



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Manusia tidak terlepas dari kata kepercayaan diri dan “*self-esteem*”. Kedua hal tersebut menjadi faktor besar dalam perilaku masing-masing individu. Kedua hal tersebut sangat terkait dengan sesama, namun tidak berarti dua kata tersebut memiliki makna yang sama. Kepercayaan diri bersumber dari konsep harga diri atau *self-esteem*. Jika seseorang mempunyai harga diri yang lebih tinggi, mereka akan cenderung lebih percaya diri, kreatif, dan bertanggung jawab. Jika seseorang mempunyai *self-esteem* yang rendah, mereka akan lebih mudah patah semangat dan berpikiran negatif (Noronha, Monteiro, & Pinto, 2018).

Patah semangat dan berpikiran negatif hanyalah beberapa konsekuensi dari *low self-esteem*. Sifat – sifat negatif lain dapat berupa kriminalitas dan keberandalan, *prejudice*, penyalahgunaan narkoba, dan lain – lain. Paling buruk, *self-esteem* yang rendah dapat menginduksi depresi, gangguan makan dan percobaan bunuh diri (Emler, 2001). Sifat – sifat ini lebih rentan untuk mempengaruhi remaja karena sifat psikologis mereka yang masih berkembang (Kakkad, Trivedi, Trivedi, & Raichandani, 2014). Salah satu dari banyak penyebab dari *self-esteem* yang rendah adalah kesalahan dari media sosial. Pada tanggal 14 Agustus 2019, seorang pencipta konten di situs video populer *YouTube* bernama Ria Ricis mengunggah video pamit yang mengundang banyak komentar negatif

dari netizen dan perundungan. Perundungan ini berlanjut sampai titik dimana Ricis mengaku melakukan percobaan bunuh diri (Nurhayati, 2019).

Sebuah laporan dari We are Social mengungkapkan seberapa banyak jam orang Indonesia habiskan pada media sosial di bulan Januari 2019. Orang Indonesia menghabiskan rata – rata 8 jam 36 menit dalam memakai internet dari perangkat apapun mau itu telepon seluler ataupun komputer. Waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial berkisaran 3 jam 26 menit dan 79% dari populasi Indonesia menggunakan internet untuk alasan pribadi (Social, 2019). Panji (Disadur dari Ayun, 2015), mengungkapkan bahwa terdapat 3 alasan utama bagi anak dan remaja dalam mengakses internet, yaitu untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan teman, dan untuk hiburan. Alasan pertama biasanya dilakukan karena adanya tugas sekolah dan dua alasan lainnya dilakukan karena keinginan pribadi. Karena kedua alasan terakhir, anak muda sangatlah “lengket” dengan media sosialnya masing-masing sehingga mereka banyak membanding-bandingkan hidupnya sendiri dengan orang lain dan ini mengakibatkan kecenderungan sifat kurang bersyukur atas apa yang sudah mereka miliki karena ingin diakui oleh netizen. Efeknya, anak muda memiliki tingkat *self-esteem* yang rendah (Aprilia, 2018).

Peningkatan kesadaran akan pentingnya membina *self-esteem* akan dilakukan melalui media buku cerita interaktif atau *gamebook*. *Gamebook* adalah sebuah buku cerita yang memberi sang pembaca sebuah kesempatan untuk berpartisipasi dalam naratif buku dengan membuat keputusan tertentu dalam buku tersebut. Pilihan yang dibuat oleh sang pembaca akan kemudian mempengaruhi pilihannya selanjutnya dan tingkah lakunya. Alur cerita dalam sebuah *gamebook*

dipengaruhi oleh pilihan yang telah dan akan diambil pembaca, memberi pembaca kebebasan untuk menyusun narasi dengan preferensi masing – masing.

Sebuah *gamebook* sangat melibatkan pembacanya dalam sistem di mana mereka harus membuat keputusan yang mempengaruhi narasinya. Dengan ini, pembaca akan mempunyai pengalaman yang berbeda – beda dengan buku tersebut, dan dapat mengulang cerita dari awal untuk merasakan pengalaman yang berbeda. Selain itu, dengan adanya repetisi dalam membaca buku tersebut, pesan yang tersiratkan dalam cerita dapat ditekankan kepada sang pembaca (Nouchi & Sugiura, 2014). Atas dasar berikut, penulis memutuskan untuk mengangkat “Perancangan *Gamebook* Bertema *Self-Esteem* Berjudul “*Metamorphosis*” untuk Remaja Usia 15 – 21 Tahun” sebagai judul Tugas Akhir yang akan diteliti.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang *gamebook* bertema *self-esteem* untuk remaja usia 15 – 21 tahun?

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi pembahasan karya Tugas Akhir sebagai berikut agar perancangan dapat terfokuskan:

1. Kriteria target Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

- a. Demografis:

1. Primer: Remaja perempuan umur 15 – 21 tahun

2. Sekunder: Remaja laki – laki umur 15 – 21 tahun

b. Geografis:

1. Primer: Jakarta

2. Sekunder: Seluruh Indonesia

c. Psikografis:

1. Mempunyai *self-esteem* yang rendah

2. Gemar membaca

2. Perancangan *gamebook* hanya terbatas dalam desain interaktivitas dan 3 karakter utama.

3. Perancangan *gamebook* akan berupa buku cetak.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk merancang buku interaktif atau *gamebook* bertema *self-esteem*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis

Penulis merancang tugas akhir ini demi menambah wawasan tentang *self-esteem* dan cara memperbaikinya untuk keperluan pribadi penulis.

Selain itu, penulis memilih untuk merancang Tugas Akhir ini untuk

memperluas pengetahuan dan mengembangkan keahlian penulis dalam mendesain sebuah media narasi yang interaktif.

2. Manfaat bagi universitas

Penulis merancang Tugas Akhir ini untuk menambah referensi dan acuan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang berniat untuk merancang karya dengan topik yang sama.

3. Manfaat bagi masyarakat

Penulis merancangan Tugas Akhir ini untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang *self-esteem* dan cara memperbaikinya melalui media *gamebook*.