



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 II

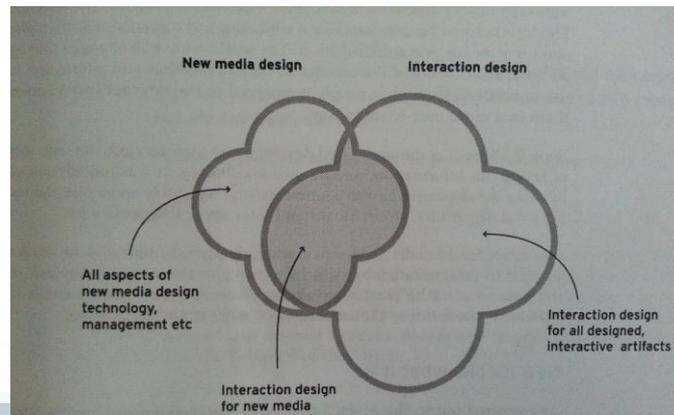
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Interatif

2.1.1. Definisi

Barfield (2004) mengatakan bahwa produk pada masa sekarang mengandung elemen dengan unsur interaktif. Dengan pengaruh teknologi dan perkembangannya yang semakin murah, media interaktif berpengaruh terhadap *new media* (hlm. 4).

Lebih lanjut lagi National Association for the Education of Young Children (NAEYC) dan Fred Rogers Center (2012) menjelaskan mengenai arti *interactive media*. *Intercative media* mengacu kepada materi digital dan analog termasuk perangkat lunak, aplikasi, *broadcast* dan *streaming* media dan bentuk lainnya yang dapat memfasilitasi pengguna secara aktif dan kreatif (hlm. 1). Hal ini dilengkapi oleh Barfield (2004) yang mengatakan bahwa media interaktif juga termasuk dalam *mobile phone*, *personal music system*, *digital video recorder*. Seluruh perangkat itu mempunyai layar warna dan terkadang dilengkapi juga dengan suara agar pengguna dapat berinteraksi dengan sistem (hlm. 4).



Gambar 2.1. Perpotongan antara *new media design* dengan *interactive media design* yang menghasilkan desain interaktif untuk new media.
(Barfield, 2004)

Seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 2.1. penulis ingin menjelaskan bahwa sumber utama dari *new media* adalah media interaktif. Antara *new media* desain dan media interaktif desain mempunyai hubungan yang dekat.

2.1.2. Elemen

Menurut Barfield (2004) elemen dalam *new media* adalah kumpulan dari blok bangunan yang disatukan dan membuat sistem *new media*. Di dalam beberapa media, desain kreatif juga bergantung terhadap beberapa faktor seperti inspirasi, antusiasme, *skill* terhadap media, pengetahuan terhadap media, waktu untuk memperoleh level tertentu terhadap kualitas, akses terhadap sumber yang diperlukan serta masih banyak lagi (hlm. 35-36).

Barfield (2004) juga menyebutkan elemen-elemen yang ada di dalam *new media* antara lain adalah sebagai berikut:

2.1.2.1. Teks

Barfield (2004) juga menjelaskan bahwa dunia multimedia didominasi oleh gambar grafis, animasi, video, dan suara. Tetapi kebanyakan orang harus tetap memperhatikan desain konten yang menggunakan teks.

Menurut beliau teks adalah media yang mudah untuk dihasilkan dibanding dengan media lainnya. Beberapa orang dapat menghasilkan animasi atau gambar grafis tetapi kebanyakan akan lebih mudah untuk membuat konten teks. Selain itu teks adalah media yang terbuka sehingga dengan mudah dapat dibagi dan diatur sesuai dengan susunan. Terakhir isi dari teks mudah dianalisa oleh komputer sehingga mudah untuk dicari dan didaftar. Komputer dapat mengetahui jika sebuah kata muncul dapat bentuk teks tetapi komputer tidak dapat mengetahui jika hal itu muncul dalam bentuk video (hlm. 43).

2.1.2.2. Layout

Dalam bukunya Barfield (2004) mengatakan bahwa budaya Barat mengajarkan cara membaca yang dimulai dari kiri ke kanan lalu secara berangsur-angsur diteruskan ke halaman selanjutnya yang dimulai dengan membaca dari atas ke bawah. Hal ini juga diserap oleh budaya di Indonesia. Beliau mengatakan dari cara membaca itu dapat disimpulkan bahwa area yang paling penting kiri atas dan yang kurang penting akan diletakan di kanan bawah. Jika desainer meletakkan hal-hal penting tersebut

terbalik dengan yang kurang penting maka pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap sebaliknya. (hlm. 82)

2.1.2.3. *Icons*

Barfield (2004) mengatakan dalam *new media* terdapat kaitan erat dari *link* dengan *icons design*. Informasi dalam sebuah layar akan terlihat lebih sederhana ketika ditampilkan dengan menggunakan *icons*. Desain *icons* sendiri tidak hanya berupa gambar kecil untuk menjelaskan kata-kata melainkan itu adalah sebuah bentuk komunikasi.

Beliau juga mengatakan tujuan dari pembuatan *icons* adalah sebagai penghubung antara satu informasi dengan informasi lainnya serta dapat juga menjadi penghubung dari dunia nyata ke dalam *new media*. Setelah *user* memilih *icons*, halaman akan berpindah ke halaman lainnya. Hal ini yang membuat *new media* menjadi interaktif (hlm. 92).

Dalam mendesain sebuah *icon*, Barfield (2004) menjelaskan bahwa *icons* adalah gambar yang dapat menjelaskan dengan jelas kepada *users* tanpa perlu mempelajari arti dari *icons* tersebut. *Icon* pada umumnya tidak akan hanya berdiri sendiri melainkan harus dibuat dalam satu set. *Icons* yang terpisah tetap harus memiliki kesamaan dan kemiripan antara satu dengan yang lain. Beliau menegaskan agar dapat mendesain *icons* yang memiliki kesamaan pertama desainer harus membuat *iconic house style* yaitu menentukan *style* apa yang akan digunakan dalam membuat *icons*.

Selain itu beliau juga menjelaskan elemen yang harus terdapat dalam icon antara lain adalah:

1. *Color*

Untuk menyederhanakan presentasi pada umumnya *icons* akan didesain menggunakan dua warna yaitu *foreground color* dan *background color*. Agar warna yang digunakan tetap pada acuan maka harus digunakan *color scheme*. Warna yang dipilih harus berhubungan dengan warna yang sudah dipilih dalam pembuatan *new media* secara keseluruhan.

2. *Style and Layout*

Barfield menegaskan dalam membuat *style* dan *layout*. Meskipun terdapat perbedaan, antara gambar satu dengan yang lain harus tetap memiliki *style* yang sama. Apapun pilihan yang dibuat dalam membuat *icons* harus memiliki konsistensi dalam pengembangan ide pembuatan *icons set*.

3. *Weight*

Icons seharusnya mengandung kurang lebih mengandung warna yang seimbang sehingga ketika disejajarkan dalam satu kelompok akan terlihat konsisten. Jika satu *icon* memiliki warna dominan biru sedangkan yang lain memiliki dominan merah maka *icons* akan terlihat berantakan.

4. *Standard Elements*

Barfield (2004) juga menjelaskan pada umumnya beberapa *icons* akan memiliki unsur-unsur standard di dalamnya. Unsur-unsur standard ini biasanya adalah dekorasi untuk membingkai *icon* seperti sudut yang melengkung.

5. *Vocabularies*

Sekelompok *icons* biasanya akan mempresentasikan suatu hal, sebagai contoh *icons* dapat mempresentasikan kegiatan yang dapat dilakukan jika ditekan. Maka hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain adalah *icon* harus mempresentasikan kata-kata yang dimaksud dengan jelas.

6. *Clustering*

Mendesain *icons* pada sistem *new media* tidak hanya mendesain *icons* itu sendiri. Barfield (2004) juga berpendapat bahwa mendesain interaksi *icons* sama pentingnya. Hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain adalah bagaimana *icons* disusun dalam kelompok dan urutan dalam menampilkannya.

7. *Differences*

Meskipun pada bagian sebelumnya terdapat penekanan bahwa antara *icon* yang satu dengan yang lain harus memiliki kesamaan tetapi *icon* juga tetap harus memiliki perbedaan. Beliau mengatakan hal ini dikarenakan ketika

pengguna memilih icon pengguna tetap dapat mengerti fungsi dari tiap-tiap icon berbeda (hlm. 98-110).

2.1.2.4. Suara

Barfield (2004) mengatakan banyak desainer *new media* yang pada umumnya berasal dari desainer grafis. Hal ini menyebabkan para desainer *new media* memiliki kesulitan dalam mendesain bagian yang berhubungan dengan suara. Padahal dalam *new media* suara sama pentingnya dengan media visual.

Menurut Barfield ada dua sumber yang baik dalam membuat suara. Pertama adalah dengan memperhatikan suara yang ada di dunia nyata sehingga desainer dapat mengetahui jenis suara apa saja yang ada di sana lalu menggunakannya sebagai inspirasi. Sumber kedua adalah dengan memperhatikan *graphic design*, animasi, dan hal lainnya yang ada di dunia *new media*.

Beliau juga menjelaskan fungsi suara dalam sebuah *new media* antara lain adalah pertama untuk mengiringi sebuah kejadian. Sama halnya dengan di dunia nyata, beberapa kejadian pun diiringi oleh suara sebagai bentuk konfirmasi jika kegiatan itu sudah selesai. Contoh yang paling sederhana adalah ketika meletakkan gelas di atas permukaan yang keras akan timbul bunyi. Ketika akan menyediakan sebuah informasi pada *new media* suara sangat berguna, suara tidak secara langsung menggantikan posisi animasi melainkan sebagai pendukung animasi. Fungsi kedua

menurut Barfield adalah suara untuk navigasi. Suara dapat membantu dalam navigasi sehingga pengguna dapat mengetahui arah dalam menggunakan *new media*. Fungsi terakhir dalam mendesain suara adalah suara sebagai pemberi kiasan. Sebagai contoh sistem yang rusak dapat didukung dengan suatu benda pecah. Selain itu ketika ada pesan masuk dalam sebuah percakapan dapat diberi tanda dengan suara bell (hlm. 111-113).

2.1.2.5. Warna

Warna dapat ditemukan dimana pun, baik secara alami, buatan, dunia nyata maupun dunia maya. Semua hal umumnya akan mempunyai warna. Tentu saja dalam membuat sebuah *new media* desainer perlu memperhatikan warna dalam tampilannya. Menurut Barfield (2004) fungsi warna itu sendiri dalam *new media* adalah

1. Decoration

Hal paling simpel yang menjadi fungsi dalam warna adalah sebagai dekorasi. Beliau mengatakan dalam mendesain *new media* tampilan yang ada tidak hanya akan terlihat datar dan fungsional sepanjang waktu. Desain dapat dihias dengan menggunakan warna asalkan tidak mengganggu fungsi dari desain itu sendiri.

2. *Grouping*

Barfield mengatakan bahwa pengelompokan secara visual dapat dibagi menjadi beberapa cara. Salah satunya adalah dengan menggunakan warna. Ini adalah cara yang baik untuk mengelompokkan benda karena secara letak warna tidak bergantung pada siapapun sehingga dapat diletakkan sesuai dengan kebutuhan.

3. *Highlighting*

Sama halnya dengan pengelompokan, beliau berpendapat bahwa warna dapat digunakan untuk menyoroti hal yang dianggap penting. Dapat juga sebagai pembeda dari sebuah kelompok. Warna yang cocok dalam *highlight* adalah warna yang cerah dan memiliki saturasi tinggi seperti kuning dan merah muda (hlm. 134-135).

2.1.2.6. *Animation*

Teknologi pada masa sekarang sudah berkembang sedemikian pesat. Sehingga menangkap dan mengulang pergerakan gambar sudah bisa dilakukan. Gerakan itu tidak hanya dapat berasal dari dunia nyata melainkan dapat diciptakan sendiri dengan alat-alat tertentu. Hal ini sering dikenal dengan animasi.

Dalam pembuatan media interaktif ini penulis menggunakan animasi 2D sebagai elemen pendukung. Barfield (2004) mengatakan animasi memberi banyak petunjuk secara visual mengenai apa yang terjadi

dan hal yang akan terjadi. Ini adalah cara yang sesuai untuk menyampaikan pesan kepada pengguna (hlm.153).

Davis (2006) membagi tahap pembuatan animasi sebagai berikut:

1. *Storyboard*

Untuk membuat sebuah animasi hal pertama yang dilakukan adalah membuat *storyboard*. Davis mengatakan hal ini penting karena *storyboard* dapat memvisualisasikan konsep, cerita, musik yang digambar dalam urutan gambar. Sudut kamera dan gaya visual yang ingin ditampilkan juga diatur saat pembuatan *storyboard*.

2. *Audio*

Beliau mengatakan pada tahap ini *sound designer* akan merekam suara dasar yang akan digunakan dalam animasi. Ketika audio sudah direkam maka akan dilakukan *track reading* yaitu informasi dari audio akan diubah menjadi kode fonetik dan menyesuaikan dengan *frame* yang ada di animasi. Cara ini digunakan untuk menentukan *timing* animasi dan sinkronisasi antara audio dengan gambar.

3. *Layout*

Scenes yang berasal dari *storyboard* pada bagian ini akan dipecah kembali sesuai dengan *layer* animasi (karakter, *background*, *foreground*, dan lain-lain). Melalui *storyboard*, *layout artist* akan mengatur kembali elemen-elemen yang ada dan terkadang diperbesar.

4. *Animation*

Beliau menjelaskan pada tahap ini *timing* yang tepat, menggambar animasi, dan *acting* semuanya akan dilakukan oleh animator. Seorang animator harus memproduksi banyak gambar dengan mengetahui ritme dan *timing* yang tepat dalam animasinya.

5. *Pencil test*

Menurut Davis agar animasi yang diciptakan dapat akurat maka perlu dilakukan *pencil test*. Gambar animasi akan di rekam *frame by frame* lalu diputar kembali sehingga dapat diketahui bagian mana yang perlu disesuaikan lagi. Pada bagian ini animasi akan disesuaikan dan diperbaiki hingga memenuhi *action* dan *timing* yang tepat.

6. *Ink and Paint*

Dalam fase produksi *ink and paint* warna ditambahkan ke dalam gambar animasi. Idealnya *background* untuk animasi sudah selesai diwarnai sebelum animasi selesai. Hal ini bertujuan untuk memeriksa apakah animasi sudah sesuai dengan gambar *background*.

7. *Final Compositing and Output*

Pada bagian terakhir beliau mengatakan *background* dan animasi elemen akan digabungkan menjadi satu serial gambar bergerak. Tahap ini tidak berbeda jauh dengan *pencil test* hanya saja sekarang animasi sudah

menggunakan warna. *Compositor* juga akan menambahkan musik sebagai hasil final (hlm. 21-30).

2.1.3. Tahap Pembuatan

Dalam membuat *interactive media* terdapat tahap-tahap yang perlu dilakukan agar hasil akhir sesuai dengan rencana. Seperti yang dikatakan oleh Barfield (2004), ia membagi tahap-tahap dalam membuat *new media* sebagai berikut :

2.1.3.1. Pengembangan Ide

Menurut Barfield ide yang baik tidak bisa dipaksakan untuk muncul. Sumber ide bisa berasal dari inspirasi. Inspirasi datang dengan sendirinya sehingga banyak yang tidak tahu kapan ide yang bagus itu akan muncul. Selain itu untuk memunculkan ide dapat juga dilakukan cara berpikir yang terstruktur. Hal ini akan mendorong otak untuk berpikir secara bertahap dan menghasilkan ide.

Beliau berpendapat bahwa melakukan *brainstorming* sangat berguna untuk membuat susunan daftar ide. Ide-ide dasar itu harus dicatat sehingga ketika membutuhkannya kelak daftarnya sudah dimiliki. Selain mencatat ide yang muncul, perlu juga dicatat alasan memilih pilihan itu dan pilihan lain ditolak (hlm. 261).

2.1.3.2. Top-Down Design

Menurut Barfield (2004) *Top-down design* dimulai dengan menggambar hal-hal yang besar secara keseluruhan lalu secara bertahap detail akan

ditambahkan ke setiap bagian hingga mencapai tahap yang diperlukan untuk sebuah detail.

Barfield menjelaskan untuk melakukan *top-down design* pertama yang dilakukan adalah mengetahui apakah permasalahan yang ada. Hal yang dilakukan penulis adalah menentukan siapakah yang menjadi target untuk menggunakan aplikasi ini, lalu apa yang ingin mereka dapatkan ketika menggunakan aplikasi ini, tujuan dari pembuatan sistem dan masih banyak hal lainnya (hlm.270).

2.1.3.3. The Underlying System Model

Barfield (2004) juga mengatakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh media interaktif yang baik adalah menciptakan desain sistem yang dapat membantu komunikasi dari desainer media interaktif kepada pengguna. Oleh karena itu desainer akan membuat sistem yang dapat memberitahu pengguna mengenai tujuan dari media interaktif itu (hlm.281).

Tahap-tahap dalam membuat *underlying system model*:

1. *Users groups, goals, and tasks*

Menurut Barfield tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi tugas yang dikerjakan dan akan dikerjakan oleh pengguna. Hal ini dimulai dari tugas yang sulit lalu mulai turun ke bawah ke bagian yang lebih mudah.

2. *User vocabulary*

Desainer pada tahap ini memikirkan hal-hal dan kegiatan yang akan dilakukan oleh pengguna. Sehingga antara desainer dan pengguna terjadi komunikasi yang baik dan pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dengan baik.

3. *Supporting the task*

Ketika desainer mendesain objek maka perlu juga dipikirkan relasi dan fungsi dari objek tersebut. Menurut beliau hal ini berguna untuk mendukung kebutuhan pengguna.

4. *Add detail*

Pada bagian ini detail dan fungsi dari setiap objek yang didesain perlu diperhatikan. Barfield menjelaskan selain itu struktur interaksi seperti kapan pengguna akan melihat tampilan seperti ini, atau bagaimana agar tampilan seperti ini muncul kepada pengguna.

5. *Interace surface*

Mendesain tampilan secara keseluruhan mulai dari layout, pemilihan warna, nama dari benda dan sebagainya akan ditentukan di sini (hlm. 293-294)

2.1.3.4. Interaction Spesification

Menurut Barfield (2004) dalam merinci sebuah media interaktif di dalam *new media system* fokus seorang desainer terdapat pada masalah desain dan desainer harus memastikan bahwa masalah ini terjadi sebelum desain diimplementasikan. Hal ini juga termasuk dalam melakukan *quality control*. Dengan adanya *quality control* maka desain yang dibuat akan lebih efisien sebelum diimplementasikan (hlm. 315-317).

2.1.3.5. Prototypes and Demos

Barfield (2004) mendefinisikan *prototype* sebagai contoh pertama dengan kata lain *prototype* adalah hasil kerja yang pertama dalam suatu hal. Dalam *new media* hal ini dapat berarti versi awal dari media interaktif. Sedangkan *demo* diartikan Barfield (2004) sebagai tindakan untuk menunjukkan bagaimana suatu hal bekerja. Dalam membuat *prototype* hal pertama yang perlu diperhatikan adalah aspek desain apa yang ingin ditampilkan. Sebuah *prototype* tidak harus menunjukkan hasil akhir dari desain *new media* secara keseluruhan (hlm.323-324).

2.2. Cerita

Krawczyk dan Novak (2006) menjelaskan bahwa cerita berawal mula dari sejarah selama manusia hidup. Cerita mulai dibicarakan kembali dengan berbagai alasan. Tetapi alasan utama adalah untuk menjaga catatan sejarah budaya (hlm. 5).

2.2.1. Oral Traditions

Menurut Krawczyk dan Novak (2006) meskipun teks menawarkan keuntungan publikasi dan dapat mengapai *audience* yang lebih luas namun kekuatan dari kata yang diucapkan tidak bisa diremehkan. Hal ini dapat dibuktikan bahwa cerita sudah mulai diceritakan secara turun temurun dalam bentuk cerita rakyat. Cerita rakyat sendiri dapat dibagi menjadi beberapa tipe yaitu :

2.2.1.1. Fabel

Krawczyk dan Novak (2006) menjelaskan fabel biasanya adalah sebuah kisah yang mengandung pesan moral. Biasanya dalam cerita fable yang menjadi karakter adalah hewan yang memiliki kepribadian seperti manusia.

2.2.1.2. Mitos

Dalam cerita mitos Krawczyk dan Novak (2006) menjelaskan bahwa yang menjadi inti dari cerita biasanya hal-hal yang mengandung unsur agama. Sehingga yang menjadi karakter utama dalam cerita tersebut adalah Tuhan. Hal ini dapat kita temui dalam cerita Hercules yang menceritakan bahwa sebenarnya Hercules adalah setengah dewa.

2.2.1.3. Legenda

Menurut mereka dalam legenda, cerita didalamnya mencontohkan mengenai sifat asli manusia setelah diciptakan. Selain itu dalam cerita

legenda juga mengandung unsur-unsur mistis yang sering dipercaya oleh orang-orang jaman dahulu.

2.2.1.4. *Urban Legend*

Menurut Krawczyk dan Novak (2006) *urban legend* dapat muncul karena adanya kesenjangan terhadap cerita-cerita yang timbul di masyarakat modern. Cerita *urban legend* pada umumnya mengandung unsur horor. Cerita itu lalu mulai dibicarakan dari mulut ke mulut dan menjadi sebuah cerita legenda modern yang dikenal dengan istilah *urban legend* (hlm.7-8).

2.2.2. *Third Person Narration*

Krawczyk dan Novak (2006) menjelaskan bahwa *third person narration* adalah narasi yang menceritakan mengenai orang lain dan dilihat dari sudut pandang orang ketiga. Narasi dari orang ketiga adalah cara efektif untuk memberi informasi secara cepat. Selain itu *third person narration* dapat bercerita tanpa perlu memberikan terlalu banyak informasi kepada pemain mengenai karakter (hlm. 155).

2.2.3. Plot

Pemain seringkali dapat memilih alur cerita sendiri saat memainkan sebuah game. Hal ini menurut Krawczyk dan Novak (2006) membuat pemain dapat menciptakan plot cerita sendiri dan memberikan pengalaman terhadap cerita yang dibuat. Plot pada umumnya dibagi menjadi beberapa poin yang dapat menjelaskan

setiap aksi dalam cerita. Poin-poin tersebut dapat mendeskripsikan kelanjutan dari cerita itu sendiri secara lebih jauh.

Dalam sebuah permainan seberapa sederhananya permainan itu pemain harus membuat sebuah pilihan. Bahkan dalam game "Pacman". Dalam game tersebut pemain menentukan arah kemana "Pacman" akan bergerak.

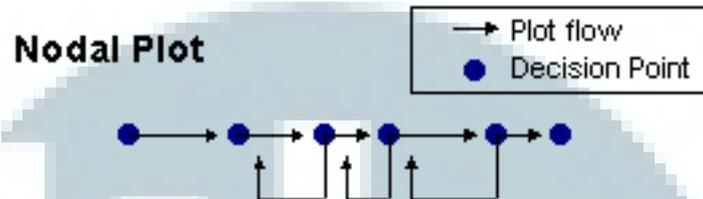
Krawczyk dan Novak (2006) memberikan contoh dalam dunia *pop-psychology* terdapat trend untuk membuat anak berpikir bahwa anak-anak mempunyai kontrol. Sebagai contoh untuk mencapai tujuan agar seorang anak mau menggunakan *sweater* maka pilihan yang harus diberikan kepada anak adalah warna *sweater* apa yang ingin dipakai oleh anak tersebut. Hal ini dapat mendorong anak untuk membuat keputusan dan tujuan awal juga tetap tercapai. Hal ini sangat mirip dengan *games*. Pembuat game harus membuat pemain menentukan pilihan tetapi tetap mengejar tujuan dari game dan cerita.

Menurut Krawczyk dan Novak (2006) menawarkan pemain untuk menentukan pilihan adalah salah satu alasan *game stories* dan cerita tradisional berbeda (hlm. 91).

2.2.3.1. Interaktivitas

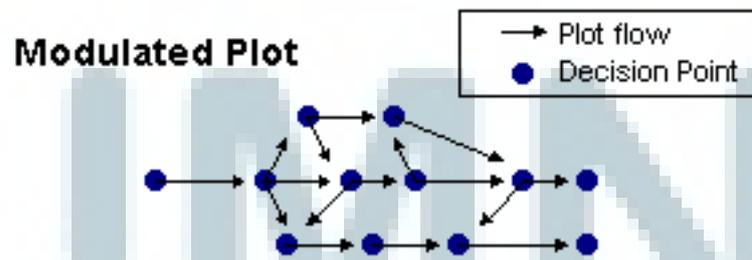
Tomaszewski (2005) menjelaskan struktur nodal plot memberikan desainer kontrol terhadap cerita. Struktur ini dapat memberikan pra struktur cerita yang tepat. Perbedaannya dengan cerita narative tradisional adalah terdapat pilihan dimana pengguna dapat memilih alur cerita untuk mengetahui cerita lebih lanjut. Biasanya pilihan itu berhubungan dengan

"do or dies". Jika pengguna gagal maka karakter akan mati dan alur cerita akan mengulang kebagian sebelumnya. (Bagian *Interaction*, para. 5)



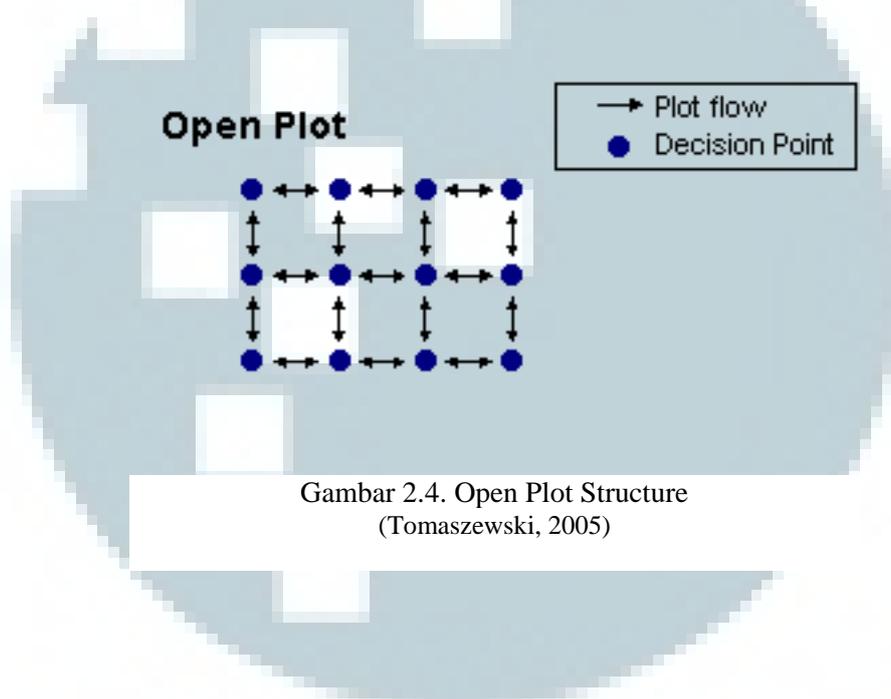
Gambar 2.2. Nodal Plot Structure
(Tomaszewski, 2005)

Tomaszewski (2005) menjelaskan bahwa sebuah *modulated plot structure* memiliki beberapa *plotlines*. Pilihan yang dibuat oleh pengguna dapat menghasilkan jalan cerita yang berbeda. Meskipun banyak kemungkinan yang terjadi pada akhir cerita namun semua kemungkinan tersebut sudah diketahui oleh desainer. Dengan memainkan game secara berulang maka pengguna dapat mengalami berbagai macam *plotlines*. (Bagian *Interaction*, para. 6)



Gambar 2.3. Modulated Plot Structure
(Tomaszewski, 2005)

Pada *open plot structure*, Tomaszewski (2005) menjelaskan bahwa plot tersebut tidak memiliki jalan cerita yang terlihat. Dengan struktur ini maka pengguna diarahkan untuk membuat jalur cerita sendiri. Setiap pilihan yang pengguna pilih akan menghasilkan jalur ceritanya sendiri.



Gambar 2.4. Open Plot Structure
(Tomaszewski, 2005)

2.3. Character Design

Sesuai dengan yang dikatakan oleh Hedgpeth dan Missal (2006) bahwa *character* didefinisikan sebagai suatu hal yang membuat cerita menjadi patut dibaca maupun ditonton. Hal ini dapat menjelaskan bahwa *character design* sebagai suatu rencana, sketsa, konsep untuk menghasilkan sebuah karakter (hlm. 2). Dalam pengembangan karakter. Mereka menyebutkan bahwa seringkali karakter dipengaruhi oleh faktor budaya (hlm. 8).

2.3.1. *Character Development*

Menurut Krawczyk dan Novak (2006) sesuai dengan teori yang dikutip dari Sigmund Freud hingga Carl Jung dan Dr. Phil dapat diambil kesimpulan bahwa kepribadian manusia tidak memiliki batas dan kenyataan kepribadian itu tidak akan pernah dapat dimengerti secara sepenuhnya. Lajos Egri (seperti yang dikutip oleh Krawczyk dan Novak, 2006) membagi karakter menjadi tiga dimensional yaitu *psychology*, *sociology*, dan *physiology* (hlm. 128).

2.3.1.1. **Fisiologi**

Krawczyk dan Novak (2006) mengatakan bahwa psikologi seorang karakter dapat dipengaruhi oleh ciri-ciri fisik yang dimiliki. Penampilan fisik karakter dapat mempengaruhi cara karakter bersikap. Sebagai contoh jika seorang karakter pria memiliki postur tubuh yang pendek maka karakter tersebut dapat diperlakukan dan diolok-olok sebagai anak kecil. Hal ini dapat menjadi pendorong karakter untuk memiliki ambisi agar menjadi pribadi yang lebih baik. Pada umumnya kepribadian seperti ini disebut sebagai *Napoleon Complex*.

Hal di atas dapat menjelaskan bagaimana penampilan sebuah karakter dapat membantu perkembangan kepribadian dari karakter itu sendiri. Ketika menentukan penampilan dari karakter, Hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain adalah :

- *Gender*
- *Usia*

- Warna mata dan rambut
- Tinggi dan berat badan
- Bentuk tubuh
- *Physical appearance* (tampan, cantik, atau jelek)
- Cacat fisik atau tanda lahir
- Ekspresi wajah
- *Gestures*
- Kesehatan
- *Genetics* (Faktor genetik secara fisik yang didapatkan dari orangtua yang dapat mempengaruhi kepribadian)

Psikologi mempengaruhi kepribadian karakter secara *significant*. Sebagai catatan ketika mendesain atribut untuk visual karakter. Atribut itu tidak hanya untuk membuat penampilan visual karakter terlihat bagus tetapi juga dapat mempengaruhi psikologinya (hlm. 128-130).

2.3.1.2. Sosiologi

Dalam menentukan sosiologi dari karakter Krawczyk dan Novak (2006) desainer harus menentukan latar belakang sosiologi karakter. Sebagai contoh : dari mana asal karakter, siapakah orangtua dari karakter, bagaimana cara ia dibesarkan dan hal lainnya yang berkontribusi dalam perkembangan karakter. Seorang anak yang lahir dalam keluarga kerajaan akan memiliki perbedaan secara sosiologis dengan anak yang berasal dari keluarga pekerja.

Mereka juga menjelaskan selain keluarga dan status ekonomi masih terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi sosiologi karakter. Beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kepribadian karakter melalui sosiologi antara lain adalah :

- *Economic Power* : Status sosial atau kasta yang dimiliki oleh karakter. Hal ini dapat mempengaruhi sudut pandang karakter mengenai dunia. Selain itu dengan adanya status sosial nilai-nilai kehidupan yang dimiliki oleh karakter juga dapat ditentukan.
- *Family Roots* : Latar belakang keluarga seperti pekerjaan orangtua dan jumlah saudara yang dimiliki oleh karakter dapat juga mempengaruhi sudut pandang dari karakter.
- *Marital Status* : Dalam menentukan status pernikahan karakter, hal ini tidak hanya berguna untuk mengetahui apakah karakter sudah menikah atau belum. Tetapi hal ini berguna untuk mengetahui sudut pandang karakter mengenai pernikahan secara umum.
- *Occupation* : Jika karakter yang dibuat memiliki pekerjaan maka pekerjaan dapat berguna untuk mendeskripsikan bagaimana karakter berpikir mengenai pekerjaan yang dimilikinya. Seperti apa yang ingin dilakukan karakter terhadap pekerjaannya yaitu ingin melakukan hal yang lebih baik atau mengganti pekerjaan lain. Selain itu jika karakter tidak memiliki pekerjaan yang sesuai maka apa yang akan dilakukan untuk mengubahnya.

- *Education* : Pendidikan dapat menjelaskan seberapa jauh prestasi karakter dalam bidang akademik. Karakter yang berusaha memperoleh pendidikan tinggi akan memiliki perbedaan sudut pandang dengan karakter yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan hanya mencoba peruntungan di dunia.
- *Religion* : Ketika seorang karakter digambarkan memiliki agama maka agama tersebut dapat menjelaskan kepribadian karakter. Agama dapat menjelaskan sudut pandang karakter terhadap Tuhan.
- *Race* : Dalam menentukan ras seorang karakter penulis perlu juga memikirkan keadaan sekitar dari karakter dan zaman sejarah pada masa karakter tersebut hidup.
- *Political Affiliations* : Afiliasi politik dapat menjelaskan banyak mengenai karakter. Namun hal yang perlu diperhatikan adalah alasan mengapa karakter memilih politik tertentu dibanding yang lain.

Sosiologi dalam karakter adalah bagian yang penting dalam proses *character development*. Dalam memahami sosiologi karakter, penulis dapat menentukan *setting* tempat yang cocok untuk karakter serta hubungan menarik antar karakter (hlm. 130-132).

2.3.1.3. Psikologi

Ketika penampilan fisik dan latar belakang sosiologi dapat menjelaskan mengapa seorang karakter berperilaku seperti itu, psikologi adalah ilmu yang dapat menjelaskan mengenai perilaku karakter. Krawczyk dan

Novak (2006) mengatakan perilaku seorang karakter dapat didorong oleh emosi, dengan mempelajari emosi karakter maka penulis dapat mengetahui siapa karakter tersebut. Dalam suatu kondisi tidak ada orang yang akan berperilaku sama persis. Psikologi dari seorang karakter dapat membantu *audience* untuk mengerti mengenai perilaku karakter. Jika seorang karakter merasa putus asa dalam hidup maka karakter tersebut merasa bahwa apa yang sekarang didapat masih belum cukup sehingga karakter tersebut merasa pantas untuk mendapat yang lebih baik.

Perilaku selalu dapat menjelaskan karakter. Perilaku itu sendiri adalah cara paling efektif untuk membangun *personality* seorang karakter. Pola perilaku seorang karakter dapat dikembangkan melalui beberapa faktor seperti:

- *Beliefs* : Dalam hal ini nilai-nilai, kepercayaan dan perilaku yang dimiliki oleh karakter sehingga dapat menentukan baik buruknya sesuatu.
- *Sex Life* : Hal ini dapat menjelaskan tidak hanya mengenai kegiatan seksual yang dilakukan oleh karakter tetapi juga sudut pandang karakter dalam melihat seksualitas. Selain itu dapat juga menjadi faktor yang menjelaskan orientasi seksual apa yang dimiliki oleh karakter.
- *Temprament* : Kepribadian karakter dapat dilihat dari faktor *temprament* yang dimiliki. Sebagai contoh hal ini dapat

mendeskripsikan apakah karakter tersebut memiliki kepribadian ramah, mudah marah, logis atau emosional.

- *Attitude* : Sudut pandang karakter terhadap hidup menjelaskan bahwa karakter memiliki pribadi yang pesimis atau optimis.
- *Extrover* atau *Introvert* : Karakter memiliki kepribadian yang senang ketika dikelilingi orang banyak atau justru sebaliknya. Berkumpul dengan banyak orang akan membuat diri karakter merasa tidak nyaman.
- *Complexes* : Kerumitan yang dimiliki oleh karakter seperti ketika karakter percaya dengan takhayul, *compulsive*, atau memiliki masalah kejiwaan.
- *Intelligence* : Diluar dari pendidikan semua orang dibekali dengan kepandaian. Dalam hal ini kepandaian alami yang dimiliki oleh karakter dapat dijelaskan melalui faktor *intelligence*.
- *Emotional Intelligence* : Cara berprilaku karakter secara emosional. Kepandaian secara emosional ini dapat terlihat ketika karakter berprilaku terhadap orang-orang di sekitarnya. Apakah karakter tersebut termasuk dalam kategori yang mudah iri terhadap orang lain atau justru murah hati.

Poin-poin di atas dapat membantu desainer untuk mengembangkan psikologi karakter. Tetapi dalam psikologi manusia ada bagian yang tidak dapat dijelaskan dan dipahami mengapa seseorang berprilaku seperti itu (hlm. 132-134).

2.4. Anak

Menurut Pasal 1 Undang-undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang perlindungan Anak, anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.

Sesuai dengan bab sebelumnya, anak-anak adalah *target audience* dari media interaktif yang dibuat oleh penulis. Oleh sebab itu penulis akan menjelaskan mengenai psikologi perkembangan anak yang sesuai dengan media interaktif yang penulis buat.

2.4.1. Psikologi Anak

Cullian dan Bagert (1993) menjelaskan bahwa ketika orang tua mengajarkan anak belajar membaca maka orangtua akan membuka pintu menuju dunia baru (hlm. 1)

Piaget (seperti yang dikutip dalam Hourcade, 2007) menyebutkan bahwa terdapat tiga aspek mengenai perkembangan anak. Sudut pandang Piaget yang pertama adalah mengenai proses anak dalam membangun pengetahuan yang disebut dengan adaptasi. Yang kedua adalah sudut pandang beliau mengenai peran kedewasaan, pengalaman, aspek sosial dan emosi dalam perkembangan anak. Pada bagian ketiga adalah sudut pandang Piaget terhadap anak sesuai dengan perkembangan yang dialalui anak selama berkembang (hlm. 282).

2.4.1.1. Adaptasi

Piaget berpendapat bahwa belajar terjadi dalam proses adaptasi. Beliau melihat bahwa proses adaptasi pada anak-anak membangun pengetahuan dengan mengalami hal-hal yang dilakukan.

Pendapat Piaget dilengkapi oleh Papert (1993). Papert melihat bahwa dengan adanya komputer anak-anak dapat terhubung dengan subjek yang mereka sukai. Dalam hal ini teknologi dapat menjadi kunci penghubung untuk menyediakan proses belajar yang lebih baik terhadap anak (hlm. 283)

2.4.1.2. *Factors Affecting Development*

Piaget (seperti yang dikutip oleh Hourcade, 2007) bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi perkembangan anak. Faktor tersebut antara lain adalah kedewasaan, pengaruh sosial, emosi, dan pengalaman. Keempat hal tersebut mempunyai dampak langsung mengenai bagaimana media interaktif untuk anak-anak harus didesain.

Dalam hal kedewasaan, ini akan membantu desainer untuk mengetahui hal apakah yang dapat dilakukan oleh anak-anak pada seusianya terhadap media interaktif. Dalam hal pengalaman, hal ini berguna untuk membangun struktur pengetahuan. Selain itu dalam proses belajar menurut Piaget akan lebih baik jika anak mengalami hal itu sendiri dibanding jika hanya mendapat pengalaman dari mendengarkan cerita orang lain. Oleh sebab itu teknologi dapat menyediakan pengalaman yang

unik melalui lingkungan virtual dan simulasi. Motivasi dan emosi memiliki peran penting dalam perkembangan anak. Motivasi dapat dibentuk dengan cara membuat proses belajar berhubungan dengan hidup mereka. Oleh karena itu menurut beliau teknologi menawarkan kesempatan belajar yang fleksibel dan bermacam-macam. Pengaruh sosial berpengaruh pada proses belajar anak. Hal ini dikarenakan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya diturunkan kembali dari generasi ke generasi. Dalam hal ini teknologi berfungsi sebagai penghubung tidak hanya untuk anak tetapi dapat juga sebagai alat bagi orang dewasa untuk menyampaikan pesan agar lebih menarik (hlm. 283-285) . Sama halnya dengan cerita rakyat yang disampaikan dari generasi ke generasi. Dengan adanya teknologi kini menyampaikan cerita rakyat ke generasi baru akan dapat jauh lebih menarik.

2.4.1.3. *Development Stages*

Dalam tahap perkembangan Piaget (seperti yang dikutip oleh Hourcade, 2007) mengatakan bahwa setiap anak melalui serangkaian tahap dalam proses perkembangan diri mereka. Beliau menjelaskan terdapat empat tahap dalam perkembangan yaitu *sensory-motor stage* (0–2 tahun), *preoperational stage* (2–7 tahun), *concrete operations stage* (7–11 tahun), and *formal operations stage* (11–16 tahun) (hlm. 285).

Beliau menjelaskan anak praoperasional (usia 2-7 tahun) memiliki sifat egosentris, yaitu mereka melihat dunia hanya dari perspektif mereka

sendiri, dan mengalami kesulitan besar melihat dunia dari sudut pandang orang lain. Dalam merancang teknologi untuk kelompok usia ini: desainer harus mendesain interface yang didesain tidak dalam bentuk hirarki dan harus memiliki alternatif. Anak-anak dalam *concrete operations stage* (usia 7-11 tahun) lebih menghargai perspektif orang lain yang memungkinkan mereka untuk bekerja lebih baik dalam tim dan menjalin mitra dengan orang dewasa. Anak pada *concrete operations stage*, mampu memahami hirarki dan mereka mampu menggunakan berbagai teknologi yang lebih rumit dan software. Pada usia formal (usia 11-16 tahun) cenderung dapat mengerti konsep-konsep abstrak dan berpikir secara logis dan analisi. Oleh sebab itu untuk mendesain sebuah aplikasi yang kompleks akan sesuai untuk anak usia ini (hlm. 285-286).

2.4.2. *Socio-Cultural Approaches*

Hourcade (2007) berpendapat jika mendongeng adalah pendekatan lain yang dapat membuat belajar bagi anak-anak lebih menarik (hlm. 284-285).

Oleh sebab itu penulis memadukan cerita rakyat dengan media interaktif. Sehingga sambil mendengarkan cerita anak juga dapat berinteraksi dengan aplikasi. Hal ini menurut Hourcade dapat membuat anak lebih termotivasi untuk mempelajari hal-hal yang menurut anak-anak kurang menarik. Dengan begitu cerita rakyat dapat kembali diminati.