



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mencairnya es kutub, meningginya permukaan air laut, mengeringnya hutan, serta punahnya berbagai fauna dan flora, merupakan sebagian akibat dari pemanasan global. Pemanasan global adalah meningkatnya suhu permukaan bumi akibat efek rumah kaca, yang menyebabkan perubahan iklim. Situs *National Geographic* menyebutkan bahwa, jika hal ini tidak segera ditangani, maka kelak sebagian besar daratan akan tertutup air, banjir dan kekeringan akan semakin sering terjadi, air bersih semakin berkurang, berbagai penyakit menyebar, dan sebagian besar makhluk hidup akan punah.

Sudah menjadi kewajiban manusia untuk mencegah terjadinya hal-hal tersebut, sebab hampir seluruh gas-gas rumah kaca yang menyebabkan pemanasan global, dihasilkan dari aktivitas manusia. Sebagai generasi penerus, kawula muda memikul tanggung jawab terbesar dalam menjaga lingkungan, agar dapat digunakan kembali oleh generasi berikutnya. Oleh karena itu, dibutuhkan kampanye lingkungan hidup yang khusus diperuntukkan kawula muda.

Sesungguhnya, di Indonesia sudah banyak dilaksanakan kegiatan kampanye yang mengangkat tema lingkungan hidup, mulai dari seminar, lomba, konser musik, dan berbagai *event* seperti *bike to work*. Sedangkan dalam sektor komunikasi visual, kampanye dilakukan melalui media seperti koran, majalah, poster, ataupun *banner*. Namun, penelitian yang dilakukan *Nielsen Company*

menunjukkan bahwa media-media tersebut kurang familiar dengan kehidupan kawula muda. Berdasarkan penelitian tersebut, salah satu media yang lebih dekat dengan kehidupan kawula muda adalah media *game* komputer. Data menunjukkan 1 dari 10 remaja bermain *game* komputer dengan rata-rata waktu selama 52 menit. Ini lebih banyak dibandingkan rata-rata waktu yang dihabiskan remaja per harinya untuk bermain *game* konsol (25 menit), menggunakan *internet* (23 menit), menonton DVD (17 menit), dan menelpon (6 menit). Sedangkan menurut *Palo Alto Medical Foundation*, *game* adalah media yang unik karena pemain dapat berinteraksi di dalamnya, berbeda dengan media lain di mana pengguna bersifat pasif. Melalui seminar *Better Game, Better Future*, *co-founder developer Agate, Aditia* menyatakan bahwa *game* memiliki kekuatan untuk mendorong perilaku penggunanya.

Melihat fenomena tersebut, dikembangkanlah *Emendation*, sebuah *game* komputer produksi Indonesia, sebagai bentuk kampanye tentang lingkungan hidup. *Game* ini ditargetkan untuk kawula muda.

Jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, *Emendation* berarti perbaikan, karena *game* ini mengambil latar di masa depan, di mana bumi sudah rusak akibat ulah manusia. Dalam *game* ini, pemain mengendalikan karakter seorang remaja wanita, dengan objektif menyelamatkan bumi yang dilanda berbagai bencana. Menurut Sera, ketua proyek *game Emendation*, dilatarbelakangi oleh ketidakpedulian masyarakat terhadap lingkungan, pembuatan *game* ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk merawat lingkungan

Namun, saat ini *Emendation* merupakan produk yang masih dalam proses produksi, sehingga permasalahan yang dihadapi dalam sektor komunikasi visual adalah *game* ini belum memiliki identitas visual. Identitas visual dapat berupa logo, tipografi, warna, desain kemasan, dan lain-lain. Menurut Suriyanto Rustan dalam bukunya yang berjudul “Mendesain LOGO”, identitas visual penting bagi sebuah produk karena manusia cenderung menilai sesuatu dimulai dari penampilan fisiknya. Identitas visual juga dapat menggambarkan atribut non fisik dari suatu produk. Berdasarkan hasil wawancara terhadap *founder developer game Divine Kids*, David Setiabudi, identitas visual dapat menggambarkan *genre* ataupun nuansa dari sebuah *game*.

Tanpa identitas visual, masyarakat tidak akan mendapat gambaran mengenai *game Emendation*. Masyarakat tidak akan menggunakan sesuatu yang sama sekali asing di mata mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan identitas visual yang baik, agar *game Emendation* dapat direpresentasikan kepada masyarakat secara visual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah

1. Bagaimana merancang identitas visual yang dapat merepresentasikan *game Emendation*?
2. Bagaimana merancang identitas visual yang dapat diaplikasikan secara konsisten?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan identitas visual *game Emendation* dibatasi pada perancangan logo, perancangan *graphic standard manual* dan perancangan media aplikasi logo.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan identitas visual *game Emendation* adalah:

1. Untuk merancang logo yang dapat merepresentasikan *game Emendation* kepada masyarakat.
2. Untuk merancang *graphic standard manual* yang dapat menjaga konsistensi pengaplikasian logo.

1.5 Manfaat Perancangan

Dengan melakukan perancangan identitas visual *game Emendation* diharapkan:

1. Dapat membuat masyarakat mendapatkan gambaran mengenai *game Emendation* melalui logonya, dan
2. *Emendation* memiliki identitas visual yang membedakannya dengan *game* lain.

1.6 Sistematika Perancangan

Untuk mempermudah pemahaman dalam pembahasan laporan ini, penyusunan laporan perancangan ini dibagi ke dalam lima sistematika perancangan.

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang perancangan identitas visual *game Emendation*, rumusan permasalahan yang diangkat dan pembatasannya, juga tujuan dan manfaat dari perancangan tersebut.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang relevan dan dijadikan acuan dalam perancangan identitas visual *game Emendation*. Teori-teori tersebut antara lain teori desain, teori komunikasi dan teori desain komunikasi visual.

BAB III: Hasil Penelitian

Bab ini berisi gambaran umum penelitian, metodologi yang digunakan, serta hasil penelitian mengenai *game Emendation*, *target audience*, logo-logo *game*, dan konsep visual logo *game*.

BAB IV: Analisis

Bab ini berisi analisis tampilan logo *game Emendation* dan tampilan pengaplikasiannya pada media-media.

BAB V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang didapatkan baik dari penulis maupun kedua dosen pembimbing setelah membuat perancangan identitas visual *game Emendation*.