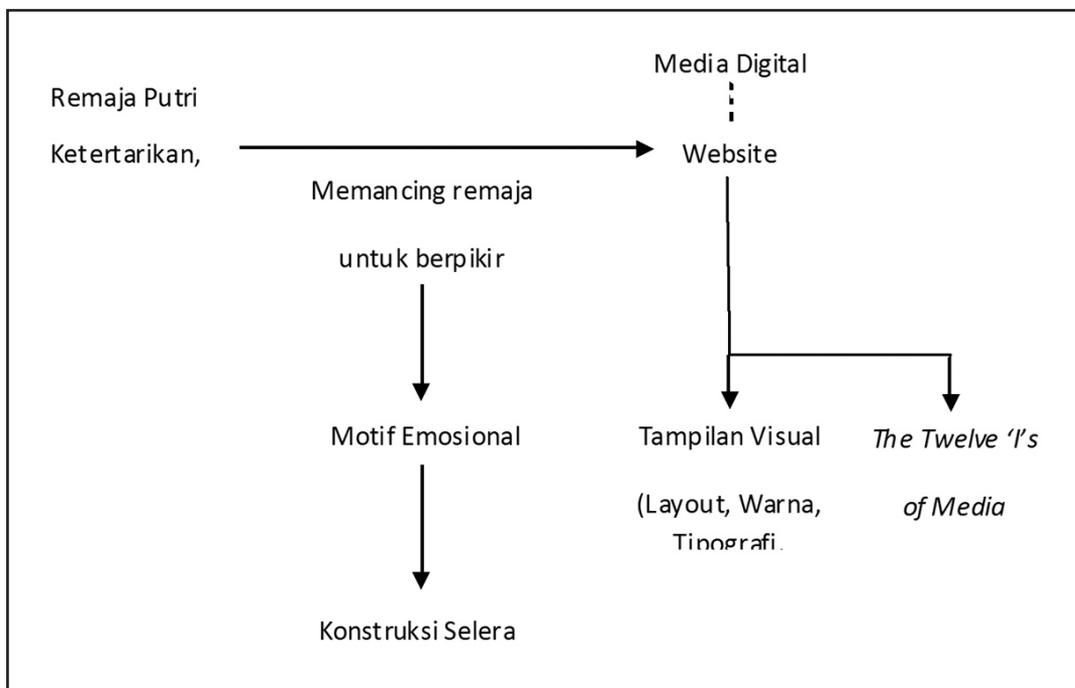
Dalam proses perancangan *website*, tidak menutup kemungkinan bahwa desainer *website Gogirlmagz* mempertimbangkan dan melihat lingkungan remaja serta fenomena yang berkembang saat ini, sebagai referensi dalam membuat desain yang disukai oleh remaja putri. Hal ini ditunjukkan dengan dominasi warna merah pada tampilan visual *website Gogirlmagz*. Selain itu jenis huruf lengkung yang digunakan pada *logotype* majalah *Gogirl* dan *website Gogirlmagz*, sesuai dengan karakteristik remaja putri. Begitu juga pada penggunaan grafik/ *image* yang menggunakan bentuk lengkung.

Makna sebuah produk tertanam dalam visualisasinya berupa aktifitas kita sehari-hari. Pengguna bisa memodifikasi atau merubah konstruksi sosial tersebut berdasarkan pengalaman dalam proses konstruksi sosial. *Website Gogirlmagz* dimaknai sebagai sebuah media yang memberikan informasi dan hiburan tentang dunia remaja, terlihat pada konten yang mengangkat tema remaja begitupula pada tampilan visual *website Gogirlmagz* yang disesuaikan dengan karakteristik remaja putri sebagaimana dijabarkan pada tabel 1.

Tampilan visual *website Gogirlmagz* memberikan potensi kecenderungan selera remaja dalam *fashion*, yang di dalamnya terdapat sebuah konstruksi

yang menawarkan berbagai macam informasi yang bersifat *human interest* dan menjadi media pembentukan selera yang tidak terputus. Keseluruhan tampilan visual *website Gogirlmagz* mengikuti perkembangan zaman yang ada. Sebagai *website* yang memberikan berbagai macam informasi, khususnya *fashion* yang sangat cepat berubah dan senantiasa muncul kecenderungan tren yang baru, *website Gogirlmagz* dituntut untuk menampilkan tren *fashion* terbaru dan mempertahankan ciri khas dan identitasnya sebagai *website entertainment* untuk remaja putri. Penggambaran yang terdapat pada *website Gogirlmagz* menimbulkan rasa tertarik khalayak untuk mengetahui lebih jauh tentang dunia remaja tersebut. Bagaimana *website Gogirlmagz* menampilkan sebuah gambar, tipografi, layout dan warna yang ada sebagai konstruksi realita yang ada.

Berdasarkan 12 'I' dimensi fundamental dari komunikasi masa depan, ada beberapa dimensi yang menjadi poin utama *website Gogirlmagz* yaitu *imagination, integration, identity* dan *individualization* yang menggambarkan bahwa situs tersebut dikondisikan untuk merespon selera pengunjungnya. Metafora ruang identitas menggambarkan nuansa individual seolah-olah pengunjung dapat berbincang dengan selera atau hasrat yang terbentuk melalui tampilan visual, remaja merasa memiliki akan apa yang ditampilkan *website Gogirlmagz*. *Website Gogirlmagz* dituntut untuk menjadi sebuah media yang memberikan informasi lewat visual dan bentuk tekstual ceritanya. Pesan yang disampaikan oleh *website* akan membentuk persepsi dan pola pikir remaja. Secara keseluruhan tampilan visual *website Gogirlmagz* menceritakan tentang dunia remaja khususnya gaya hidup dan *fashion*.



Gambar 3. Bagan Analisis Konstruksi Selera Remaja dalam Dunia Digital

Keseluruhan pesan dalam media semakin mempertajam persepsi manusia tentang diri dan lingkungannya. Dunia imajinatif *website Gogirlmagz* yang ada pada tampilan halaman *store*, membuat pengunjung yaitu remaja putri seolah-olah berada dalam pusat perbelanjaan. Kemewahan yang ditampilkan halaman *store* tersebut juga seolah-olah menggambarkan gaya hidup remaja putri yang mempunyai minat pada *fashion*. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan visual *website Gogirlmagz* dikondisikan untuk merespon selera remaja putri, misalnya melalui warna dan grafik/*image* yang ditampilkan pada visual dan teks *website*.

*Website Gogirlmagz* mengangkat tema remaja, gaya hidup dan *fashion*. Pembahasan mengenai dunia remaja dan *fashion* secara tidak langsung akan membentuk potensi kecenderungan selera dalam hal berpakaian. Menu pada *website Gogirlmagz* hanya sebuah fasilitas untuk memudahkan

pengunjung mengakses *website*. Namun di dalamnya terdapat sebuah konstruksi yang menawarkan berbagai macam informasi yang bersifat *human interest* dan menjadi media pembentukan selera yang tidak terputus khususnya dalam hal *fashion*. *Website Gogirlmagz* kontennya diorientasikan kepada remaja, khususnya remaja putri kelas menengah ke atas. Konten yang dimuat merepresentasikan remaja yang cantik, pintar, berpenampilan *fashionable*, merupakan ciri umum dari figur yang muncul. *Fashion* menunjukkan citra dalam berpenampilan agar dapat dinilai dan dipahami orang lain, sesuai dengan kepribadian remaja.

*Website Gogirlmagz* juga memberikan kesan bukan saja menghibur tetapi menjadi suatu kekuatan mengkonstruksikan realitas sosial seperti produk *fashion* yang ditampilkan cenderung untuk menjadi referensi para remaja. Hal ini sesuai dengan pendapat Campbell & Converse (dalam Xue, 2007:24) bahwa konsumen

remaja lebih fokus pada respon emosional. *Website Gogirlmagz* memunculkan reaksi yang bersifat emosional dan membentuk kecenderungan selera remaja dalam memproyeksikan kehidupan sehari-harinya. Daya tarik emosional seperti humor, cinta, kebanggaan dan kegembiraan dapat menarik banyak perhatian dan menciptakan lebih banyak rasa suka dan ketertarikan yang menghasilkan selera.

Ketertarikan terhadap produk disebabkan oleh ikatan emosional antara produk dan konsumen. Daya tarik website membuat *website* mudah diingat dan menghubungkan dengan target audien yaitu remaja. *Website* mempunyai daya tarik yang kemudian mampu mempengaruhi atau memberikan pengetahuan dalam pemenuhan kebutuhan. *Website* juga memberikan kesan bukan saja menghibur tetapi menjadi suatu kekuatan mengkonstruksikan realitas sosial yang ditampilkan cenderung untuk menjadi referensi para remaja. Pencitraan remaja dalam media membawa pengaruh terhadap selera remaja yang terkonstruksi melalui media. Sehingga dalam diri remaja terbentuk sebuah opini bahwa yang menjadi tren saat ini adalah apa yang setiap hari mereka lihat dari media.

*Website Gogirlmagz* menyampaikan pesan dengan pendekatan selera sasaran remaja putri, dimana dikondisikan untuk merespon selera remaja. Remaja putri bisa berbicara dengan selera atau hasrat melalui tampilan dan konten *website Gogirlmagz*. Pesan dapat dilahirkan dengan berbagai cara atau pendekatan melalui 3 jenis pesan yaitu rasional, emosional dan moral (Safanayong, 2006:18). *Website Gogirlmagz* menyampaikan pesan dengan pendekatan emosional yaitu dengan memberi pilihan yang bervariasi. Hal ini terlihat pada tampilan visual halaman *Store* yang tidak hanya menampilkan pilihan konten informasi tetapi juga ditampilkan

dengan tampilan visual yang berbeda di tiap halamannya.

Remaja memiliki minat pada *fashion* didukung oleh banyaknya media khususnya untuk remaja yang mengulas masalah *fashion*, salah satunya *website Gogirlmagz*. Pencitraan remaja dalam media membawa pengaruh terhadap selera remaja yang terkonstruksi melalui media. *Website Gogirlmagz* mengimbangi tampilan visual majalah *Gogirl* yang ditampilkan dalam tata warna dan reproduksi foto yang sangat baik, seperti sebuah katalog produk yang menampilkan dan menawarkan produknya. Berawal dari rasa penasaran dan ketertarikan pengunjung khususnya remaja putri, memancing untuk berpikir dan akhirnya menghasilkan kecenderungan selera. Kapasitas media ikut andil dalam pengkondisian selera, *website Gogirlmagz* memberikan tawaran-tawaran melalui pilihan bukan hanya dari konten informasi yang ditampilkan, namun juga melalui banyaknya pilihan tampilan visual halaman *store* khususnya. *Website Gogirlmagz* melalui banyaknya tampilan visual, mempunyai potensi dalam pembentukan kecenderungan selera *fashion* remaja putri.

#### 4. KESIMPULAN

Komunikasi dalam *website* memuat informasi yang dipertukarkan secara visual. Tampilan *website* biasanya merupakan bentuk multimedia dengan permainan interaksi di dalamnya. Pencitraan *website* ditampilkan melalui elemen visual tipografi, *layout*, warna, grafik/ *image* yang keseluruhannya membentuk tampilan visual *website*. Secara keseluruhan hal tersebut merupakan upaya untuk mengkomunikasikan sikap, emosi dan kesan yang dipadukan guna membentuk sebuah pesan tentang *website* tersebut. *Website* melalui tampilan visualnya memiliki potensi besar membentuk kecenderungan selera remaja, media membawa pengaruh tersendiri terhadap preferensi remaja. Kecenderungan selera remaja terbentuk

dari persepsi terhadap *website*. Namun harus disadari bahwa *website* bukan saja memberikan informasi melalui bentuk visual dan bentuk tekstual ceritanya tetapi di dalamnya juga terdapat sebuah metafora ruang gaya hidup, konsumsi dan selera. Dalam metafora ruang tersebut *website* ternyata menawarkan berbagai macam pilihan bukan hanya dari konten informasi yang ditampilkan, namun juga banyaknya pilihan tampilan visual yang membangun potensi pembentukan kecenderungan selera.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Burton Graeme, (2008) *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Fatimah, Enug, (2006) *Psikologi Perkembangan: Perkembangan Peserta Didik*, Bandung: Pustaka Setia.
- Gareett, Jesse James, (2010) *The Element of User Experience*, United States of Amerika.
- Groebel, Jo, (1997) *Trends in Communication: New Media Development*, Amsterdam: Boom Publishers The Netherlands.
- Lawrence, Dave and Tayakol, Soheyla, (2007) *Balanced Website Design: Optimising Aesthetics, Usability and Purpose*, London: Springer.
- Safanayong, Yongky, (2006) *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, Jakarta: Arte Intermedia.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd, (2005) *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain (Nirmana)*, Yogyakarta: Arti Bumi Indonesia.
- Saputro, Hendra W, (2007) *Pengertian Website dan Unsur-Unsurnya*, Artikel Online, <http://www.balebengong.net/topik/teknologi/2007/08/01/pengertian-website-dan-unsur-unsurnya.html>, diakses 4 April 2011.
- Suyanto, Asep Herman, (2007) *Step by Step: Web Design Theory and Practices*, Yogyakarta: Andi.
- Walker, John A, (2010) *Desain, Sejarah, Budaya; Sebuah Pengantar Komprehensif*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Ware, Colin, (2004) *Information Visualization, Second Edition: Perception for Design*, San Fransisco, CA: Morgan Kaufmann.
- Xue, L., & Yen, C, (2007) *Towards Female Preferences in Design: a Pilot Study*, International Journal of Design, Vol. 1, No. 3.