

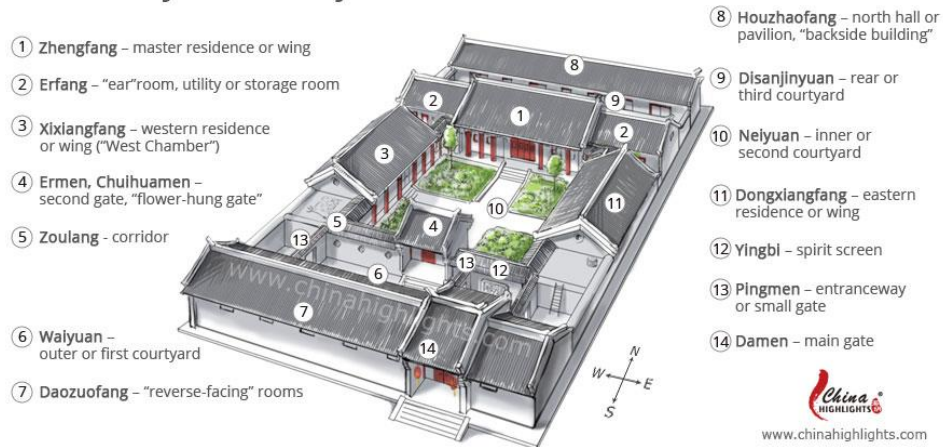
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Riwayat Hidup Tjong A Fie

Di ringkas dari buku *Memoirs of a Nonya* karya Queeny Chang (2016) Tjong A fie merupakan seorang pengembara asal Mei Hsien, Guandong yang memulai perjalanannya dengan mengembara ke pesisir timur Sumatera untuk mencari peruntungan. Nenek moyang Tjong A Fie merupakan generasi pelajar yang berjaya di masanya dan berhasil membangun sebuah rumah besar. Rumah besar ini kemudian ditempati oleh keluarga Tjong A Fie bersama keluarga paman-pamannya yang lain dengan pembagian ruangan: satu kepala keluarga menghuni satu atau dua ruangan. Satu-satunya ruangan yang dipakai bersama adalah Aula Nenek Moyang yang dipakai untuk merayakan Hari Raya Imlek atau kelahiran seorang anak lelaki. Rumah jenis ini biasanya disebut sebagai *Siheyuan*. Karena satu rumah dihuni oleh banyak keluarga sekaligus, maka konflik pun sering terjadi. Tjong A Fie muda yang dipercayai mereka sebagai pribadi yang bijak, cerdas dan adil, akan selalu dipanggil untuk menengahi pertikaian yang terjadi.

General Layout of Siheyuan



Gambar 2.1. Model rumah *Siheyuan*

(<https://images.chinahighlights.com/allpicture/2018/07/e75435773eb24cb8a7acc225.jpg>)

Tjong A Fie merupakan anak dari tujuh orang bersaudara. Keluarganya mengelola sebuah toko kelontong di Guangdong sebagai satu-satunya sumber penghidupan keluarga mereka. Tjong A Fie muda selalu membantu ayahnya bekerja di toko bersama kakaknya Tjong Yong Hian. Namun karena pendapatan yang dihasilkan selalu kurang, maka kakaknya Tjong A Fie pun memutuskan untuk pergi ke Hindia Belanda untuk mencari peruntungan. Tjong A Fie kemudian meneruskan usaha toko kelontong keluarga mereka sepeninggal ayahnya. Namun karena ia merasa tidak puas dengan pekerjaan tersebut, ia pun akhirnya meminta izin ibunya untuk merantau mengikuti kakaknya.

Tjong A Fie merantau ke kota pesisir timur Sumatera, Labuhan, pada tahun 1880 di usianya yang baru 18 tahun. Di Labuhan, Tjong A Fie bekerja di toko kelontong milik kenalan kakaknya. Tjong A Fie juga sempat menjalankan beberapa usaha untuk mencari penghidupan yang layak. Di Labuhan, ia banyak bertemu & bergaul dengan orang-orang dari beragam latar belakang.

Kemampuannya dalam menyelesaikan masalah secara adil dan bijaksana yang telah diasah sejak ia di Guangdong membuatnya disukai oleh banyak masyarakat. Ia sering dipanggil untuk memberikan keputusan saat terjadi konflik di perkebunan. Karena sikapnya yang terbuka, adil dan bijaksana; ia akhirnya di ajukan oleh masyarakat Labuhan kepada pemerintah Kolonial untuk diangkat menjadi Kepala Distrik Tionghoa di Kota Medan.



Gambar 2.2. Potret kuli perkebunan di era Tjong A Fie
(https://digitalcollections.universiteitleiden.nl/sites/default/files/styles/compound_object_nav/public/externals/272282c38361f0f99b1302cd2e969ccf.jpg?itok=Sw1BWMXo)

Di Medan, Tjong A Fie dan kakaknya, Tjong Yong Hian, bekerja sebagai perwakilan kelompok Tionghoa yang bertugas sebagai penengah bilamana terjadi konflik antar kuli perkebunan. Bersamaan dengan jabatannya, Tjong A Fie mulai membangun bisnis dan karirnya di Kota Medan. Tjong A fie juga pernah diangkat

menjadi salah satu dewan budaya dikota Medan. Ia juga merupakan orang yang memperjuangkan hak kemanusiaan bagi para kuli perkebunan. Perlu diketahui, pada saat itu pemerintah Hindia Belanda memberlakukan hukum yang membuat pihak perkebunan bebas memperlakukan para kuli dengan semena-mena. Para kuli dipaksa untuk bekerja keras dengan bayaran yang rendah. Dengan pemberlakuan *Penal Sanction*, pemilik. Pihak perkebunan di beri otoritas penuh untuk menghakimi kuli yang mereka anggap tidak patuh, malas atau mencoba melarikan diri (Minasny, 2020). Para kuli tinggal di rumah yang mirip dengan kandang kambing dan dapa Pada masa ini banyak kuli yang meninggal karena di cambuk atau digantung hingga kehabisan nafas (Minasny, 2020).



Gambar 2.3. Potret Tjong A Fie dan keturunannya
(https://digitalcollections.universiteitleiden.nl/view/item/909608?solr_nav%5Bid%5D=7e3a3a367c31cc3b2b40&solr_nav%5Bpage%5D=7709&solr_nav%5Boffset%5D=14)

Tjong A Fie merupakan sosok yang terbuka terhadap segala hal, namun tetap berpegang teguh terhadap prinsip-prinsip yang ia miliki. Sikap terbukanya telah ia praktikkan saat sebelum ia menginjakkan kaki di Labuhan. Ia senang bercengkrama dengan orang-orang dari beragam latar belakang. Ia juga membantu sesama tanpa membeda-bedakan latar belakangnya. Tjong A Fie merupakan sosok yang memiliki komitmen dan mengabdikan penuh pada pekerjaannya. Tjong A Fie merupakan pribadi dengan sikap adil, rasional serta memiliki loyalitas yang tinggi dalam hubungan pertemanan, persaudaraan dan kekeluargaan. Kualitas-kualitas baik dalam dirinya, membuat ia sangat dihormati oleh hampir seluruh lapisan masyarakat Kota Medan hingga saat ini. Masyarakat di luar Indonesia seperti Singapura dan Malaysia juga menghormati sosoknya.

Tjong A Fie menjalin hubungan pertemanan tanpa membeda-bedakan latar belakang seseorang. Melalui sikap terbukanya ini, Tjong A Fie pun memperoleh sahabat baik, Mr. Dolf Kamerlingh Onnes. Keduanya menjalin hubungan baik bertahun-tahun lamanya hingga maut memisahkan mereka. Dolf Kamerlingh Onnes bertemu dengan Tjong A Fie pada saat ia berada di salah satu titik terendah dalam hidupnya, dengan baju dan sepatu yang robek tanpa seorangpun berada di sisinya. Tjong A Fie dengan rasa penasarannya mengajak bicara dan mendengarkan cerita Onnes sebelum memutuskan untuk memperkerjakan Onnes sebagai pegawai dan konsultan bisnisnya. Queeny dalam buku memoirs-nya yang berjudul *Memories of a Nonya* mengatakan bahwa Onnes merupakan teman hidup Tjong A Fie yang mana turut berperan penting dalam kesuksesan Tjong A Fie.

Pada umumnya, Tjong A Fie sering melakukan kegiatan sosial bersama kakaknya, Tjong Yong Hian. Mereka bersama-sama mendirikan Yayasan Tjie On Djie Jan. Yayasan ini didirikan untuk membantu memajukan kesejahteraan masyarakat Kota Medan. Beberapa kegiatan sosial yang dilakukan oleh Yayasan ini adalah mendirikan rumah sakit yang memberikan jasa pengobatan gratis bagi lansia dan masyarakat kurang mampu, mendonasikan peti mati bagi keluarga yang membutuhkan, dan pada perayaan tahun baru memberikan baju baru bagi masyarakat yang membutuhkan. Kontribusi untuk memajukan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat dilakukan dengan membangun tempat ibadah seperti Masjid Raya Al-Mashum, Masjid Gang bengkok, Kuil Buddha Brayan, dan Kuil Hindu. Ketika kakaknya meninggal, ia membangun Jembatan Kebajikan di jalan Zainul Arifin untuk mengenang kakaknya.



Gambar 2.4. Prosesi pemakaman Tjong A Fie
(<https://collectie.wereldculturen.nl/#/query/e7c9653a-b2ee-4047-b9af-8e96227aa3cd>)

Tjong A Fie meninggal pada tanggal 4 Februari 1921 karena pendarahan otak (*aploplexy*). Sebelum meninggal, ia mewasiatkan pendirian Yayasan Toen Moek Tong yang ditujukan untuk membantu pendidikan anak-anak kurang mampu. Sebagian besar hartanya pun ia donasikan untuk Yayasan Toen Moek Tong sebelum sisanya dibagikan ke keluarganya. Hari kematiannya di hadiri oleh pelayat dari seluruh bagian Indonesia, Singapura dan Malaysia. Kepala biara dan dua belas biksu dari kelenteng Kek Lok Si, Penang juga datang untuk mendoakan kepergiannya. Patung Tjong A Fie dan kakaknya juga di bangun di kelenteng Kek Lok Si untuk mengenang dan menghargai jasa-jasa yang telah mereka lakukan.

2.2. Teori Desain Interaksi

2.2.1. Pengertian Desain Interaksi

Sharp, Preece dan Rogers (2019) berpendapat bahwa di kehidupan sehari-hari terdapat banyak produk interaktif akan tetapi, beberapa produk tersebut dirancang tanpa memperhatikan pengguna dan tak jarang produk tersebut menghasilkan *bad user experience* berupa perasaan frustrasi dan kesal (hlm. 2). Fokus utama desain interaksi adalah merancang produk interaktif yang dapat digunakan dengan mudah, efektif dan meninggalkan pengalaman menyenangkan bagi pengguna. Desain interaksi bertujuan untuk memudahkan pekerjaan pengguna. Beberapa hal harus dipertimbangkan ketika akan merancang produk interaktif diantaranya:

1. Siapa bakal pengguna produk tersebut, bagaimana mereka akan menggunakan produk tersebut dan dimana produk tersebut akan digunakan?
2. Aktivitas seperti apa saja akan dilakukan ketika pengguna berinteraksi suatu produk. Apa yang mampu dan tidak mampu mereka lakukan ketika sedang

berinteraksi dengan suatu produk dan hal apa yang dapat membantu mereka mendapatkan hal yang mereka inginkan?

3. Hal apa saja yang dapat menghasilkan *user experience* yang berkualitas?
(Sharp dkk., 2019. hlm 2, 7-9)

2.2.2. Jenis Interaksi

Menurut Sharp dkk. (2019) terdapat empat jenis interaksi yang dapat dilakukan dengan produk digital yaitu,

1. *Instructing* dimana pengguna memberikan perintah kepada sistem untuk melakukan sesuatu. Instruksi dapat dilakukan misalnya dengan memilih salah satu pilihan dari menu *toolbox/ toolbar*, layar *multitouch*, menekan tombol dll.
2. *Conversing* merupakan percakapan yang terjadi antar pengguna dan sistem. Misalnya pengguna berbicara melalui *speak aloud commands* kemudian sistem (produk) merespon melalui teks atau *speaker* produk.
3. *Manipulating* merupakan jenis interaksi yang dilakukan pengguna dengan *objek digital* sama dengan interaksi yang akan dilakukan pengguna bila *objek digital* tersebut berada di dunia nyata. Contohnya dalam *interface game* terdapat objek digital berupa gagang pintu, secara naluri pengguna akan tahu bahwa gagang pintu tersebut dapat ditarik ke bawah agar dapat dibuka atau ditutup.
4. *Exploring* merupakan jenis interaksi dimana pengguna dapat menjelajahi dan berinteraksi dengan dunia disekitar baik dalam game maupun di dunia nyata. Contoh sederhananya seperti interaksi yang dilakukan dalam permainan *The Sims*.

5. *Responding* merupakan jenis interaksi yang terjadi dimana sistem produk digital berinisiatif melakukan interaksi kepada user terlebih dahulu. Misalnya fitur *google photos* yang menunjukkan foto beberapa tahun dalam bentuk kolase, GIF, atau melakukan pengeditan video pengguna yang dapat dipilih dan disimpan oleh pengguna.

2.3. *User Experience*

2.3.1. *Pengertian User Experience*

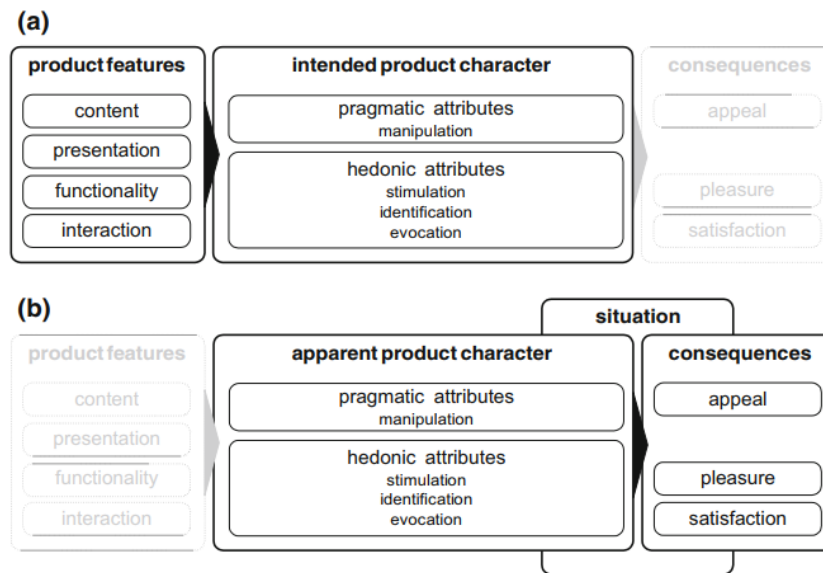
Don Norman (seperti dikutip Sharp dkk., 2019) menekankan bahwa produk yang dirancang tidak boleh hanya berpusat pada kegunaan suatu produk serta kemudahan untuk dimengerti dan digunakan akan tetapi, produk tersebut juga harus dirancang untuk dapat membangkitkan perasaan bahagia, perasaan senang dan menyenangkan, serta menambah keindahan dalam kehidupan penggunanya (hlm. 14). Dengan demikian, *user experience* memiliki pengertian sebagai kumpulan perasaan yang dirasakan oleh pengguna ketika melihat, memegang, dan menggunakan suatu produk. (Sharp dkk., 2019. Hlm 13).

| Construct | Item | Anchor 1 | Anchor 2 |
|-----------|------|----------------|------------------|
| Pragmatic | 1 | comprehensible | incomprehensible |
| | 2 | supporting | obstructing |
| | 3 | simple | complex |
| | 4 | predictable | unpredictable |
| | 5 | clear | confusing |
| | 6 | trustworthy | shady |
| | 7 | controllable | uncontrollable |
| | 8 | familiar | strange |
| Hedonic | 1 | interesting | boring |
| | 2 | costly | cheap |
| | 3 | exciting | dull |
| | 4 | exclusive | standard |
| | 5 | impressive | nondescript |
| | 6 | original | ordinary |
| | 7 | innovative | conservative |

Gambar 2.5. *Pragmatic & Hedonic Usability*
(<https://measuringu.com/pragmatic-hedonic/>)

Hassenzahl (2008) membagi *usability* dari *user experience* menjadi dua yakni, *pragmatic usability* dan *hedonic usability*. *Pragmatic usability* berkaitan dengan kemampuan produk dalam membantu pengguna mencapai tujuannya misalnya pengguna dapat mencari buku yang di inginkan dalam toko buku online atau berhasil melakukan pesanan taksi online. *Hedonic usability* tidak berhubungan dengan kinerja produk namun lebih ke perasaan pengguna yang timbul saat menggunakan produk terkait misalnya, pengguna merasa senang, nyaman atau tertarik saat menggunakan produk tersebut. Lebih jauh, Hassenzahl (2018) menempatkan elemen-elemen yang berperan dalam terbentuknya *user experience* kedalam sebuah bagan yang dikenal sebagai *A model of User Experience*. Bagan tersebut menampilkan bagaimana fitur sebuah produk akan membangun karakter produk melalui pembagian aspek pragmatis dan hedonis.

Dominasi dari aspek pragmatis dan hedonis akan menentukan penilaian akhir pengguna terhadap produk.



Gambar 2.6. *A Model of User Experience Design* (Hassenzahl, 2018)

Lebih jauh, Lewis & Sauro (2020) dalam tulisan yang berjudul *What's the Difference Between Pragmatic and Hedonic Usability* kemudian memberikan penjelasan tolak-ukur *appealingness* (menarik-tidak menarik) suatu produk. *Appealingness* dapat dikatakan sebagai *final thought* pengguna setelah berinteraksi dengan sebuah produk. *Appealingness* dipengaruhi oleh level penggunaan *pragmatic & hedonic usability* dalam produk. Dengan kata lain, seorang designer dapat mengendalikan emosi pengguna dengan baik apabila ia menguasai teknik penggunaan *pragmatic & hedonic usability*.

| | | | |
|--------|---|-------------|---------------|
| APPEAL | 1 | pleasant | unpleasant |
| | 2 | good | bad |
| | 3 | aesthetic | unaesthetic |
| | 4 | inviting | rejecting |
| | 5 | attractive | unattractive |
| | 6 | sympathetic | unsympathetic |
| | 7 | motivating | discouraging |
| | 8 | desirable | undesirable |

Gambar 2.7. *Appealingness*
(<https://measuringu.com/pragmatic-hedonic/>)

2.4. *User Interface*

User Interface pada umumnya mengacu ke sebuah proses perancangan tampilan antarmuka gawai pintar dengan mempertimbangkan kemudahan dan kenyamanan pengguna tanpa mengesampingkan estetika yang menarik (interaction-design.org diakses pada 27 September 2020 pukul 23:33). Desain interaktif berbasis teknologi, terutama yang berhubungan dengan tampilan antarmuka melalui layar akan memerlukan prinsip visual dalam proses penataan elemen visualnya. Mullet dan Sano dalam Cooper (2014) mengatakan bahwa *visual interface* suatu produk harus dirancang dengan memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

1. Mampu merepresentasikan citra suatu merek/ produk
2. Ciptakan hirarki visual yang mampu menuntun arah pandang atau baca pengguna.
3. Mengelompokkan hirarki visual dalam suatu layar berdasarkan kegunaannya menggunakan *grid system*, memperhatikan estetika *layout* informasi untuk

menciptakan kenyamanan saat pengguna berinteraksi dengan layar (atau sistem).

4. Beritahu pengguna mengenai hal apa saja yang dapat dilakukan ketika sedang berada di sebuah layar aktif melalui penggunaan ikon yang sederhana dan mudah dipahami.
5. Tampilan antarmuka mampu memberikan respon/ *feedback* setelah pengguna selesai memberikan perintah/ melakukan interaksi.
6. Tarik perhatian pengguna ke suatu informasi penting yang harus di ketahui pengguna. Contoh prinsip ini dapat dilihat pada fitur notifikasi di atas layar ponsel dan *tutorial game* pada awal permainan. (Hlm 411-422)

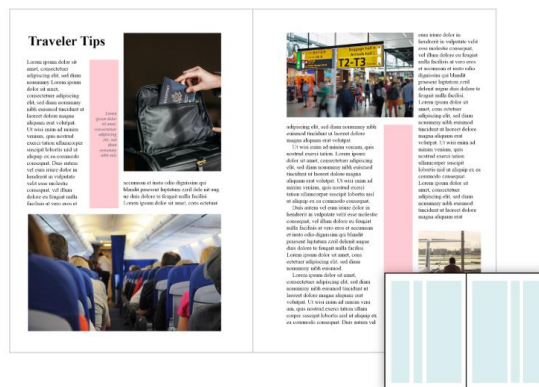
2.5. Elemen Desain

2.5.1. Grid

Grid merupakan salah satu alat yang ditujukan agar perancang mampu menempatkan objek-objek desain dengan baik, menjadikan informasi yang hendak disampaikan tampak lebih kredibel melalui penataan letak yang rapi dan jelas. *Grid* dapat dibedakan menjadi *Symmetrical Grid* dan *Asymmetrical Grid*. *Symmetrical grid* adalah *grid* yang memiliki ukuran, baik margin, baris ataupun kolom yang sama besar dalam 1 halaman. *Asymmetrical grid* adalah *grid* yang memiliki ukuran, baik *margin*, baris ataupun kolom yang tidak sama besar dalam 1 halaman. (Ambrose & Harris, 2005, hlm. 28 & 42). Graver & Jura (2012, hlm. 28-48) membagi *grid* menjadi beberapa jenis yakni:

1. Multicolumn Grids

Multicolumn grids dapat terdiri dari dari kolom dengan lebar yang berbeda. Penggunaan *multicolumn grids* dapat dijumpai dalam majalah ataupun koran yang terdiri dari banyak variasi konten yang perlu disusun agar informasi dapat dibaca dengan nyaman.



Gambar 2.8. *Multicolumn Grid*

(<https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Column-Grid-magazine-04.png>)

2. *Modular Grids*

Modular grids hampir sama dengan *multicolumn grid*, hanya saja memiliki tambahan baris untuk menciptakan kotak-kotak yang dapat dipakai untuk mengorganisir konten berdasarkan ukuran dan tingkat kepentingan yang berbeda-beda. *Modular grids* memberi kebebasan bagi desainer untuk mengkreasi *spatial zone* yang hendak digunakan dan dapat memberi kesan rapi dan konsisten bagi keseluruhan buku.



Gambar 2.9. *Modular Grid*
 (https://i.pinimg.com/originals/e7/ef/fb/e7effbc2f0fac25e5b6c4ba70c1c48bc.png)

3. Hierarchical Grids

Hierarchical grids pakai dengan tujuan untuk membantu meletakkan konten sesuai dengan urutan kepentingannya dan sering dipakai untuk *layouting website*, poster dan desain kemasan.



Gambar 2.10. *Hierarchical Grids*
 (https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/layout-design-grids-Hierarchical-Grids-925x1024.jpg)

4. Baseline Grids

Baseline grids terdiri dari rangkaian baris yang jarak tingginya disesuaikan dengan ukuran huruf yang akan digunakan dengan tujuan agar ukuran antar tulisan konsisten.



Gambar 2.11. Baseline Grid

(<https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Baseline-Grid-2-944x1024.png>)

5. Compound Grids

Campuran dari beberapa jenis *grid*. *Grid* ini memungkinkan desainer untuk merancang *grid* yang berbeda untuk gambar dan teks.



Gambar 2.12. *Compound Grid*
 (Best Practices for graphic Designers: Grids and Page layouts/Graver & Jura/2012)

2.5.2. Tipografi

Nielsen dalam artikelnya yang berjudul *Legibility, Readability, and Comprehension: Making Users Read Your Words* (www.nngroup.com diakses pada 22 September 2020 pukul 09.00) mengatakan bahwa tulisan berperan dalam memberi suara bagi suatu web/ aplikasi. Nielsen berpendapat bahwa *tone of voice* serta konten yang bagus merupakan media komunikasi antara pemberi pesan dengan penerima pesan di web/ aplikasi. Media komunikasi dalam web/ aplikasi tidak dapat berfungsi dengan semestinya apabila pengguna/ *user* tidak dapat membaca teks yang ada. Lupton (2014) membagi teks dalam layar menjadi 2 kategori, yakni *body copy* (isi tulisan, setelah *heading*) dan *Heads* (judul bacaan/ kepala *body text*) Berikut ini merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan ketika menggunakan teks dalam web/ aplikasi:

1. Legibility

Antar huruf dan kata harus dapat dikenali dengan baik oleh pembaca

2. Readability

Teks harus dapat dibaca dengan nyaman oleh pembaca

3. *Flexibility*

typefaces yang dipilih sebisa mungkin berfungsi dalam ukuran dan *weights* yang berbeda (Ellen, 2014. Hlm 20).

2.5.3. Warna

Warna menurut Ibrahim, Sahari, Wook (2013) merupakan elemen yang berperan penting dalam memberikan pesan yang diinginkan kepada audience Sato dan Mitsukura dalam Ibrahim dkk. (2013) menyatakan bahwa terdapat beberapa kata yang dapat mewakili kesan terhadap warna beberapa diantaranya seperti *romantic*, *elegant*, *casual*, *fresh* dll.

| |
|---|
| Romantic / Elegant / Nature / Beautiful / Clear |
| Casual / Fresh / Sporty / Dynamic / Avant-garde |
| Beautiful / Ethnic / Wild |
| Modern / Noble / Stylish / Cold / Official / Good |
| Classic / Plain / Pessimists |

Gambar 2.13. *Color Impression Word*
(*Colour Impressions Framework/Ibrahim dkk. /2013*)

Beberapa istilah yang perlu diketahui ketika menggunakan warna meliputi:

1. *Hue* merupakan sebutan lain dari warna. Biasanya digunakan sebuah warna dengan pendekatan warna yang berbeda misalnya, merah tua, merah ungu, hijau kuning atau hijau biru.



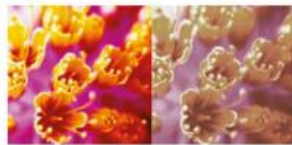
Gambar 2.14. *Hue*
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

2. *Purity* digunakan untuk merujuk ke warna yang memiliki sedikit campuran dengan warna lain dan memiliki warna aslinya yang umumnya berwarna cerah/ nyala. Missal kuning dicampur dengan mangenta atau warna lain.



Gambar 2.15. *Purity*
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

3. Saturation merujuk ke tingkat *purity* warna dari *purity* 100% ke warna abu-abu 0% (dari *vibrant* ke *dull color*)



Gambar 2.16. *Saturation*
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

4. *Shade or Tone* digunakan apabila ingin mencampur sebuah warna dengan warna abu. Jumlah warna abu yang dicampur dapat mempengaruhi kesan lembut atau kuat suatu warna.



Gambar 2.17. *Shade/ Tone*
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

5. *Tint* mencampurkan warna putih ke suatu warna untuk mengurangi kesan terang (*vibrant*) warna. Biasanya digunakan untuk menghasilkan warna pastel atau warna yang lembut.



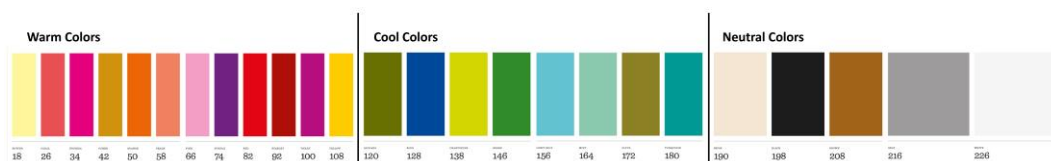
Gambar 2.18. *Tint*
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

6. *Value or Lightness* adalah istilah yang digunakan untuk meujuk ke persentase value yang digunakan pada sebuah warna. Misalnya warna yang memiliki *value* 100% akan tampak lebih terang dibanding warna dengan *value* 50% (Adams, 2017. Hlm. 12-15).



Gambar 2.19. *Value/ Lightness*
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

Tiga kategori warna adalah *Warm Colors*, *Cool Colors* dan *Neutral Colors* (Adam, 2017. Hlm. 16-188)



Gambar 2.20. Perbandingan warna hangat, dingin dan netral
(*The Designer Dictionary of Color/Adams /2017*)

2.6. *Character Design*

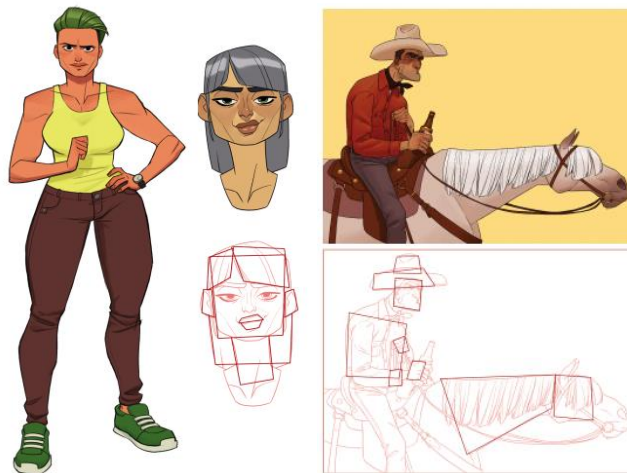
Bishop (2020) dalam tulisannya yang berjudul *Shape language* menerangkan bahwa terdapat tiga bentuk dasar yang digunakan untuk membangun penokohan karakter. Tiga bentuk dasar tersebut dapat pula dikombinasikan untuk membentuk karakter dengan kebribadian/ penokohan yang unik/ kompleks. Berikut ini merupakan penjelasan ketiga bentuk dasar tersebut:

1. **Lingkar:** merepresentasikan sifat optimis dan feminim. Banyak digunakan untuk menggambarkan tokoh/ objek yang tidak berbahaya, lemah-lembut, dan keamanan karena bentuknya yang seakan-akan terlihat ‘melindungi’. Bentuk ini dapat diolah untuk menggambarkan kekosongan (misalnya dalam mata karakter), kesepian, dan sesuatu yang berhubungan dengan magis.



Gambar 2.21. Bentuk bulat dalam karakter
(*The Character Designer*/Randy Bishop /2020)

2. **Kotak:** mewakili segala sesuatu yang bersifat kuat dan maskulin. Menciptakan perasaan stabil, kuat, dan dapat diandalkan. Misal sering ditemukan dalam penggambaran karakter pria atau wanita atletis. Bentuk ini dapat pula digunakan untuk menggambarkan kebosanan, kemurungan, dan kebodohan.



Gambar 2.22. Implementasi bentuk kotak dalam karakter
(*The Character Designer/Randy Bishop /2020*)

3. Segitiga: Bentuk ini paing sering digunakan untuk menggambarkan tokoh atau benda yang berbahaya, jahat dan labil. (Bishop, 2020, hlm. 1-7)



Gambar 2.23. Implementasi bentuk segitiga dalam karakter
(*The Character Designer/Randy Bishop /2020*)

2.7. *Mobile Application*

Mobile application merupakan sebuah aplikasi dalam gawai pintar (ponsel pintar, tablet, *smartwatch* dll.) yang memiliki tugas menjalankan perintah yang diberikan pengguna (Islam, 2010). Berbeda dengan *Mobile web* yang informasinya hanya dapat diakses melalui aplikasi browser serta memerlukan konektivitas internet, *mobile app* harus diunduh melalui Playstore atau App Store terlebih dahulu

kemudian dapat digunakan secara offline ataupun online (reactmedia.com diakses pada 28 September 2020 pukul 22:41). Berdasarkan perkembangannya *Mobile application* dapat dibagi menjadi tiga jenis yakni, Aplikasi Web, Aplikasi Hybrid dan Aplikasi Native.

1. Aplikasi Web merupakan aplikasi yg dibuat menggunakan HTML, CSS dan Java Script. Aplikasi web dapat digunakan oleh rata-rata ponsel pintar, karena dapat diakses melalui aplikasi browser dan hanya memakan sedikit memori ponsel.
2. Aplikasi Native merupakan aplikasi yang perlu diunduh terlebih dahulu agar dapat digunakan. Aplikasi native biasanya dirancang untuk salah satu *operating sistem* saja karena setiap *operating sistem* memiliki bahasa pemrograman yang berbeda-beda. Misalnya aplikasi untuk iOS menggunakan bahasa pemrograman Swift atau objective-c, Android menggunakan bahasa Java dan Windows menggunakan bahasa C#. walaupun memiliki kinerja yang lebih optimal dibanding aplikasi web, biaya pengembangan aplikasi native cenderung mahal.
3. Aplikasi Hybrid merupakan penggabungan dari aplikasi web dan native. Bahasa yang digunakan adalah HTML, CSS dan Java Script. Memiliki keuntungan karena dapat diakses melalui web dan dapat pula diunduh melalui platform Google Play atau App Store selain itu, biaya pengembangan aplikasi hybrid juga lebih murah dan waktu pengembangannya relative cepat (Yusuf, n.d.).