



### **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 II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. *Interactivity***

Menurut Cover (2006), suatu media atau lingkungan yang memiliki interaktivitas mempunyai kapasitas untuk merubah atau memanipulasi sebuah teks atau narasi tekstual terhadap pengguna dan juga meningkatkan minat atau ketertarikan pada media itu. Hubungan *author-text-audience* memungkinkan pengguna untuk mengembangkan pemahaman yang dapat menanam elemen *user control* dalam media narasi. Interaktivitas ini tidak tergantung oleh teknologi, tetapi lebih kepada keinginan atau cara berpartisipasi dalam konteks tekstual.

Interaktivitas kerap mempunyai kapasitas untuk memanipulasi, membentuk atau menyesuaikan teks sesuai dengan keinginan penulis, dan terkadang dapat terus berubah tanpa kuasa penulis itu sendiri. Rafaeli (Disadur dari Cover 2006), mengatakan bahwa interaktivitas bukanlah suatu ciri dari sebuah perantara, tetapi interaktivitas adalah sebuah gagasan tentang komunikasi yang berhubungan dengan proses. Dalam sudut pandang ini, audiens menjadi peserta yang aktif dan sukarela dalam proses media tersebut.

Menurut Meadows (2003), interaksi dapat dipecah menjadi 4 bagian dimana ketika setiap bagian dilakukan dengan baik, pengguna akan lebih tertarik dalam interaksi yang lebih lanjut. 4 langkah ini adalah *observation*, *exploration*, *modification* dan *reciprocal change*. *Observation* adalah dimana pengguna menafsirkan apa yang dapat dia lakukan dalam konteks interaksi. *Exploration*

adalah dimana pengguna melakukan sesuatu atas dasar observasi yang telah dilakukan dan mengeksplorasi apa yang dapat dan tidak dapat dilakukan. *Modification* adalah ketika pengguna menyadari bahwa tindakan yang telah mereka lakukan mengubah sistem dalam konteks dan menggunakan kesadaran itu untuk melakukan hal yang dapat memodifikasi sistem. Contohnya menggunakan sebuah kunci untuk membuka pintu. *Reciprocal Change* adalah dimana sistem memodifikasi dirinya sendiri untuk menyesuaikan dengan tindakan pengguna. Contohnya ketika pengguna membuka pintu dengan kunci, pintu terbuka dan memberi jalan ke ruangan selanjutnya atau ketika pengguna mendobrak pintu, pintu menjadi rusak dan tidak dapat digunakan untuk ke ruangan selanjutnya.

#### **2.1.1. *User Experience***

Krug (2014) menyatakan bahwa *user experience design* adalah sebuah sebutan untuk segala sesuatu yang membantu untuk membuat pengalaman seorang *user* menjadi lebih baik. Desain yang memiliki *user experience* yang baik tidak akan membuat pengguna berpikir panjang ataupun bingung ketika menggunakannya. Unger & Chandler (2012) mengatakan bahwa definisi *user experience design* adalah pembuatan dan penyusunan elemen – elemen yang mempengaruhi pengalaman pengguna terhadap suatu hal. Penyusunan ini ditujukan untuk mempengaruhi persepsi dan tingkah laku mereka. Elemen – elemen ini terdiri dari hal – hal yang dapat disentuh, didengar ataupun dicium. *User experience design* juga meliputi interaktivitas pada hal – hal yang melewati batas fisik seperti *digital interface* seperti *website* dan aplikasi.

### **2.1.2. *Game***

Menurut Rogers (2014), *game* adalah sebuah aktivitas yang membutuhkan setidaknya satu peserta atau pemain, aturan main dan mempunyai kondisi dimana pemain tersebut menang atau kalah. Contoh yang diberikan oleh Rogers adalah kegiatan melempar bola. Jika kegiatan tersebut diberi aturan, sebuah objektif dan kondisi menang atau kalah seperti melempar dengan tangan kanan dan menangkap dengan tangan kiri, bola tidak boleh terjatuh dan bola harus ditangkap 10 kali berturut – turut, maka kegiatan melempar bola memenuhi kriteria untuk menjadi *game*.

### **2.1.3. *Interactive Narrative***

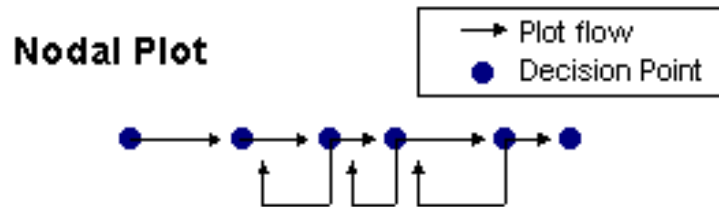
Menurut Miller (2017), *storytelling* adalah sebuah hal kuat dan efektif karena dia bisa menarik audiens ke dalam petualangan di dunia imajinasi, tetapi juga bisa menginspirasi pembacanya untuk melakukan suatu hal. Selain *traditional storytelling*, *digital storytelling* adalah salah satu bentuk naratif yang telah berkembang. *Interactive narrative* atau *Digital storytelling* melibatkan pembacanya dalam materi naratif dengan komunikasi informasi.

Perbedaan *traditional storytelling* dan *digital storytelling* adalah kontennya. Konten *traditional storytelling* berbentuk *analog*, dimana *digital storytelling* mempunyai bentuk digital. Informasi *analog* merupakan data padat yang tidak bisa dipecah – pecah. Sebaliknya, informasi digital adalah data yang dapat di pecah menjadi beberapa data yang berbeda. Data digital dapat disusun kembali dengan berbagai cara tanpa batas.

Menurut Meadows (2002), ada 3 jenis struktur dalam naratif interaktif.

ada 3 jenis plot yaitu *nodal plot*, *modulated plot* dan *open plot*.

### 1. *Nodal Plot*



Gambar 2.1 *Nodal Plot*

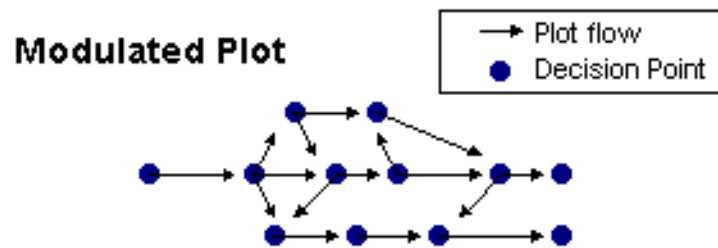
(Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/nodal.gif>)

*Nodal plot* adalah struktur yang mempunyai seri kejadian yang tidak interaktif, namun mempunyai beberapa titik interaktivitas diantara tiap kejadian. Struktur plot ini mempunyai potensi lebih untuk merancang struktur narasi dramatis yang klasik. Struktur *plot* ini mempunyai kelebihan untuk memberi ruang untuk menguatkan *backstory*, mengembangkan karakter dengan jelas, serta memberi kedalaman dalam *environment*. Namun *nodal plot* mempunyai risiko untuk membatasi bentuk dan cara interaksi. Untuk menghindari hal ini, komponen interaksi dalam sebuah *nodal plot* dapat digunakan sebagai sarana untuk mengeksplorasi elemen utama dari struktur tersebut. Jika hal tersebut dilakukan dengan baik, elemen interaktif ini dapat memberi *backstory* tambahan.

*Nodal plot* mempunyai satu titik awal dan umumnya mempunyai dua titik akhir yang berbeda. Walaupun kedua titik akhir adalah sebuah *event* yang sama, mereka tidak perlu untuk terjadi pada saat yang bersamaan

dalam cerita dan dapat terjadi lebih awal atau lebih akhir sesuai dengan pilihan pembaca.

## 2. *Modulated Plot*

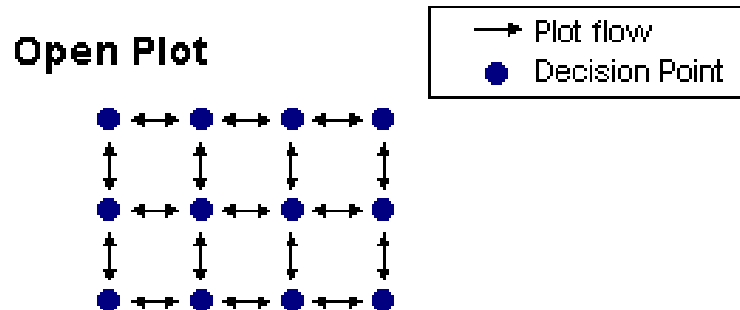


Gambar 2.2 *Modulated Plot*

(Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/modulated.gif>)

*Modulated plot* adalah struktur yang masih bisa merancang struktur narasi dramatis, tetapi tidak selalu menentukan urutan kejadian secara kronologis. Pembaca dapat mengubah alur cerita pada awal narasi dan waktu dapat dikembalikan pada titik – titik tertentu. Elemen interaksi dalam struktur *modulated plot* lebih mempunyai dasar cerita dibandingkan elemen interaksi dalam struktur *nodal plot*. Dalam struktur ini, interaksi ideal yang disediakan untuk pembaca akan memberi opsi untuk langsung melanjutkan alur cerita, atau untuk meningkatkan interaksi atau partisipasi dengan mengambil alur yang lebih panjang.

### 3. *Open Plot*



Gambar 2.3 *Open Plot*

(Sumber: <http://zach.tomaszewski.name/uh/cis702/open.gif>)

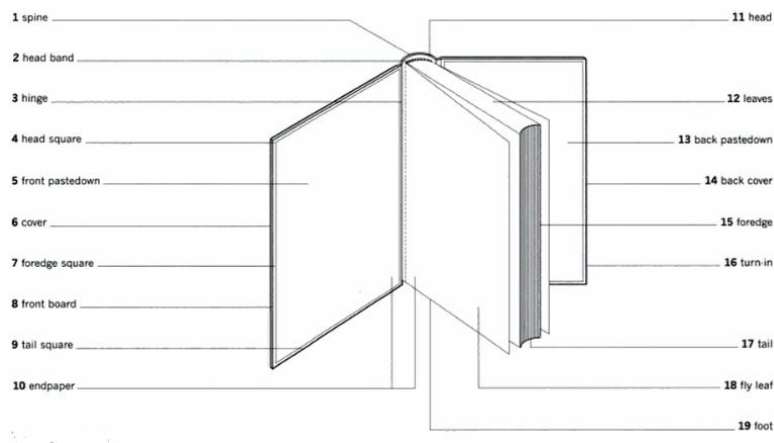
*Open plot* adalah struktur narasi yang luas dan bisa dibandingkan dengan sebuah peta. Dalam struktur ini, ada beberapa titik yang akan mengembalikan pembaca ke titik lain yang mengharuskan mereka untuk membuat suatu keputusan lagi. Struktur *open plot* merupakan struktur yang paling ekspresif untuk pembaca karena kebebasan yang diberikan untuk mengeksplorasi, memodifikasi dan menginvestasi. Bentuk narasi ini tidak mempunyai titik awal spesifik untuk memulai cerita dalam arti jika cerita memerlukan sebuah kejadian untuk memulai perjalanan narasi.

*Open plot* dapat dibandingkan dengan mengendarai kendaraan di dalam sebuah kota. Pilihan jalan pembaca untuk mencapai sebuah lokasi menjadi hal terpenting dalam struktur ini. Tetapi karena banyaknya kesempatan untuk menaruh interaksi pada alur cerita ini, proses merancang struktur ini merupakan salah satu yang paling rumit dan memakan biaya.

## 2.2. Buku

Menurut Whitbread (2001), buku merupakan suatu bentuk tipografi yang paling dasar karena kontennya yang melibatkan bentuk dan penempatan kata-kata yang dirancang dengan sederhana, jelas dan layak demi menyampaikan pesan sang penulis. Buku memiliki banyak komponen penting dan dikelompokkan dalam 3 golongan (Haslam, 2016). 3 golongan ini adalah *book block*, *page*, dan *grid*.

### 2.2.1. Book Block



Gambar 2.4 *Book Block*

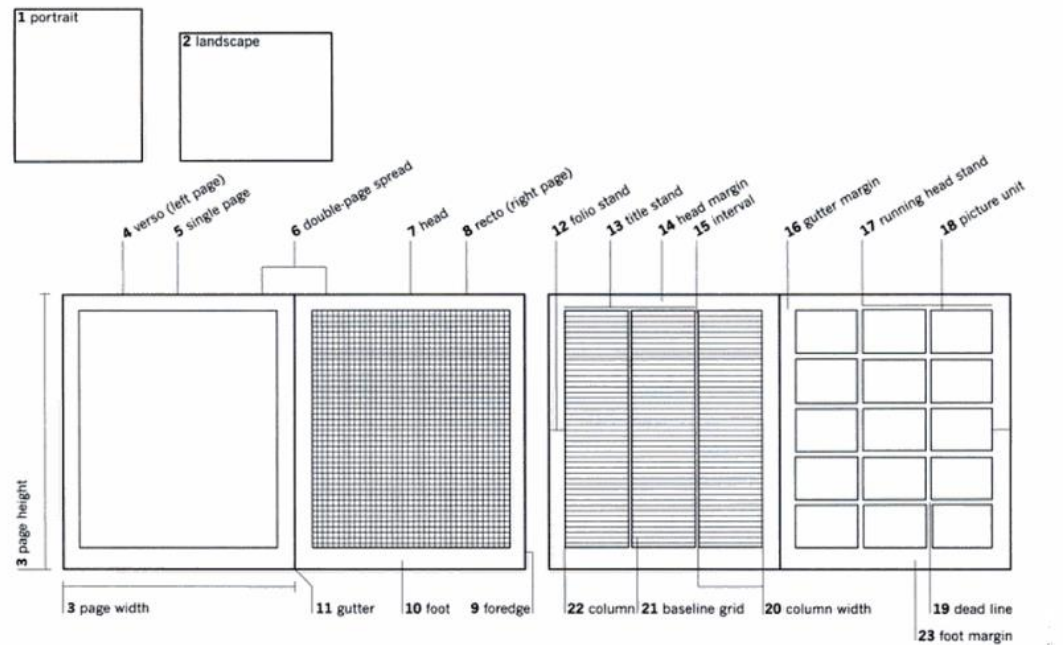
(Haslam, 2006)

1. *Spine*: Bagian buku yang menutupi batas tepi kertas.
2. *Head Band*: Bagian buku yang terdiri dari tali atau bahan yang ditempelkan di *spine* buku agar buku lebih kokoh.
3. *Hinge*: *Endpaper* yang terlipat diantara *pastedown* dan *fly leaf*.
4. *Head square*: Flens kecil di bagian atas buku yang tercipta oleh *cover* dan *back board* yang lebih besar daripada halaman isi.
5. *Front Pastedown*: *Endpaper* yang ditempel pada bagian dalam *cover*.



6. *Cover*: Kertas atau papan tebal yang lekat pada buku untuk melindungi isinya.
7. *Foredge Square*: Flens kecil di bagian tepi buku yang tercipta oleh *cover* dan *back board* yang lebih besar daripada halaman isi.
8. *Front Board*: Papan penutup di depan buku.
9. *Tail Square*: Flens kecil di bagian bawah buku yang tercipta oleh *cover* dan *back board* yang lebih besar daripada halaman isi.
10. *Endpaper*: Halaman kertas tebal yang dipakai untuk menutupi bagian dalam *cover*.
11. *Head*: Bagian atas buku.
12. *Leaves*: Kertas yang telah diikat atau *vellum sheets* yang memiliki dua bagian, atau halaman *recto* dan *verso*.
13. *Back Pastedown*: *Endpaper* yang ditempel pada bagian dalam *cover* belakang.
14. *Back Cover*: Papan *Cover* bagian belakang.
15. *Foredge*: Tepi depan dari buku.
16. *Turn-in*: Kertas atau ujung kain yang dilipat dari luar buku masuk dalam *cover* buku.
17. *Tail*: Bagian bawah dari buku.
18. *Fly Leaf*: Halaman yang dapat dibalik dari *Endpaper*.
19. *Foot*: Bagian bawah suatu halaman.

### 2.2.2. Page and Grid



Gambar 2.5 Page Anatomy

(Haslam, 2006)

1. *Portrait*: Format dimana tinggi halaman melebihi lebar halaman.
2. *Landscape*: Format dimana lebar halaman melebihi tinggi halaman.
3. *Page height and width*: Ukuran halaman.
4. *Verso*: Halaman sisi kiri sebuah buku yang biasanya disamakan dengan bilangan folio yang genap.
5. *Single Page*: Satu halaman sisi kiri yang terikat.
6. *Double-Page Spread*: Dua halaman bersambungan dimana desain *material* ada di kedua halaman seakan-akan mereka adalah satu halaman.
7. *Head*: Bagian atas buku.

8. *Recto*: Halaman sisi kanan sebuah buku yang biasanya disamakan dengan bilangan folio yang ganjil.
9. *Foreedge*: Tepi depan buku.
10. *Foot*: Bagian bawah buku.
11. *Gutter*: Margin *binding* buku.
12. *Folio Stand*: Garis yang mendefinisikan posisi – posisi bilangan folio.
13. *Title Stand*: Garis yang menempatkan posisi *grid* sebuah judul.
14. *Head Margin*: Margin di bagian atas halaman.
15. *Interval/Column Gutter*: Spasi vertikal yang membelah kolom.
16. *Gutter Margin/Binding Margin*: Margin bagian dalam halaman yang terdekat dengan *binding*.
17. *Running Head Stand*: Garis yang mendefinisikan posisi *running head*.
18. *Picture Unit*: Divisi kolom *grid* yang dibagi oleh *baseline* dan dipisah oleh *baseline* yang tidak terpakai atau *dead line*.
19. *Dead Line*: Spasi garis antara *picture units*.
20. *Column Width/Measure*: Lebar kolom yang menentukan panjang garis.
21. *Baseline*: Garis dimana posisi teks berada.
22. *Column*: Spasi persegi panjang pada *grid* yang dipakai untuk menyusun *type* atau teks.

### 2.2.3. *Layout*

Menurut Guan & Bienert (2012, hal. 10), yang dimaksud desain *layout* pada buku adalah format perancangan desain pada keseluruhan isi buku termasuk *cover*, halaman judul, dan kata pengantar. Desain *layout* yang baik adalah yang mampu membuat pembaca merasa penasaran dengan keseluruhan isi buku. Guan & Bienert mengatakan, untuk mencapai hal tersebut, *layout* yang dibuat harus bersifat sederhana, indah, dan menyatu dengan isi konten buku. Maksudnya adalah elemen – elemen pada *layout* seperti warna, garis, dan objek – objek visual yang ada di dalam buku harus mampu membangkitkan perasaan para pembaca, sesuai dengan isi konten buku tersebut.

Objek visual seperti gambar di dalam buku misalnya, menurut Guan & Bienert (2012, hal. 10) bisa membuat dampak yang kuat terhadap pembaca, sehingga mereka tetap tertarik untuk membaca. Gambar dapat diatur besar kecilnya sesuai dengan kebutuhan komposisi pada halaman tersebut. Hal ini dapat membangkitkan kesan dinamis dan hidup pada buku. Selain gambar, Guan & Bienert mengatakan bahwa format penyusunan teks juga dapat mempunyai dampak tertentu terhadap pembaca. Teks yang disusun terlalu panjang ke samping mampu membuat pembaca lebih cepat lelah dan menurunnya kecepatan membaca.

Guan & Bienert (2012, hal. 10) mengatakan, penyusunan teks, gambar, maupun elemen - elemen visual yang lain dapat diatur sesuai dengan bentuk desain yang umum dipakai. Contohnya, simetri dapat membangkitkan perasaan yang elegan, penyatuan, dan stabilitas. Namun, penggunaan simetri yang berlebihan atau disebut juga simetri mutlak, justru akan membuat kesan *layout* yang kaku. Guan &

Bienert menambahkan bahwa para desainer biasanya menggunakan cara khusus untuk mengakali hal ini dengan menggunakan tipografi untuk memberikan kesan *balance*, sehingga layout tidak terlihat seperti simetri mutlak maupun sangat *imbalance*.

#### **2.2.4. Typography**

Guan & Bienert (2012, hal. 12) mengatakan bahwa pemilihan jenis *font* berperan penting dalam desain sebuah buku, dimana jenis *font* tersebut harus memiliki karakteristik yang unik. Idealnya, pemilihan desain *font* harus mampu memandu pembaca agar memiliki pengalaman membaca yang baik. Karena itu, akan lebih baik sifatnya jika jenis *font* yang dipilih sesuai dengan isi konten sebuah buku. Jenis *font* yang terbuat dari garis lengkung yang sederhana akan memberikan kesan yang lembut dan tenang. Jenis *font* yang menghasilkan tulisan dekoratif yang indah akan memberikan kesan agung dan luhur. Sedangkan jenis font yang tebal dan bundar akan selalu cocok digunakan pada kartun.

Di dalam satu halaman menurut Guan & Bienert (2012, hal. 12), komposisi sebuah *layout* akan tercipta dari bagaimana seorang desainer memilih jenis *font*, besar kecilnya *font* tersebut, tebal tipisnya, maupun ruang yang tercipta di antara tiap huruf. Pemilihan elemen – elemen tersebut mampu mencerminkan tujuan utama dari teks yang dibuat pada halaman tersebut. Misalnya, tipe *font* pada bagian judul harus selalu jelas terbaca, lalu jenis teks yang kecil dan pendek tidak boleh memakai tipe font yang terlalu tebal dan hitam.

### **2.3. Storytelling**

Dalam buku berjudul “Seven Pillars of Storytelling”, Lindsay (2015) mengatakan bahwa cerita dapat menarik hati pembaca karena keterkaitannya dengan keinginan manusia yang fundamental yaitu: untuk ikut berkontribusi, diikutsertakan dalam sesuatu, dan untuk dicintai. Cerita membangun tensi dramatis dan mengantarkan akhir yang emosional, ia menciptakan sebuah naratif yang membuat pembaca merasa terhubung dengannya dan membuat pembaca ingin membaginya dengan yang lain. Cerita menyiratkan identitasnya kepada pembaca dan memberi mereka alasan untuk berinteraksi dengannya.

#### **2.3.1. Three Act Structure**

Seger (2010), menyatakan bahwa menulis *script* adalah proses yang membutuhkan gambaran yang jelas dan detil. Untuk menulis naratif yang bagus, penulisan harus disokong oleh struktur yang kuat yang akan memberi cerita arah, momentum dan kejelasan. Ini akan membuat audiens menjadi lebih terlibat dalam naratifnya. Struktur ini terdiri dari tiga bagian, yaitu *beginning*, *middle* dan *end* atau *Act One*, *Act Two* dan *Act Three*. Setiap bagian mempunyai tujuan masing-masing yaitu *setup*, *development*, dan *resolution*. Ketika satu fase telah selesai, sebuah transisi yang disebut *turning point* akan terjadi sebelum menerus ke fase selanjutnya.

## 1. *Act One*

Dalam awal *Act One*, terdapat *Setup* dimana latar belakang cerita didirikan. Ketika mendirikan konteks, penulis harus membuat dunia naratif tersebut *believable* dan akurat agar pembaca dapat mengetahui bagian tema cerita tersebut. Dalam *Setup*, terdapat *Catalyst* yaitu sesuatu yang membuat naratif berjalan dan membuat cerita mempunyai fokus dan tujuan. *Catalyst* bisa berupa masalah yang harus dipecahkan atau sebuah gangguan yang memulai sebuah perjalanan. Setelah cerita mempunyai sebuah *Catalyst*, sang penulis harus mengenalkan *Central Question* yang akan menjadi pertanyaan yang akan dijawab pada fase *The Big Finish* dalam *Act Three*. Contoh sebuah *Central Question* bisa berupa “apakah sang pahlawan dapat mengalahkan naga dan menyelamatkan putri?” atau “apakah detektif tersebut akan mencari pembunuhnya?” Pertanyaan ini akan tetap diulang dalam cerita sampai fase *The Big Finish*.

Setelah *Setup*, mulailah fase *Act One Development*. Dalam fase *development* ini, pembaca diberi informasi lebih tentang karakter – karakter yang akan menjalani narasi cerita. Selain karakter, informasi tentang *Central Question* juga akan diungkapkan. Segala informasi yang tidak dinyatakan pada fase *Setup* akan diceritakan dalam fase ini.

Yang perlu diperhatikan disini adalah *Beats*, atau tempo. *Beats* dipakai untuk memberi ritme atau tempo pada *development* naratif agar tidak terlalu terburu – buru atau lambat hingga minat pembaca hilang. Pada akhir fase *development*, sebelum cerita berlangsung ke *Act Two*, sebuah *Turning Point*

harus diciptakan agar cerita dapat transisi dengan baik. *First Turning Point* diciptakan agar memberi naratif sebuah momentum seperti:

- a. Mengubah tujuan awal perjalanan naratif.
- b. Membuat pembaca semakin bertanya tentang jawaban *Central Question*.
- c. Sang protagonis untuk membuat sebuah keputusan atau komitmen.
- d. Bahaya yang mengancam karakter terus meningkat.
- e. Mendorong cerita ke fase selanjutnya.
- f. Membawa pembaca ke dalam area baru dimana tingkah karakter dapat dilihat dengan perspektif berbeda.

## **2. Act Two**

Fase ini mengandung naratif yang penting dari seluruh cerita karena ia melanjutkan cerita, mengembangkan konflik, mengeksplorasi tema cerita dan membangun hubungan sebelum konsekuensi dari seluruh aksi – aksi ini diperlihatkan di *Act Three*. Pada awal *Act Two*, penting untuk menunjukkan rencana atau misi sang karakter dalam fase ini untuk mengklarifikasi obyektif cerita agar pembaca tetap lekat pada narasi tersebut.

*Second Turning Point* terdapat setelah *development* fase siap untuk transisi ke fase selanjutnya. Fungsinya sama dengan *Turning Point* yang terdapat di *Act One*, tetapi ia lebih memberi suatu urgensi yang membuat cerita intens sebelum konklusinya pada *Act Three*. *Turning Point* dalam fase ini juga dapat divariasikan dengan bantuan *Beats* menjadi dua *Turning Point* yaitu *a dark moment*, dan *a new stimulus*. *A dark moment* adalah ketika sang karakter putus



asa dan segalanya terlihat sia-sia, dan mengalami *a new stimulus* yaitu suatu pencerahan yang memecahkan masalah sebelumnya.

### **3. *Act Three***

*Act Three* adalah konsekuensi dari hasil aksi yang dilakukan pada *Act Two*. Lazimnya fase ini mempunyai urgensi dan tensi yang lebih kuat dari fase sebelumnya karena cerita tersebut akan mencapai klimaksnya. Contohnya ketika sang pahlawan mulai melawan naga dengan mempertaruhkan nyawanya untuk menyelamatkan sang putri. Usai *development Act Three*, cerita mencapai klimaks atau *The Big Finish*. *The Big Finish* adalah ketika *Central Question* dijawab dan konflik terselesaikan. Cerita berakhir dengan fase *Resolution*, dimana hal – hal kecil yang lain diselesaikan contohnya karakter yang menghadiri pemakaman temannya yang mati di tengah cerita.

#### **2.4. *Character Storytelling***

Dalam buku *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*, Vogler (2007), menjabarkan cara – cara untuk mendalami elemen – elemen cerita yang ditulis sebagai panduan ketika menulis sebuah narasi.

##### **2.4.1. *Archetype***

*Character archetype* adalah sebuah konsep tipe yang memberi setiap karakter sebuah fungsi dalam menjalankan cerita. *Archetype* yang umum sebagai berikut:

1. *Hero*. *Hero* mempunyai sebuah identitas yang istimewa atau berbeda dari seluruh umat manusia. Seorang *hero* dalam cerita merepresentasikan pencarian sebuah identitas atau diri, dan keseluruhan dalam hidupnya. *Hero* adalah seseorang yang membuat sang pembaca merasa terhubung

dengannya karena dia didorong oleh sebuah motivasi atau hal yang bisa pembaca mengerti. Mereka melewati rintangan dan belajar dari pengalamannya untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

2. *Mentor*. *Mentor* adalah tokoh yang memandu sang *hero* seiring alur cerita berjalan. Dia merepresentasikan sebuah *conscience* yang memberitahu hal apa yang salah dan hal apa yang benar, melindungi sang *hero* dan memandunya seiring perjalanan cerita berlanjut. *Mentor* biasanya adalah mantan *hero* yang sudah melewati rintangan – rintangan hidupnya dan memberi kebijakan dan wawasannya dari pengalaman tersebut kepada *hero*.
3. *Threshold Guardian*. *Threshold Guardian* adalah karakter yang menguji kekuatan, ketrampilan dan kesediaan sang *hero*. Tokoh – tokoh ini tidak selalunya seorang antagonis atau penjahat, tetapi bisa berupa sebuah pihak neutral. Mereka menandakan awal suatu perubahan yang akan terjadi pada alur cerita contohnya bawahan antagonis yang menyerang *hero*, menyiagakan sang karakter utama atas bahaya yang akan datang seiring alur cerita berjalan.
4. *Herald*. *Herald* adalah karakter yang memberi sebuah pengumuman atau pesan kepada *hero* tentang rintangan atau bahaya yang akan datang. Tokoh ini bisa berupa tokoh positif, negatif atau neutral.
5. *Shapeshifter*. Tokoh *shapeshifter* adalah karakter yang mempunyai niat yang misterius sehingga sang *hero* ataupun pembaca pun tidak bisa

menebak tujuannya. Karakter ini dapat berupa sebuah tokoh yang positif atau negatif terhadap *hero*.

6. *Shadow*. *Shadow* adalah sebuah manifestasi atau perwujudan kegelapan, yang biasanya diproyeksi kepada karakter – karakter penjahat, musuh, atau antagonis. Penjahat dan musuh berbeda dengan antagonis. Penjahat dan musuh biasanya selalu mempunyai tujuan untuk membasmi atau mengalahkan *hero*. Seorang antagonis bisa saja seorang sekutu yang mempunyai tujuan yang sama dengan *hero* tetapi tidak sependapat dengan cara – cara sang *hero*. *Shadow* menciptakan konflik agar sang *hero* mengerahkan usaha terbaiknya untuk sang pembaca. *Shadow* tidak hanya berupa pihak yang melawan sang *hero*, namun ketika sang *hero* menjadi sombong daripada mengorbankan diri, ragu, menyalahgunakan kekuatannya, sengaja bertindak ingin menghancurkan diri sendiri, itu tanda – tanda *Shadow* telah merasuki *hero*.
7. *Ally*. *Ally* adalah seorang tokoh yang mempunyai beberapa fungsi dalam cerita, tetapi biasanya untuk sang *hero*. Mereka membantu untuk memberi karakter yang lebih manusiawi kepada *hero*, memberi dimensi lebih dalam kepribadian mereka dan memberi mereka sebuah tantangan untuk menjadi lebih seimbang dan terbuka. Contohnya adalah Timon dan Pumba kepada Simba dalam film *Lion King*.
8. *Trickster*. Tokoh *trickster* adalah tokoh yang cerdas yang biasanya dapat menghasut pola pikir karakter lainnya dan mengontrol situasi.

Namun dia sendiri memiliki pandangan yang kuat sehingga tidak mudah tergoyahkan dari pendiriannya. Contohnya Loki seorang dewa Nordik tipu muslihat. Dia melayani dewa lain sebagai penasihat mereka, tetapi juga merencanakan untuk menghancurkan mereka.

#### 2.4.2. *Stages of Journey*

##### 1. *The Ordinary World*

*The Ordinary World* adalah dunia sang *hero* sebelum cerita dimulai. Fungsi fase ini adalah untuk memberi *backstory* dan *exposition*, mendirikan tema cerita, memberi pembaca suatu petunjuk tentang bagaimana cerita tersebut akan berjalan. Dia juga memberi konteks dan latar belakang sang *hero* serta mendirikan *dramatic question* atau *Central Question* dan apa yang dipertaruhkan pada cerita tersebut.

##### 2. *Call to Adventure*

*Call to Adventure* adalah sebuah pemicu yang membuat sang *hero* mau tidak mau, harus memulai perjalanannya dalam cerita. Disingkat, *Call to Adventure* dapat berupa 4 hal yaitu: *fear*, *flaw*, *wants*, dan *needs*.

(a) *Fear* adalah ketika *hero* memulai perjalanan dengan motivasi takut kehilangan sesuatu, contohnya Marlin dalam film *Finding Nemo* yang ketakutan untuk kehilangan anaknya, pergi berpetualang untuk mencari anaknya

(b) *Flaw* adalah motivasi *hero* yang timbul bukan karena sang *hero* ingin atau perlu, tetapi terpaksa karena kondisi sang karakter yang kurang diterima oleh sekitarnya dalam cerita tersebut.

Contohnya Shrek dalam film *Shrek*, yang ingin tinggal di rawa – rawanya sendiri karena dia seorang raksasa yang ditakuti semua orang.

(c) *Wants* adalah motivasi *hero* untuk memulai perjalanan karena keinginannya sendiri. Contohnya Rapunzel dalam film *Tangled* yang ingin melihat lentera mengambang pada hari ulang tahunnya.

(d) *Needs* adalah motivasi *hero* untuk memulai perjalanan karena kondisi sang *hero* yang mengalami krisis sehingga dia perlu melakukan perjalanan tersebut dan tidak ada cara lain. Contohnya Spongebob dalam film *The Spongebob Squarepants Movie* dimana Spongebob harus mencari mahkota King Neptune untuk menyelamatkan Mr. Krabs.

### 3. *Refusal of the Call*

*Refusal of the Call* adalah fase dimana sang *hero* mencoba menolak untuk merespon kepada *Call to Adventure* dengan menghindarinya atau adanya panggilan yang saling bertentangan. Terkadang jika dia terus menerus menolak, tragedi terjadi sehingga dia terpaksa memulai perjalanannya.

### 4. *Meeting with the Mentor*

*Meeting with the Mentor* adalah ketika sang *hero* bertemu dengan sebuah karakter *Mentor* yang akan memandu *hero* seiring perjalanan

atau memberikan kebijaksanaan dan pelajaran kepada *hero* untuk membekalinya dalam perjalanannya.

5. *Crossing the First Threshold*

*Crossing the First Threshold* adalah fase dimana sang *hero* diuji tekadnya untuk berkomitmen kepada perjalanannya. Dalam fase ini, biasanya terdapat *Threshold Guardian* yang menguji *hero*.

6. *Tests, Allies, Enemies*

*Tests, Allies, Enemies* adalah fase dimana *hero* mengenal siapakah yang sekutu dengannya dan siapa musuhnya. Di fase ini juga terdapat beberapa rintangan yang menguji ketersediaan sang *hero* untuk rintangan berat yang akan datang.

7. *Approach to the Inmost Cave*

*Approach to the Inmost Cave* adalah fase dimana sang *hero* bersiap – siap untuk menghadapi konflik utama dalam perjalanan.

8. *The Ordeal*

*The Ordeal* adalah fase dimana konflik utama muncul dan harus ditaklukkan sang *hero*. Di tahap ini, *ally* sang *hero* dapat saja berkorban dan mati, *villain* terkalahkan, menghadapi ketakutan terbesar *hero* atau bahkan *hero* sendiri dapat mati. Fase ini adalah dimana banyaknya aspek emosional yang terjadi.

9. *Reward*

*Reward* adalah fase dimana *hero* mendapatkan ganjaran dari menaklukkan *The Ordeal*. Ganjaran ini dapat berupa perayaan, kekuatan baru, persepsi baru, kewaskitaan, pencerahaan dan lain – lain.

10. *The Road Back*

*The Road Back* adalah fase dimana *hero* telah menaklukkan *The Ordeal* dan mendapatkan *Reward* dan kini memulai perjalanannya pulang ke *The Ordinary World*.

11. *The Resurrection*

*The Resurrection* adalah sebuah fase dimana sang *hero* lahir kembali menjadi sebuah tokoh yang lebih berkembang dari sebelumnya. Ini dapat berupa sebuah kepribadian yang baru, menjalani pemurnian, rupa yang baru dan lain – lain.

12. *Return with the Elixir*

*Return with the Elixir* merupakan fase terakhir dalam *Stages of Journey*. Fase ini mirip dengan *Reward* dan *Resurrection* karena tahap ini adalah dimana *hero* kembali ke *The Ordinary World*, namun dengan perubahan yang telah dia lalui dalam perjalanan tersebut, membuatnya sebuah pribadi yang baru.

## 2.5. *Tokoh*

Menurut Eder (2010), sebuah tokoh adalah wujud fiksi yang tidak hanya terbatas dalam bentuk manusia, tetapi juga hewan, tumbuhan, monster, atau wujud abstrak. Wujud-wujud ini berbeda dengan obyek lain karena mereka memiliki pikiran,

persepsi dan emosi. Karakter adalah sebuah wujud fiksi yang masih harus dikembangkan agar meninggalkan kesan dalam pikiran pembaca karena mereka merasa terhubung dengan tokoh tersebut. Tokoh menjadi aspek yang penting dari cerita karena mereka dapat memicu beberapa persepsi tentang makna eksistensi mereka dalam narasi.

### **2.5.1. *Shape***

Menurut Ekström (2013) *shape* atau bentuk adalah salah satu komponen dalam desain karakter yang memungkinkan keterbacaan sifat karakter yang jelas kepada pembaca. Bentuk mempunyai makna yang lebih universal karena sifatnya yang berasal dari alam dimana bentuk bulat memberi kesan yang aman, dan bentuk segitiga memiliki kesan berbahaya. Berikut bentuk-bentuk primer yang banyak ditemukan dalam desain karakter:

#### 1. Lingkaran

Karakter yang memiliki bentuk dasar lingkaran biasanya dianggap tokoh yang tidak berbahaya dan ramah karena ketiadaan sudut yang tajam. Bentuk ini juga diasosiasikan dengan sifat yang ceria, keamanan, kelengkapan, perlindungan, fleksibilitas, kekanak-kanakan dan keanggunan.

#### 2. Kotak

Tokoh yang memiliki bentuk dasar kotak mempunyai kesan kuat, stabil dan percaya diri. Ini dikarenakan adanya garis lurus horizontal dan vertikal yang menjadi fondasi bentuk persegi. Bentuk ini juga diasosiasikan dengan perlindungan, kejantanan, pemerintahan, persamaan dan kepercayaan.



### 3. Segitiga

Bentuk dasar segitiga dalam sebuah karakter biasa mengindikasikan bahwa tokoh tersebut adalah seorang antagonis karena garisnya yang diagonal dan sudutnya yang lancip. Bentuk ini bertentangan dengan bentuk lingkaran yang tidak mempunyai sudut.

#### 2.5.2. *Color*

Menurut Tillman (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Creative Character Design*”, warna memberi informasi lebih tentang sebuah tokoh seperti watak dan cerita latar belakangnya. Warna juga menjadi aspek penting yang membuat pembaca tertarik dan mengingat sebuah karakter. Berikut adalah makna warna-warna pada umumnya:

#### 1. Merah

Warna merah dapat dikaitkan kepada keberanian, percaya diri, kepastian, kekuatan, gairah, kekuatan, amarah, bahaya dan cinta.

#### 2. Kuning

Warna kuning melambangkan kebijaksanaan, kebahagiaan, sebuah petunjuk, kehidupan, kegelisahan, kecerdikan, peringatan, kekecutan, rasa takut, kenyamanan, optimisme dan perasaan iri.

#### 3. Biru

Warna biru melambangkan kesetiaan, kecerdasan, kebenaran, kesetiaan, kebijaksanaan, ketenangan, kelembutan, pengetahuan, kesungguhan, kedinginan, kehormatan dan kesedihan.

4. Ungu

Warna ungu melambangkan kekuatan, kebangsawanan, keanggunan, misteri, magis, kemerdekaan, kreativitas, keborosan dan kemewahan.

5. Hijau

Warna hijau melambangkan alam, pertumbuhan, kejujuran, kemudaan, optimisme, kesuburan, perasaan iri, keamanan, uang, keharmonisan, kesegaran dan perasaan relaksasi.

6. Jingga

Warna jingga dapat dikorelasikan dengan perasaan semangat, kegembiraan, keramahan, antusiasme, pesona, kewibawaan, dan kesuksesan.

7. *Hitam*

Warna hitam dapat diartikan sebagai keanggunan, formalitas, kematian, kejahatan, misteri, ketakutan, kesedihan dan perasaan duka

8. *Putih*

Warna putih biasanya dikaitkan kepada kemurnian, kebersihan, kedamaian, kepolosan, kesederhanaan, cahaya, kebaikan dan kesempurnaan.

### **2.5.3. Tridimensional**

Dalam mendesain sebuah tokoh, karakter harus terasa natural dan “hidup” agar pembaca simpatik dan peduli padanya. Menurut Sheldon (2004), segi tridimensional meliputi segi fisiologis, psikologis dan sosiologis.

#### **1. Fisiologi**

Desain tokoh secara fisik mencerminkan kepribadiannya dan fungsinya dalam media. Mengacu pada stereotip tidak akan menghasilkan desain

tokoh yang impressionable dan akan lebih mudah terlupakan pembaca. Oleh karena itu, segala aspek fisik seperti jenis kelamin, umur, gestur tubuh, cara berpakaian, gaya rambut dan ekspresi wajah harus diperhatikan untuk mendesain tokoh yang menceritakan kepribadiannya secara visual atau memiliki fungsi tertentu di dalam cerita. Contohnya pada game Ico, dimana sang tokoh utama diceritakan lahir dengan tanduk di kepalanya. Penampakan tanduk tersebut membuatnya menjadi sasaran penduduk desa, karena dianggap pertanda buruk. Keberadaan tanduk tersebut menjadi fungsi penting yang mendorong cerita di dalam game tersebut untuk terus berjalan karena isi keseluruhan game berputar pada usaha para penduduk desa yang mencoba untuk membunuh tokoh ini (Sheldon, 2004).

## **2. Psikologi**

Psikologi tokoh membahas mengenai perilaku karakter dan caranya bertindak dalam situasi tertentu. Dengan psikologi tokoh yang mendalam, hal ini dapat menyampaikan sifat-sifat dan emosi kepada pembaca. Psikologi karakter dapat diperkuat dalam memberinya beberapa contoh kepribadian seperti berikut:

- a. Apakah karakter mempunyai pemikiran yang logis atau emosional?
- b. Apakah karakter lebih suka menyendiri atau berbaur dengan keramaian?
- c. Apakah karakter seorang yang optimis atau pesimis?
- d. Apakah karakter pintar secara akademis atau berbakat dalam hal lain?

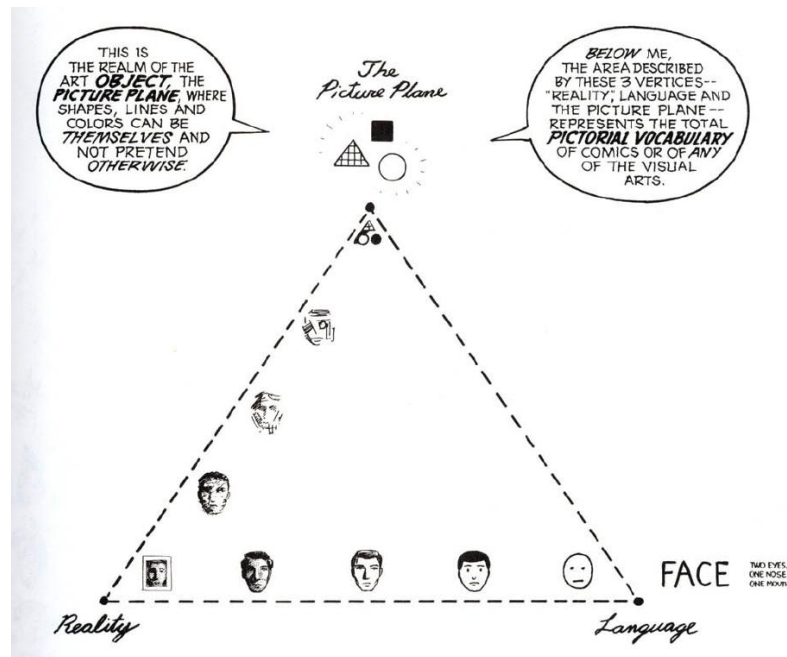
- e. Apakah karakter akan bertindak sesuai dengan kepercayaannya atau tidak?

### **3. Sosiologi**

Sosiologi sebuah tokoh menceritakan pengalaman hidupnya dan lingkungannya. Aspek sosiologi memberi alasan dibalik segala tindakan yang dilakukan oleh karakter dan membentuk kepribadian dasar karakter. Sebagai contoh, anak yang lahir dari keluarga yang kaya akan memiliki pandangan dan kepribadian yang berbeda dari anak yang terlahir dalam keluarga yang miskin.

#### **2.5.4. Simplifikasi Bentuk Tokoh**

McCloud (1994) membuat diagram segitiga yang dia sebut *The Big Triangle*, menjelaskan *pictorial vocabulary* atau bahasa universal yang ia gunakan untuk mengidentifikasi bentuk sebuah tokoh lebih ke arah makna, realita, atau bentuk dasar (hal. 51).



Gambar 2.6 The Big Triangle  
(McCloud, 1994)

McCloud menjelaskan bahwa manusia dapat mempersepsikan berbagai bentuk sederhana menjadi benda di dunia nyata. Seperti rambu lalu lintas yang menggambarkan bentuk manusia secara sederhana, dari situ setiap orang dapat menyatakan bahwa bentuk sederhana tersebut merupakan representasi wujud manusia di dunia nyata. Hal ini lah yang dimaksud dengan bahasa universal dalam dunia visual, dimana setiap orang dapat mengidentifikasi gambar apakah yang maknanya jelas, sehingga gambar tersebut dapat dimengerti, apakah cukup realistis dimana gambar tersebut sangat mendekati realita, atau gambar tersebut sangat abstrak sampai tidak dapat dimengerti makna dan representasinya di dunia nyata.

Dalam perancangan tokoh manusia, McCloud (1994) menjelaskan bahwa jika diagram segitiga tersebut digunakan, semakin kiri posisi tokoh tersebut berada, maka semakin realistis tokoh tersebut dinilai secara visual. Jika posisi tokoh

tersebut semakin ke arah kanan, maka bentuknya akan jauh lebih sederhana, namun masih pada titik dimana setiap orang dapat memahami bentuk tokoh tersebut sebagai manusia. Pada puncak segitiga, bentuk menjadi tidak bermakna, melainkan hanya bidang-bidang datar yang tidak tersusun dan hanya berdiri sendiri tanpa arti. Pada titik ini, karakter memisahkan dirinya dari bentuk-bentuk yang merepresentasikan manusia.

## **2.6. *Graphical Styles***

Menurut Lee, Gee & Dolah (Disadur dari Mary, 2017), pemanfaatan teknik tertentu dalam memvisualisasikan sebuah media agar merubahnya menjadi rupa tertentu dapat disebut dengan *graphical styles*. *Graphical styles* memiliki 3 kategori yang berbeda yaitu *abstract*, *stylized* dan *realistic*.

### **1. *Abstract***

Gaya visual abstrak adalah kategori visual yang memfokuskan representasi media dalam bentuk geometris yang dasar daripada menggambarkan karakter, obyek atau tempat secara spesifik. *Abstractionism* mempunyai relasi yang kuat dengan elemen formal seni yang terdiri dari garis, warna, beragam bentuk geometris dan hubungan dengan sesama elemennya. Contoh gaya visual ini adalah terdapat dari *game Tetris*.



Gambar 2.7 Screenshot game "Tetris"

(Sumber: [https://i.ytimg.com/vi/QDGAN\\_kPkPI/hqdefault.jpg](https://i.ytimg.com/vi/QDGAN_kPkPI/hqdefault.jpg))

## 2. Stylized

Gaya visual *stylized* menyajikan visual dengan lebih – lebihkan fitur menonjol pada obyek. Penonjolan gaya visual ini dapat berupa fitur fisik yang dimiliki obyek, atau pemberian aksentuasi pada *color palette* dengan atmosfer yang tertentu. Contoh gaya visual *stylized* dapat dilihat dari karakter *Reinhardt* dari game *Overwatch* yang mempunyai fisik yang tidak realistis secara anatomi.



Gambar 2.8 Karakter Reinhardt dari “Overwatch”

(Sumber: <https://i.pining.com/originals/42/c1/44/42c144e83b37e69f1be667dc66d3c203.jpg>)

Gaya visual ini lebih fleksibel dan ekspresif dibandingkan dua gaya visual lainnya karena *graphical style* ini tidak terikat oleh batasan realita. Gaya *stylized* dapat dipakai untuk menonjolkan elemen – elemen tertentu tanpa memecahkan pengalaman *immersive*, tidak seperti gaya *realism*.

Walaupun gaya visual ini mempunyai kemiripan dengan kartun, ini tidak selalu ditujukan kepada audiens yang muda. Contoh kasus ini adalah dalam *game* berjudul *Super Meat Boy* yang disajikan dalam bentuk visual *stylized*, tetapi dipadukan dengan elemen – elemen kekerasan yang kuat.





Gambar 2.9 Screenshot game " Super Meat Boy"

(Sumber: <https://i.ytimg.com/vi/OEcBTND0r7M/maxresdefault.jpg>)

### 3. *Realism*

Gaya visual realistis meniru obyek yang ada di realita semirip mungkin. Walaupun *graphical style* ini paling diminati, gaya visual ini sangat terbatas karena perancangannya yang sangat memakan waktu dan tenaga. Proses pembuatan gaya visual ini membutuhkan lebih banyak usaha dibanding *graphical style* yang lain.

## 2.7. Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi adalah suatu bahasa visual dan media untuk menyampaikan pesan dengan konteks yang spesifik kepada audiensnya. Ilustrasi mempunyai bobot obyektif yang diciptakan oleh ilustrator untuk memenuhi suatu fungsi. Sebuah buku anak, baik itu fiksi atau non-fiksi, memberi anak itu informasi dan membantu mengembangkan indera visual dan kecerdasannya. Ilustrasi mempunyai kemampuan untuk menjadi apapun tanpa batas karena ia tidak membutuhkan konteks yang literal untuk diciptakan.

### **2.7.1. Fungsi ilustrasi**

#### **1. *Documentation, reference and instruction***

Ilustrasi dapat menyampaikan pesan yang realis dan khusus dengan teknis *hyperrealism*. Contoh ilustrasi informatif adalah gambar anatomi tubuh manusia yang biasanya ditemukan dalam buku biologi. Ilustrasi dengan informasi spesifik memberi referensi, edukasi, penjelasan dan instruksi dalam berbagai yang tema dan subyek yang luas. Sifat bahasa visual ini adalah presisi dan terperinci Jenis ilustrasi yang dipakai adalah: literal, *pictorial representation*, sederhana atau gambar berurutan yang kompleks dan *diagrammatic solution*.

#### **2. *Commentary***

Ilustrasi juga dapat menyampaikan pesan atau kritik dari seorang individu terhadap sesuatu dalam bentuk visual yang kadang diberi kesan humor. Pesan yang dianut dalam ilustrasi tersebut mempengaruhi bentuk visualnya sendiri. Contohnya ilustrasi yang mengkritik tentang politik dan ilustrasi tentang obat serangga yang paling efektif untuk berkebudun.

#### **3. *Storytelling***

Ilustrasi juga sering dipakai untuk menggambarkan suatu naratif dari sebuah fiksi dalam bentuk visual. Jenis ilustrasi ini sangat lazim ditemukan dalam buku anak – anak, novel grafis, dan publikasi spesialis yang mempunyai kompilasi tema seperti fantasi atau mitologi. Dengan ilustrasi, naratif akan terasa lebih emosional dan penuh imajinasi sambil mempertahankan minat baca para pembacanya.

#### 4. *Persuasion*

Ilustrasi dapat memiliki pesan persuasi dalamnya yang mendorong pembaca untuk melakukan sesuatu atau menanam suatu kesan tentang suatu hal. Contohnya iklan minuman alkohol yang digambarkan sebagai satu kapal yang besar dengan satu kecil yang tidak bernama didepannya. Ini memberi kesan bahwa merek minuman ini jauh lebih bagus dan berkualitas dibanding merek lain. Kapal tersebut juga dapat dilihat sebagai segelas bir yang besar – yang menunjukkan bahwa merek ini adalah minuman alkohol.



Gambar 2.10 Iklan “John Smith’s Brewery”  
(Male, 2007)

## 5. *Identity*

Identitas dalam ilustrasi biasanya mengarah ke konteks *branding* dan korporat. Visual yang umumnya ditemukan dalam kategori ini adalah logo, *cover* atau iklan. Pesan yang disiratkan ke dalam ilustrasi ini adalah sifat subyek tersebut atau sebagai suatu identitas yang langsung dapat dicerna massa. Misalnya dalam produk perusahaan *Apple* yang dapat dikenal dengan hanya melihat logonya dan *cover* buku tentang Louis Armstrong yang dibawah yang memberi wawasan naratif tentang perayaan.



Gambar 2.11 Sampul Buku Tentang Louis Armstrong  
(Male, 2007)

## 6. *Visual metaphor*

*Visual metaphor* menurut Forceville (Disadur dari Allen, 2016) adalah ketika dua subyek yang memiliki keterkaitan disajikan dalam bentuk visual untuk menginterpretasikan sebuah kata – kata maupun kalimat ke dalam bentuk baru. Seperti definisinya, *visual metaphor* bisa disederhanakan ke dalam bentuk Subyek A adalah Subyek B, dimana Subyek A harus memiliki

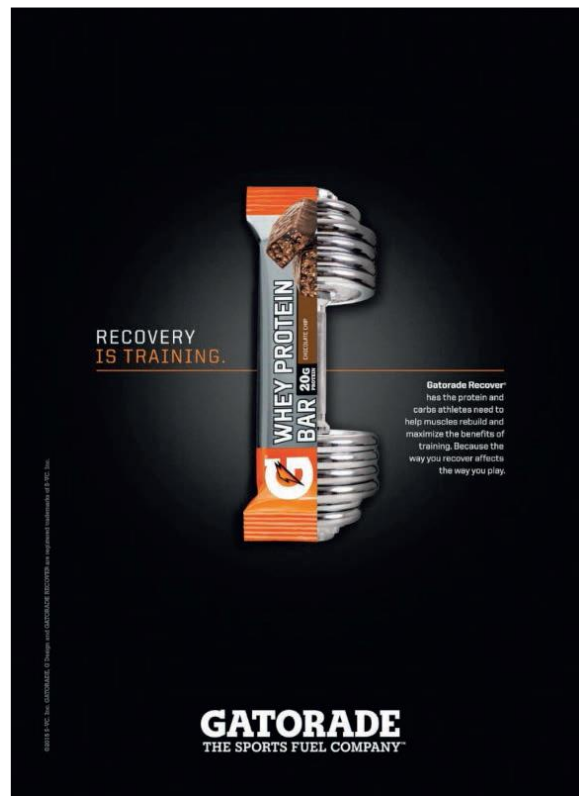
kualitas yang serupa dengan Subyek B. Kualitas disini maksudnya adalah arti, makna, atau interpretasi yang sama – sama dimiliki oleh kedua subjek. Lakoff dan Johnson (Disadur dari Allen, 2016) menambahkan bahwa visual metaphor juga bisa diartikan sebagai bentuk penyimpangan konsep ide dari Subyek A sebagai sumbernya ke Subyek B sebagai target, yang mana bisa disajikan dalam bentuk kalimat, gambar, atau kombinasi keduanya.

Forceville (Disadur dari Allen, 2016) menjelaskan bahwa penyimpangan arti disini selalu bersifat satu arah dimana seseorang dapat mendapat informasi baru mengenai Subyek A dengan melihat Subyek B. “Subyek” disini merupakan koleksi dari beberapa karakteristik pada suatu hal yang dapat dialihkan dari A ke B. Karenanya, meskipun bersifat peralihan, makna Subyek A adalah Subyek B bersifat satu arah, Subyek B dapat memiliki berbagai arti dan makna yang dapat menafsirkan Subjek A menjadi hal yang baru.

Glucksberg dan Keysar (Disadur dari Allen, 2016) menambahkan bahwa peralihan makna dari A ke B, dimana Subyek B harus bersifat konvensional dan umum, sedangkan Subyek A harus bersifat unik. Contohnya dalam kalimat “anjing adalah hewan” meskipun Subyek B yaitu hewan sudah bersifat umum, dan keseluruhan kalimat sudah memenuhi syarat *metaphor*, kalimat tersebut bukanlah *metaphor* karena Subyek B tidak menambahkan informasi baru mengenai Subyek A. Maka dari itu, Forceville mengatakan bahwa Subyek B harus membawa elemen unik yang sifatnya konvensional untuk menciptakan *metaphor*, contohnya adalah

kalimat “ide adalah emas”, yang memberikan informasi baru bahwa ide bersifat sangat berharga karena ditafsirkan sebagai emas. Sedangkan kalimat “ide adalah platinum” tidak bisa digunakan karena platinum bukan merupakan subyek yang sifatnya konvensional untuk menafsirkan sesuatu yang sifatnya berharga.

Gambar di bawah merupakan contoh *visual metaphor* sederhana yang menjelaskan A adalah B dimana pada ilustrasi di bawah Subyek A adalah *protein bar* dan B adalah barbel, maknanya adalah dengan mengonsumsi makanan tersebut maka seseorang dapat mendapatkan kekuatan fisik. Barbel sebagai Subyek B memiliki atribut yang sifatnya konvensional sebagai bentuk penafsiran sesuatu yang berhubungan dengan kekuatan, karenanya Subyek B dapat menambahkan informasi baru mengenai Subyek A, yaitu protein bar.



Gambar 2.12 Contoh *Visual Metaphor*  
(Allen, 2016)

### 2.7.2. Bentuk Visual Metaphor

Seperti contoh ilustrasi sebelumnya, *visual metaphor* memiliki berbagai bentuk dan formasi untuk mengalihkan makna Subyek A ke Subyek B, beberapa bentuk tersebut menurut Phillips dan McQuarrie (Disadur dari Allen, 2016) adalah:

1. *Textual Connection*, yaitu korelasi Subyek A dan Subyek B di dalam ilustrasi dikaitkan dalam bentuk teks dan gambar, dimana Subyek A direpresentasikan ke dalam bentuk visual dan Subyek B hanya ditafsirkan ke dalam bentuk tulisan atau logo, namun jika teks tersebut dihilangkan maka nilai *visual metaphor*-nya akan menghilang.

2. *Juxtaposition*, yaitu ketika dua Subyek A dan B berada pada satu gambar sebagai sebuah obyek visual yang berbeda, namun masih memiliki keterkaitan metaphorical, seperti contohnya pada ilustrasi *protein bar* sebelumnya.
3. *Fusion*, yaitu ketika Subyek A dan Subyek B digabung menjadi satu subyek baru dalam bentuk visual dimana keduanya saling berbagi karakteristik satu sama lain sehingga keduanya masih dapat diidentifikasi.
4. *Replacement*, yaitu ketika Subyek A dan Subyek B dapat disimpulkan kedalam bentuk representasi visual, namun hanya satu subyek saja yang terdapat pada gambar, dengan syarat bahwa subyek tersebut harus berada di dalam “habitat alami” subjek lawannya.

## **2.8. Psikologi Remaja**

Kakkad, Trivedi, Trivedi, & Raichandani (2014), membuat sebuah studi tentang seberapa lazimnya masalah – masalah psikososial, emosional dan perilaku, dan orientasi seksual dan penyalahgunaan narkoba pada remaja sekolah dan remaja yang berada di perguruan tinggi. Hasil studi ini mengungkapkan bahwa gangguan perilaku adalah gangguan psikiatris yang paling umum ditemukan diantara remaja.

Gangguan perilaku ini biasanya didampingi oleh kegelisahan dan depresi nantinya ketika dewasa. Perilaku antisosial yang ditemukan pada anak usia dini dapat menyebabkan pembentukan kelompok *delinquent* dan gangguan perilaku ketika remaja. Gangguan perilaku ini juga biasanya diasosiasikan dengan tindakan kriminal. Penyebab gangguan perilaku dapat diasosiasikan dengan meninggalkan sekolah lebih awal atau karena tidak memenuhi kualifikasi sekolah, kehamilan muda, pengangguran, perceraian atau pisahnya orang tua, penyalahgunaan



narkoba, atau gangguan psikiatri lainnya seperti depresi, *anxiety* dan perilaku *suicidal*. Studi ini menyimpulkan langkah – langkah yang dianjurkan untuk memperbaiki kesehatan psikologis remaja. Langkah – langkah itu berupa:

1. Remaja harus dilibatkan ketika membuat sebuah keputusan atau melakukan sebuah tindakan. Suara mereka penting dalam hal – hal seperti perencanaan, pemantauan, pelaksanaan dan evaluasi.
2. Langkah positif harus dilakukan untuk mengobati sebuah kecanduan dan lingkungan rumah harus dirundingkan dalam pertemuan orang tua dan guru di sekolah.
3. Untuk mencegah hal – hal yang membahayakan kesehatan contohnya merokok, alkohol, penggunaan narkoba dan seks bebas, kesadaran akan bahayanya hal – hal tersebut harus ditekankan dari dini dalam sekolah agar remaja tidak terjerumus dalam *peer pressure*.
4. Kurikulum sekolah harus melibatkan edukasi akan bahayanya seks bebas, penggunaan narkoba, kekerasan, obesitas, kehamilan remaja, dan infeksi HIV.

## **2.9. Self-esteem**

Emler (2001), mengatakan bahwa *self-esteem* adalah tentang beberapa hal sekaligus yaitu kesehatan psikologis, motivasi dan identitas diri. *Self-esteem* adalah aset yang berharga untuk seorang individu dan masyarakat sekitarnya. Mempunyai *self-esteem* yang tinggi akan menuai banyak manfaat. Orang yang mempunyai *self-esteem* yang tinggi akan lebih cenderung untuk mendapatkan edukasi yang lebih efektif, tidak menggunakan narkoba, tidak melakukan tindakan kriminal, tidak

melakukan tindakan seksual yang tidak aman, tidak melakukan tindakan kekerasan terhadap anak, pasangan ataupun kekerasan yang mengatasnama rasisme, tidak menjadi tergantung secara finansial terhadap negara dan menjadi pengangguran, tidak mengalami gangguan makan atau *eating disorder* dan tidak mengalami stress yang dapat menyebabkan depresi dan percobaan bunuh diri.

*Self-esteem* yang tinggi dapat dicapai dengan mendapatkan kesuksesan dan dipertahankan dengan menghindari kegagalan, tapi juga membuat tujuan yang relevan kepada aspirasi diri sendiri. Ketika seseorang mempunyai tujuan atau *goals* yang dia capai tapi tidak relevan kepada dirinya sendiri, *self-esteem* individu itu tidak akan meninggi karena apa yang dia capai tidak penting baginya.

Cara mengukur harga diri mendasar dari aset atau kualitas yang dilihat dari dalam seorang individu dari orang lain sekitarnya. Jenis aset dan kualitas yang dilihat orang akan tergantung apa yang individu itu lihat dari orang sekitarnya. Tapi karena jarang adanya sebuah standar yang objektif dan tepat agar kita dapat menilai diri, kita membandingkan diri dengan orang lain sebagai perbandingan sosial. Karena perlunya membandingkan diri dengan orang lain, penting untuk mencari orang yang ‘pantas’ untuk dicontohi.

Rosenberg (Disadur dari Emler, 2001, hal. 7-8) menciptakan skala yang sederhana untuk mengukur *self-esteem* yang menjadi salah satu cara banyak dipakai. Skala ini terdiri dari 10 kalimat tentang diri sendiri yang akan ditanyakan jika seorang individu setuju atau tidak setuju dengan kalimat tersebut. Skala ini dipakai secara global untuk mengukur *self-esteem* karena skala ini mengevaluasi diri sendiri secara umum dan pernyataannya yang tidak menyatakan seorang

individu lebih hebat dari orang lain karena setuju dengan pernyataan yang di skala ini.

- The Rosenberg Self-esteem Scale (RSE)
- 1 On the whole I am satisfied with myself.
  - 2 At times I think I am no good at all.
  - 3 I think that I have a number of good qualities.
  - 4 I am able to do things as well as most other people.
  - 5 I feel I do not have much to be proud of.
  - 6 I certainly feel useless at times.
  - 7 I feel that I am a person of worth, at least on an equal plane with others.
  - 8 I wish I could have more respect for myself.
  - 9 All in all, I am inclined to feel that I am a failure.
  - 10 I take a positive attitude towards myself.

Gambar 2.13 Rosenberg *Self-esteem Scale*  
(Emler, 2001)

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terhadap *self-esteem* seseorang. Emler (2001) mengelompokkan efek-efek faktor ini menjadi 3 kategori yang berbeda yaitu efek yang lemah atau tidak sama sekali, efek sedang dan efek substansial. Faktor-faktor dengan efek yang lemah tidak akan terlalu mempengaruhi *self-esteem* seorang individu. Faktor-faktor ini adalah ras, etnis, kelas sosial dan jenis kelamin.

Faktor dengan efek sedang terdiri dari kesuksesan dan kegagalan, *rejection* dan *acceptance*, dan penampilan fisik. Kesuksesan dan kegagalan seseorang akan menaikkan atau menurunkan *self-esteem* seseorang. Ketika seseorang mengalami kegagalan yang terus menerus, individu itu akan mengalami *self-esteem* rendah

yang kronis. Tetapi kesuksesan seseorang juga tidak menentukan *self-esteem* mereka. Orang yang mempunyai *self-esteem* yang tinggi akan mengabaikan hal negatif sekitarnya dan lebih optimis dalam mencoba melakukan sesuatu. Dimana orang yang mempunyai *low self-esteem* biasanya menolak untuk melihat hal positif sekitarnya. Mereka akan merasa segala kesuksesan yang mereka alami terjadi karena keberuntungan atau orang lain yang mengasihani mereka dan hanya kegagalan yang akan terus mereka ingat hingga merasa masa depan mereka tidak cerah. Orang-orang dengan *low self-esteem* dapat merasa frustrasi ketika hal-hal yang positif terjadi pada mereka, karena mereka merasa bahwa mereka tidak pantas untuk menerimanya.

Terkait dengan kesuksesan dan kegagalan, *acceptance* dan *rejection* juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *self-esteem* seseorang. Kedua faktor ini hampir serupa, tetapi *acceptance* dan *rejection* ditemukan ketika ada pihak ketiga yang menengahi, misalnya seorang *supervisor* yang memeriksa hasil kerja bawahannya, jika pekerjaannya telah dikerjakan dengan baik, akan diterima, tetapi jika tidak, hasil kerjanya akan ditolak.

Faktor terakhir dalam kategori ini adalah faktor penampilan fisik, terutama pada remaja. Menjadi muka yang tampan atau cantik dan mempunyai badan ideal adalah hal yang diidamkan oleh semuanya. Jika tidak sesuai dengan standar ini, akan menjadi berbeda dan tidak diidamkan. Tetapi kenyamanan seorang individu dengan penampilan fisiknya sebagian dipengaruhi oleh suatu proporsi yang obyektif yang biasanya lebih kultural daripada biologis. Proporsi obyektif yang kultural umumnya lebih ditemukan pada standar fisik wanita daripada wanita

diharapkan untuk mempunyai badan yang jauh lebih ramping daripada yang selazimnya secara biologis.

Faktor dengan efek yang cukup substansial adalah sikap figur orang tua yang membesarkan anaknya hingga dewasa dan faktor genetika. Sikap figure orang tua menjadi suatu hal yang krusial karena semua faktor yang telah dibahas akan dipraktekkan terhadap anak didiknya sehari-hari. Faktor-faktor ini terdiri dari *acceptance*, *approval* dan kasih sayang, ekspektasi dan standar, cara disiplin dan kebebasan berekspresi dalam keputusan keluarga.

Komunikasi antara anak dan orang tua juga menjadi salah satu elemen yang penting untuk mendirikan *self-esteem* anak tersebut. Anak yang mengalami kekerasan atau pelecehan dari orang tuanya akan mempunyai *self-esteem* yang sangat rendah, sama halnya jika anak itu mengalami *family breakdown* dimana kedua orang tuanya bertengkar hingga merusak rumah tangga mereka sendiri. Anak yang kekurangan perhatian dari orang tuanya juga dapat menghancurkan *self-esteem*.

## **2.10. Bahasa Inggris**

Penulis mengacu pada buku *The Oxford Companion to the English Language* oleh McArthur (1992) yang menyatakan bahwa bahasa inggris mempunyai *ambiguity* di mana satu kata atau frasa dapat mempunyai lebih dari satu definisi yang berbeda – beda. Teori yang dipakai adalah *lexical ambiguity*, kebanyakan kosa kata bersifat *polysemous*. Contohnya kata “*take*” dapat mempunyai arti yang sama dengan kata – kata seperti “*acquire*”, “*possess*”, “*regard*” atau “*accept*”. Selain itu, teori *literature ambiguity* dapat membuat pembaca menebak – nebak makna kalimat

karena struktur kalimat dirancang agar mengandung makna yang berbeda. Contohnya dalam kalimat “*foreigners are hunting dogs*”, kalimat ini dapat berarti para orang asing ini sedang memburu anjing, atau dapat mengimplikasikan bahwa para orang asing ini adalah anjing pemburu. *Literature ambiguity* dapat memberi makna yang lebih dalam dari sebuah kalimat dalam narasi. Dengan basis teori tersebut, cerita *gamebook* beserta dengan teka – teki dan instruksinya ditulis dalam bahasa Inggris.

### **2.11. Metodologi Perancangan**

Metodologi perancangan yang dipakai penulis untuk *gamebook* “Metamorphosis” akan menjelaskan secara rinci bagaimana proses penulis menciptakan *gamebook* dari awal sampai akhir. Metodologi perancangan yang akan dipakai penulis adalah teori *book design* oleh Haslam (2006) dan digabung dengan teori *user experience design* oleh Allanwood & Beare (2014). Metode perancangan terbagi menjadi tahap – tahap seperti berikut:

#### *1. Concept Brief*

Menurut Allanwood & Beare (2014, hal. 106), proses ini meringkas tentang proyek tersebut yang mencakupi ruang lingkup, tujuan proyek serta strategi pembuatannya.

#### *2. Bringing Together Multidisciplinary Design Team*

Proses ini menyiapkan tim untuk mengerjakan proyek sesuai dengan fungsi. Karena perancang *gamebook* ini dilakukan secara individu, tim yang perlu disiapkan hanya tim desain, tim *tester* dan tim *publisher*.

### 3. *Identification of User and their Needs*

Fase ini tertuju untuk menentukan *user* tepat untuk proyek serta menetapkan apa yang fungsi proyek kepada *user* dan media yang tepat untuk proyek. Ini dimana penulis melakukan riset terdalam tentang target penulis dan masalah yang diangkat.

### 4. *User Research*

Meneliti *user* dan media yang akan dirancang agar dapat berintegrasi dengan lancar secara fungsi dan manfaat dengan *user*. Disini penulis melakukan riset lebih tentang *user* dan media yang akan dirancang untuk mengangkat topik tersebut yaitu *gamebook*.

### 5. *Approaching the Design*

Menurut Haslam (2006, hal. 23), fase ini terbagi menjadi 4 tipe proses yaitu:

#### a. *Documentation*

Proses ini mencakup segala pencarian data untuk ditaruh dalam buku. Data – data ini dapat diambil dari segala media dan dapat berupa banyak bentuk seperti naskah, sebuah daftar, foto, peta, rekaman suara, ataupun video.

#### b. *Analysis*

Proses ini menganalisa data yang didapat untuk memberi konten sebuah struktur. Struktur ini akan membantu pembaca untuk mencerna konten yang disusun secara baik.

c. *Expression*

Proses ini memvisualisasikan desain dengan emosi yang ditujukan oleh penulis. Penonjolan visualisasi ini akan membantu pembaca merasakan emosi ketika membaca konten buku.

d. *Concept*

Proses ini memakai sebuah '*big idea*' sebagai pendekatan dalam desain. '*Big idea*' ini biasanya terdiri dari 2 atau 3 hal yang digabungkan agar menjadi fondasi perancangan.

6. *The Design Brief*

Sesuai dengan teori Haslam (2006, hal. 23), fase ini, penulis akan meringkas tentang segala hal yang diliputi dalam buku yang dirancang berdasarkan data yang sudah dikumpulkan pada langkah – langkah sebelumnya. Data – data tersebut adalah hasil wawancara psikolog dan studi referensi yang akan diterapkan ke dalam konten buku dalam bentuk cerita dan ilustrasi.

7. *Nature and Component Identification*

Pada fase ini, penulis akan memilah dan mengidentifikasi konsep serta visualisasi yang akan diterapkan pada media yang akan dirancang.

a. *Initial Design and Development*

Menurut Allanwood & Beare (2014, hal. 106), fase ini ditujukan untuk mengembangkan desain media atau *gamebook* atas dasar segala riset yang telah dilakukan. Dalam tahap ini, penulis akan merancang proyek dengan teori *Three Act Structure*, *Stages of Journey*, dan tokoh seperti bentuk dan warna.



#### 8. *Evaluation and Refinement*

Allanwood & Beare (2014, hal. 106) juga mengatakan untuk mengevaluasi dan menguji coba media yang telah didesain dan memperbaikinya. Disini adalah tahap dimana *prototype gamebook* diuji coba dalam beberapa instansi, salah satunya *prototype day*. Hasil uji coba yang berupa *feedback* dari pengguna akan dipakai untuk memperbaiki perancangan.

#### 9. *Further Evaluation*

Memperbaiki kembali media yang telah didesain berdasarkan dari *feedback* yang didapatkan dari langkah terakhir dan mempersiapkannya untuk dirilis.

#### 10. *Deployment*

Ketika segala revisi proyek dari fase – fase sebelumnya telah selesai, proyek dapat dirilis sebagai hasil jadi. Disini, media yang telah dirancang dapat diterbitkan sebagai buku.