



### **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 Desain

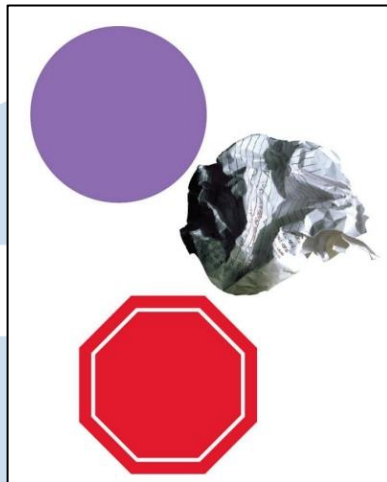
Desain grafis adalah suatu bentuk penyampaian pesan atau informasi pada target audiens secara visual dengan mengandalkan proses kreasi dan organisasi dari elemen visual (Landa, 2014). Menurut Lauer dan Pentak (2016), mendesain memiliki arti merencanakan atau terjadi dengan disengaja. Desain adalah suatu cara pemecahan masalah dengan cara kreatif karena banyaknya variasi, interpretasi individu, dan metode pengaplikasian yang dapat dilakukan (Lauer & Pentak, 2016).

##### 2.1.1 Elemen Desain

Desain memiliki elemen-elemen utama yang menjadi fondasi dari perancangan desain. Setiap elemen desain memiliki karakteristik masing-masing dan dapat dimanfaatkan untuk penyampaian pesan dan ekspresi dalam suatu karya.

##### 2.1.1.1 Titik

Titik adalah elemen dasar dan utama dalam sebuah desain yang biasanya berbentuk suatu lingkaran merupakan unit terkecil dari sebuah garis (Landa, 2014, p. 19). Dalam suatu desain digital, titik biasanya dikenal sebagai sebuah *pixel* dan berbentuk persegi. Dalam ranah digital, seluruh elemen desain terbentuk atas susunan *pixel*. Menurut Samara (2020), titik adalah suatu bentuk atau massa dengan pusat yang dapat diidentifikasi terlepas dari bentuk dan besarnya. Suatu titik dengan ukuran yang besar akan disebut/diidentifikasi sebagai suatu bidang namun esensi dasarnya sebagai titik tidak hilang.



Gambar 2.1 Titik dalam Berbagai Bentuk  
Sumber: Samara (2014)

### 2.1.1.2 Garis

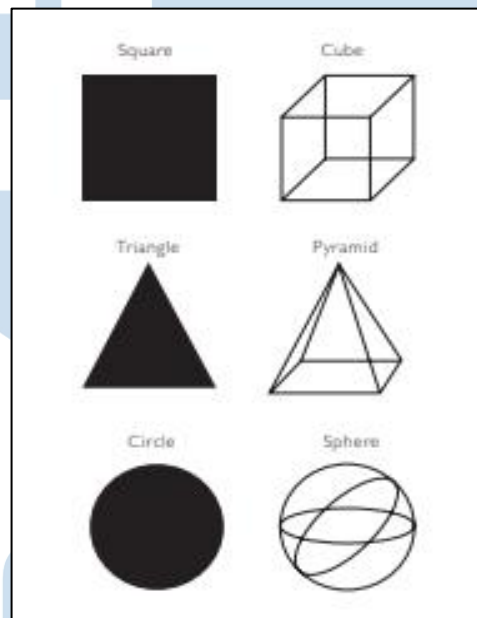
Garis adalah suatu titik yang memanjang yang dianggap sebagai suatu jalur pergerakan serta merupakan tanda yang dapat dibuat dengan berbagai alat visualisasi pada suatu permukaan. Sedangkan menurut Lauer dan Pentak (2016, p. 128) garis adalah suatu titik yang tidak memiliki dimensi kemudian diatur dalam sebuah gerakan. Salah satu ciri yang utama adalah panjangnya melebihi lebar dari garis tersebut.



Gambar 2.2 Garis dalam Ilustrasi  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

### 2.1.1.3 Bentuk

Bentuk adalah suatu garis besar umum dari sesuatu atau area yang digambarkan melalui garis, warna, nada, atau tekstur pada suatu permukaan dua dimensi (Landa, 2014, p. 20). Menurut Lauer & Pentak (2016), bentuk adalah suatu area yang terbentuk baik oleh garis atau perubahan warna maupun *value* yang mendefinisikan tepi luar bentuk tersebut. Landa (2014, p. 21) menyatakan bahwa semua bentuk adalah turunan atas tiga bentuk dasar yang merupakan lingkaran, persegi, dan segitiga.



Gambar 2.3 Bentuk dan Wujud Dasar  
Sumber: Landa (2014)

Terdapat beberapa bentuk turunan yang dikelompokkan menjadi beberapa kategori jenis bentuk. Jenis-jenis bentuk berdasarkan Landa (2014, p. 21) adalah antara lain :

#### 1) Geometris

Bentuk geometris adalah bentuk yang memiliki tepi lurus/tegak, sudut terukur, atau kurva yang presisi. Bentuk ini memiliki karakteristik kaku.

2) *Curvilinear*, Organik, atau Biomorfik

Bentuk *curvilinear*, organik atau biomorfik adalah bentuk yang didominasi kurva dan tepi yang mengalir/tidak kaku sehingga terkesan natural.

3) *Rectilinear*

Bentuk *rectilinear* adalah bentuk yang terdiri atas garis lurus/tegak dan sudut.

4) *Irregular*

Bentuk *irregular* adalah bentuk tidak beraturan yang terbentuk atas kombinasi garis lurus dan melengkung.

5) *Accidental*

Bentuk *accidental* atau tidak disengaja adalah bentuk yang muncul akibat suatu proses bahan tertentu atau kecelakaan seperti tumpahan tinta pada kertas.

6) *Non-obejctive/Non-representational*

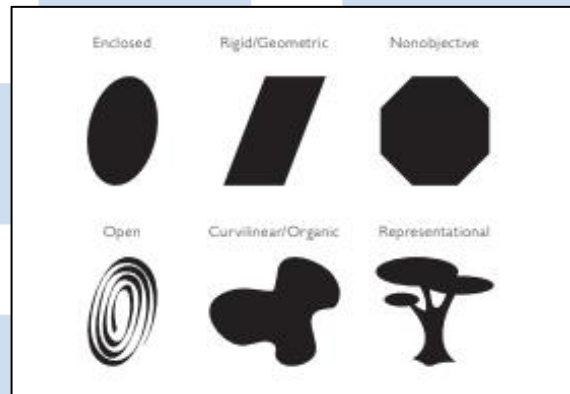
Bentuk non-objektif atau non-represintatif adalah bentuk baru yang murni diciptakan serta tidak berasal/berkorelasi dengan visual apapun, juga tidak berhubungan dengan objek alam. Bentuk ini tidak dapat merepresentasikan seseorang, tempat, maupun benda.

7) Abstrak

Bentuk abstrak adalah bentuk yang mengalami penataan ulang, perubahan, maupun distorsi baik sederhana maupun kompleks dari representasi awal/natural dengan tujuan komunikasi atau perbedaan gaya.

## 8) *Representational*

Bentuk *representational* atau *figurative* adalah bentuk kiasan yang dapat diidentifikasi dan merepresentasikan bentuk nyata yang terlihat di alam.

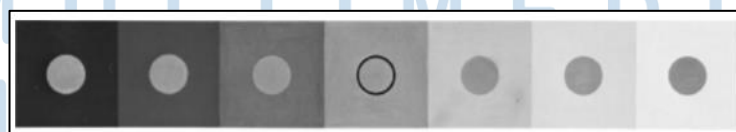


Gambar 2.4 Jenis Bentuk  
Sumber: Landa (2014)

Pada bentuk terdapat yang disebut ruang positif dan negatif. Kedua hal ini adalah hubungan antara bentuk yang menjadi dasar persepsi visual pada permukaan dua dimensi. Ruang tersebut digunakan untuk memisahkan elemen grafis yang terdapat biasanya berupa *figure* dan *ground* (latar belakang) dari suatu permukaan. Jika disusun sedemikian rupa, hal tersebut dapat membentuk ilusi optik.

### 2.1.1.4 *Value*

*Value* adalah istilah seni untuk terang dan gelap yang hubungan dari keduanya membentuk persepsi *figure* dan *ground* (Lauer & Pentak, 2016). Istilah kontras terbentuk atas hubungan dari area terang dan gelap dalam suatu area. Persepsi visual mata manusia dapat terpengaruhi oleh nilai *value* sekitar sehingga dalam keadaan tertentu kita dapat melihat suatu barang lebih gelap atau lebih terang dari yang sebenarnya. *Value* dan warna saling berhubungan karena setiap warna dengan sendirinya merupakan *value* tertentu.



Gambar 2.5 Contoh Skala Value

Sumber: Lauer & Pentak (2016)

### 2.1.1.1 Warna

Warna merupakan gelombang cahaya yang tidak terserap dan kemudian dipantulkan oleh suatu objek dan kemudian diterima oleh mata manusia (Landa, 2014). Gelombang cahaya yang mengenai suatu objek memiliki beberapa spektrum warna. Objek akan menyerap gelombang tersebut namun spektrum yang tidak dapat diserap akan dipantulkan dan terbiaskan. Cahaya yang terpantulkan tersebut kemudian ditangkap oleh manusia. Menurut Lauer dan Pentak (2016), terdapat tiga warna primer yaitu merah, hijau, dan biru.



Gambar 2.6 Warna Dasar RGB & CMYK  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

Warna memiliki tiga elemen utama yaitu *hue*, *value*, dan *saturation* (Landa, 2014).

#### 1) *Hue*

*Hue* adalah nama/klasifikasi dari warna yang menggambarkan sensasi visual dari berbagai spektrum warna. Dalam satu spektrum *hue* terdapat banyak warna di dalamnya (Laurier & Pentak, 2016). Contohnya ada warna *maroon*, *scarlet*, *rose*, dan *crimson*, namun semuanya masuk dalam spektrum *hue* merah.



Gambar 2.7 Spektrum Warna  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

Hasil dari hubungan dasar antara warna atau *hue* adalah *color wheel* yang bermula pada abad ke delapan belas dan kemudian diperbaharui oleh Johannes Itten pada abad ke kedua puluh (Lauer & Pentak, 2016). *Color wheel* ini dibagi menjadi dua belas bagian warna yang terbagi menjadi tiga kategori warna primer, sekunder, dan tersier. Salah satu kegunaan penting dari *color wheel* adalah sebagai alat untuk menunjukkan suhu atau temperatur warna (Eiseman, 2017). Temperatur warna terbagi menjadi dua yaitu warna hangat dan warna dingin. Temperatur warna dengan temperatur dimulai karena adanya asosiasi warna dengan panas api/matahari (merah, oranye, kuning) dan dinginnya air, langit, dedaunan, serta luar angkasa (biru, hijau, ungu).



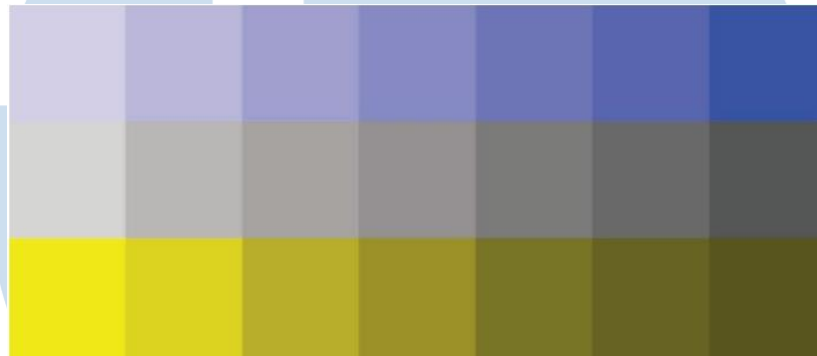
Gambar 2.8 *Color Wheel* oleh Johannes Itten  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

## 2) *Value*

*Value* mengacu pada terang dan gelap pada suatu *hue* yang dapat dipengaruhi dengan menambah pigmen hitam atau putih. Perbedaan *value* pada *hue* dapat menghasilkan warna yang berbeda. Persepsi warna pada mata



manusia dapat berubah sesuai dengan area atau situasinya, sama seperti pada *value* karena hubungan keduanya yang erat. Pada *color wheel*, warna yang ditampilkan adalah berdasar pada *value* bawaan dari warna murni tersebut. *Value* bawaan dari setiap warna murni sendiri berbeda-beda dengan contoh warna kuning dan biru pada gambar dibawah.



Gambar 2.9 *Value* pada Biru, Kuning, & Abu-abu  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

### 3) *Saturation*

*Saturation* warna yang kadang juga dikenal sebagai intensitas atau *chroma* mengacu pada kecerahan suatu warna. Pada tingkat intensitas tertinggi, suatu warna dapat disebut sebagai *purely saturated* dimana warna tersebut mencapai *chroma* maksimum dan tidak memiliki campuran warna netral (putih atau hitam). Perbedaan pada saturasi akan menghasilkan warna yang berbeda dalam suatu *hue* karena efek visual yang berbeda. Warna dengan saturasi yang tinggi akan lebih mudah untuk menarik perhatian dibandingkan dengan warna yang kurang saturasinya.



Gambar 2.10 Warna dengan Saturasi yang Berbeda  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

Pencampuran warna memiliki suatu pedoman yang tidak wajib diikuti, namun akan memberikan pengetahuan dasar tentang kompatibilitas warna satu dengan lainnya. Pedoman tersebut biasa dikenal dengan *color harmonies* atau pedoman dasar pencampuran warna. *Color Harmonies* berdasarkan Eiseman (2017) pada buku yang berjudul “*The Complete Color Harmony, Pantone Edition*”, antara lain :

### 1) *Monotone*

Skema warna monoton adalah penggunaan warna netral dalam berbagai *tints* dan *shades* (Eiseman, 2017). Monoton sendiri terbatas pada penggunaan warna netral tanpa *hue*, namun tidak membatasi *tints* atau temperatur warna. Penggunaan warna monoton dapat terasa membosankan sehingga dapat dilengkapi dengan berbagai tekstur dan bentuk.



Gambar 2.11 Skema Warna *Monotone*  
Sumber: Eiseman (2017)

### 2) *Monochromatic*

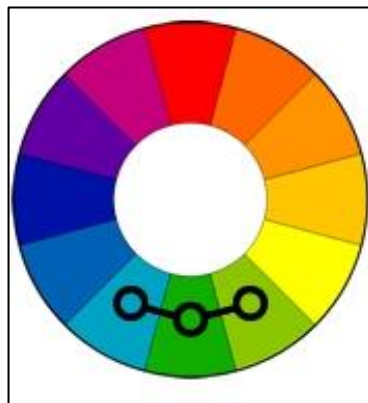
Skema warna *monochromatic* adalah penggunaan satu keluarga *hue* dalam berbagai *tints*, *tones*, dan *shades* (Eiseman, 2017). Skema ini efektif dalam menangkap esensi dan pesan oleh suatu keluarga warna karena memberikan penekanan pada satu keluarga *hue* tertentu. Skema ini dapat memberikan efek dramatis dalam beberapa situasi seperti dalam suatu pementasan atau *film*.



Gambar 2.12 Skema Warna *Monochrome*  
Sumber: Eiseman (2017)

### 3) *Analogous*

Skema warna *analogous* adalah skema warna yang paling mudah dan paling harmonis karena menggunakan beberapa *hue* dalam *color wheel* yang bertentangan atau bersebelahan (Eiseman, 2017). Skema ini menghasilkan palet dengan satu warna primer, sekunder, dan tersier. Warna-warna dalam skema *analogous* memiliki nada yang sama sehingga memberikan efek harmoni yang nyaman di mata.



Gambar 2.13 Panduan Warna *Analogous*  
Sumber: <https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>

Penggunaan warna analog tidak terbatas tiga warna, namun dapat mengambil warna bersebelahan yang lebih jauh lagi dengan aksent warna utama. Skema warna ini juga dapat dimainkan *value* dan sarturasinya maupun

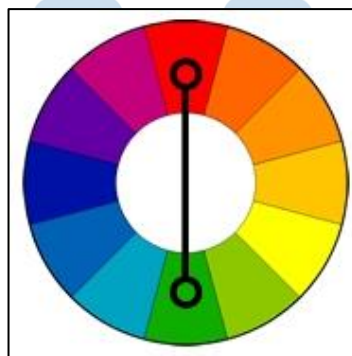
dicampur dengan beberapa warna netral agar menciptakan hasil yang lebih variatif dan dinamis.



Gambar 2.14 Skema Warna *Analogous*  
Sumber: Eiseman (2017)

#### 4) *Complementary*

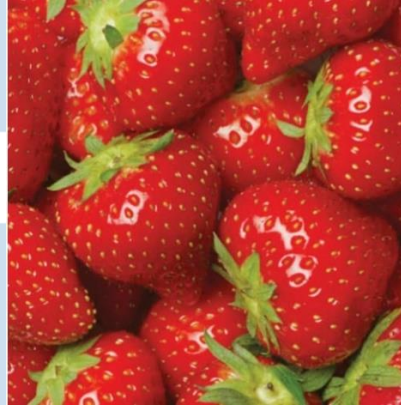
Skema warna *complimentary* atau komplementer adalah pencampuran suatu warna dengan warna yang berada persis berlawanan pada color wheel (Eiseman, 2017). Kata komplementer tersebut mengartikan bahwa kedua warna tersebut saling melengkapi atau menyempurnakan satu sama lain. Keseimbangan ini hadir karena pencampuran warna hangat dan dingin.



Gambar 2.15 Panduan Warna *Complementary*  
Sumber: <https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>

Warna komplementer saling meningkatkan atau menekankan kualitas warna lawan mereka karena kontras yang diberikan. Intensitas ini

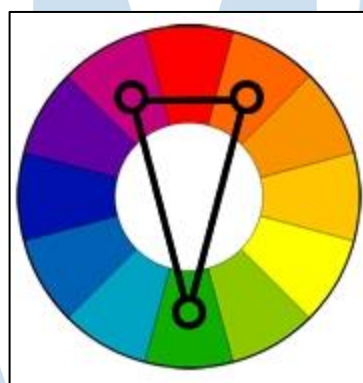
disebut sebagai *simultaneous contrast*. Warna komplementer akan sangat efektif digunakan untuk menghidupkan tampilan yang terkesan pudar.



Gambar 2.16 Skema Warna *Complementary*  
Sumber: Eiseman (2017)

#### 5) *Split Complementary*

Skema *split complementary* menggunakan satu *hue* pada salah satu sisi color wheel dengan dua *hue* lainnya pada sisi komplementer (Eiseman, 2017). Pencampuran warna secara *split complimentary* memberikan warna yang kompleks dan beragam namun tetap memiliki harmoni. Warna dengan skema ini memiliki kontras visual yang sama tingginya dengan skema *complimentary* namun memiliki ketegangan visual yang lebih ringan.



Gambar 2.17 Panduan Warna *Split Complementary*  
Sumber: <https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>

Salah satu contoh skema warna *split complementary* dapat ditemukan banyak di alam. Dalam penggunaan skema ini, satu warna menjadi warna dasar sedangkan kedua warna lainnya menjadi warna pelengkap.

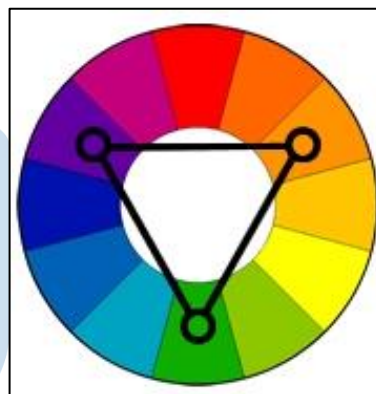
Kombinasi warna ini dapat dimainkan intensitas *value* maupun saturasinya untuk menghasilkan efek yang beragam.



Gambar 2.18 Skema Warna *Split Complementary*  
Sumber: Eiseman (2017)

#### 6) *Triads*

Skema warna *triads* menggunakan tiga *hue* yang berjarak sama pada *color wheel* (Eiseman, 2017). Skema warna ini adalah variasi dari skema *split complementary* dengan perbedaan jarak pasti ( $120^\circ$ ). Hasil dari ketentuan jarak ini menghasilkan pencampuran warna tanpa satu warna dominan.



Gambar 2.19 Panduan Warna *Triads*

Sumber: <https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>

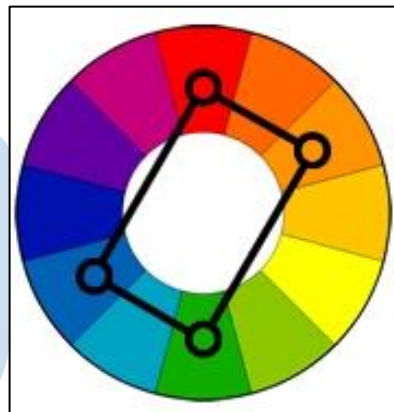
Warna yang dihasilkan memberikan efek warna yang cerah meskipun warna yang digunakan menggunakan *value* gelap dan saturasi yang redah. Kombinasi dari pencampuran warna ini memberikan hasil yang menarik dan kadang tidak biasa. Desainer perlu menyeimbangkan perbandingan tiap warna agar mendapatkan hasil yang baik.



Gambar 2.20 Skema Warna *Triads*  
Sumber: Eiseman (2017)

#### 7) *Tetrads*

Skema warna *tetrads* menggunakan warna-warna dari dua set skema komplementer (Eiseman, 2017). Pencampuran warna *tetrads* adalah salah satu yang paling kompleks namun dapat mewujudkan hasil yang luar biasa. Pencampuran warna ini jika berhasil digunakan bersama dengan permainan *value* dan *saturation* dapat menghasilkan suatu karya yang dramatis.



Gambar 2.21 Panduan Warna *Tetrads*

Sumber: <https://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/color-harmonies.htm>

Skema warna *tetrad* menghasilkan pencampuran warna tanpa satu warna dominan. Hasil dari pencampuran ini adalah warna yang terlihat colorful atau sangat bervariasi. Desainer memerlukan perencanaan yang eksekusi yang baik untuk dapat menghasilkan karya dengan skema ini.



Gambar 2.22 Skema Warna *Tetrads*  
Sumber: Eiseman (2017)

### 2.1.1.5 Tekstur

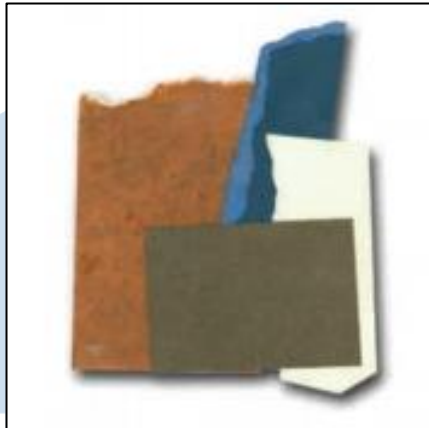
Tekstur merupakan kualitas suatu permukaan suatu benda dan terbagi menjadi dua kategori yaitu visual dan *tactile* (sentuhan). Tekstur dapat merangsang indra peraba manusia meskipun tidak secara nyata menyentuh permukaan benda tersebut karena otak manusia memberikan ingatan berupa reaksi sensorik akan tekstur yang dilihat (Lauer & Pentak, 2016).



Gambar 2.23 Tekstur Visual  
Sumber: Landa (2014)

Tekstur visual merupakan ilusi dari suatu tekstur nyata yang terlihat oleh mata manusia. Tekstur ini biasanya merupakan hasil dari gambaran tangan atau foto. Tekstur *tactile* merupakan tekstur yang memiliki kualitas permukaan sebenarnya dan dapat secara nyata dirasakan dengan indra peraba.





Gambar 2.24 Tekstur *Tactile*  
Sumber: Landa (2014)

#### 2.1.1.6 Pola

Pola adalah suatu elemen atau unit visual yang diulang secara repetitif dan konsisten. Pengulangan pada pola bersifat sistematis dan terarah. Pola memiliki tiga penyusun dasar yaitu titik, garis dan *grid*. Pola yang berulang pada dasarnya dikenali pada alam seperti dedaunan pada pohon (Lauer & Pentak, 2016). *Tesslation (tilling)* adalah suatu istilah dalam menciptakan pola dengan cara memindahkan atau menggeser suatu pola pada sumbu tertentu. Pola yang diulang tanpa celah berbeda atau bagian yang tumpang tindih akan menghasilkan suatu kisi/*grid* yang memiliki *crystallographic balance*.



Gambar 2.25 Pola pada Karya  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

## 2.1.2 Prinsip Desain

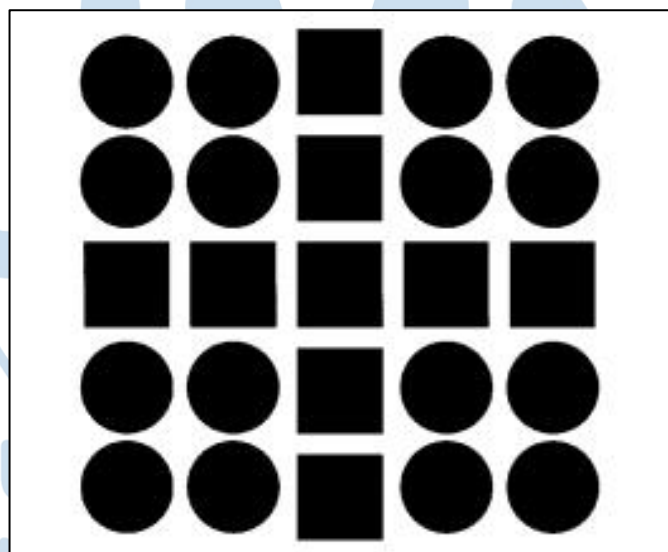
Desain memiliki beberapa prinsip dasar yang berhubungan dan memengaruhi desain yang dirancang. Prinsip yang akan dipaparkan berupa prinsip desain dasar dan prinsip desain *interface* secara khusus untuk *mobile applications*.

### 2.1.2.1 Prinsip Dasar Elemen Desain

Menurut Lauer dan Pentak (2016) dalam bukunya yang berjudul *Design Basics*, prinsip-prinsip elemen desain dasar antara lain adalah.:

#### 1. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* adalah penyajian dan pengaturan elemen desain pada suatu karya yang terintegrasi dan memiliki harmoni. Desain yang menggunakan prinsip *unity* menggunakan elemen visual yang memiliki koneksi visual. Dengan adanya prinsip ini, suatu karya terlihat harmonis dan menyatu. Teori gestalt adalah teori persepsi visual dimana mata dan otak manusia bekerja sama dalam menerima informasi dan mengolahnya secara visual. Teori gestalt menjadi salah satu elemen dasar prinsip *unity*.



Gambar 2.26 Pengaplikasian Teori Gestalt pada Lingkaran & Persegi  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

## 2. Penekanan dan Titik Fokus

Penekanan atau *emphasis* adalah prinsip dimana suatu karya desain memiliki suatu penekanan atau *focal point* (titik fokus) agar dapat menarik perhatian dari target atau penonton. *Emphasis* juga merupakan penataan elemen visual menurut prioritas kepentingan dan hal ini memengaruhi hirarki visual (Landa, 2014). Tujuan utama dari penekanan merupakan penetapan titik fokus dalam suatu karya desain. Terdapat beberapa cara untuk menjadikan suatu penekanan dan titik fokus pada karya yaitu dengan memainkan kontras, penempatan, isolasi, warna, teakstur, ukuran, dan berbagai elemen visual lainnya.



Gambar 2.27 Titik Fokus berdasarkan Warna  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

## 3. Skala dan Proporsi

Skala adalah ukuran yang terlihat dalam elemen grafis yang berkaitan dengan elemen grafis lainnya pada suatu komposisi didasarkan pada hubungan proporsi. Skala dipengaruhi dengan pemahaman desainer mengenai ukuran relatif mengenai objek-objek yang ada secara nyata. Menurut Landa (2014), skala dan proporsi memiliki keterkaitan dan keduanya pada dasarnya mengacu pada ukuran. Perbedaan pada keduanya adalah bahwa skala adalah pengukuran pada satuan objek, sedangkan proporsi

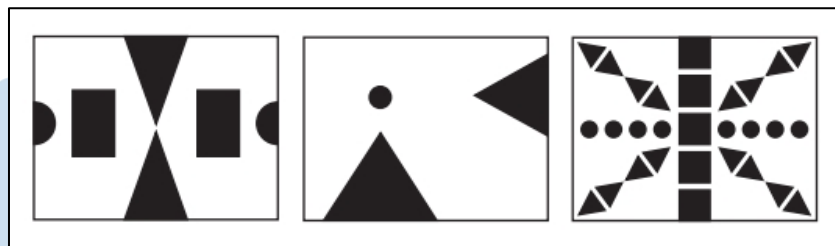
merupakan pengukuran yang mengacu pada ukuran relatif atau suatu norma/standar.



Gambar 2.28 Skala & Proporsi  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

#### 4. Keseimbangan

Keseimbangan atau *balance* adalah suatu prinsip yang intuitif yang merupakan suatu kestabilan atau keseimbangan yang tercipta karena penataan elemen visual yang merata dalam suatu komposisi. Prinsip keseimbangan memengaruhi target dan penonton karena suatu komposisi yang seimbang memiliki keharmonisan yang tinggi.



Gambar 2.29 Keseimbangan dalam Beberapa Komposisi  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

#### 5. Ritme

Ritme atau *rhythm* adalah struktur kecepatan seperti pada musik, berbentuk sebagai detak yang diciptakan oleh berbagai pola dan elemen visual. Sama seperti pada musik, ritme pada desain dapat diatur; dipercepat, diperlambat, maupun disela. Ritme visual dapat memunculkan resonansi sebuah ingatan maupun asosiasi dengan indra lainnya pada seseorang. Ritme juga menentukan irama seorang penonton dalam mengonsumsi suatu karya, memengaruhi cara dan kualitas menikmati karya tersebut.



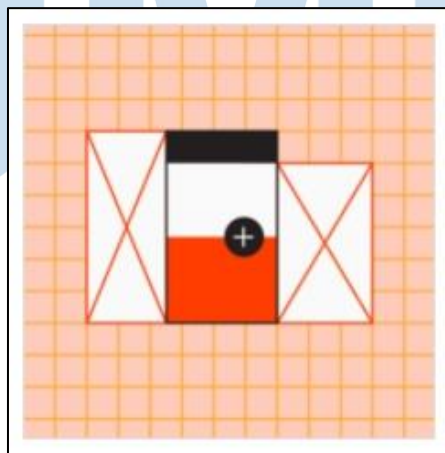
Gambar 2.30 Ritme  
Sumber: Lauer & Pentak (2016)

### 2.1.2.2 Prinsip Desain *Interface*

Prinsip desain pada *interface* berbeda berpengaruh secara langsung pada layout dari media tersebut. Berdasarkan Material.io (2022), terdapat tiga prinsip dasar interface design yaitu :

#### 1. *Predictable*

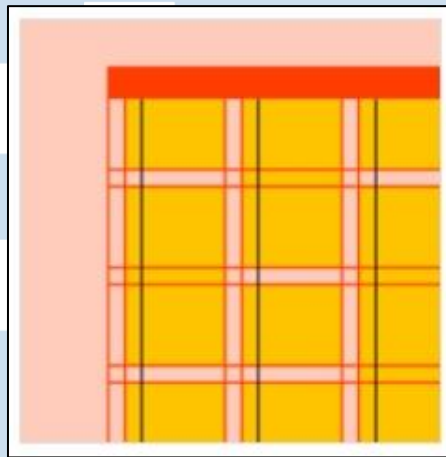
Menggunakan tata letak yang intuitif dan dapat diprediksi oleh *user* dengan wilayah UI yang konsisten dan organisasi spasial. Prinsip *predictable* ini berkaitan dengan dasar aplikasi yang intuitif dan mudah untuk dinavigasi oleh *user*. Tanpa adanya prinsip ini, *user* tidak dapat menavigasi dengan mudah atau memakan waktu yang lama.



Gambar 2.31 *Predictable*  
Sumber: <https://material.io/design/layout/understanding-layout.html#layout-anatomy>

## 2. *Consistent*

Tata letak atau *layout* yang didesain harus menggunakan *grid*, *keylines*, dan *padding* secara konsisten. *Layout* aplikasi memiliki dasar yang konsisten bagi setiap bagian/perwakilan *layout* dengan fungsi yang sama. Hal ini mempengaruhi perancangan *layout* dengan membuat *wireframes*.

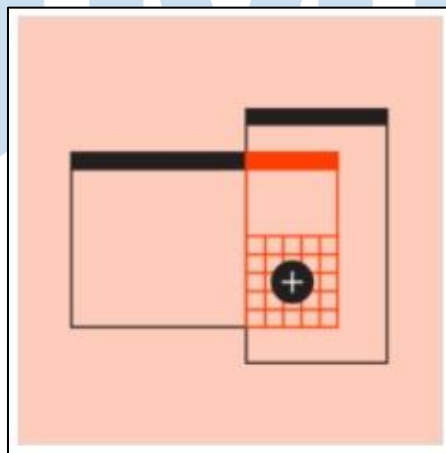


Gambar 2.32 *Consistent*

Sumber: <https://material.io/design/layout/understanding-layout.html#layout-anatomy>

## 3. *Responsive*

*Layout* bersifat adaptif. *Layout* adaptif adalah *layout* yang bereaksi terhadap *input* dari pengguna, perangkat, dan elemen layar. Contohnya adalah *icon* yang diklik akan memindahkan *user* pada *frame* yang sesuai atau *website* yang dibuka pada *mobile* dan *tablet* memiliki tampilan berbeda.



Gambar 2.33 *Responsive*

Sumber: <https://material.io/design/layout/understanding-layout.html#layout-anatomy>

### 2.1.3 Tipografi

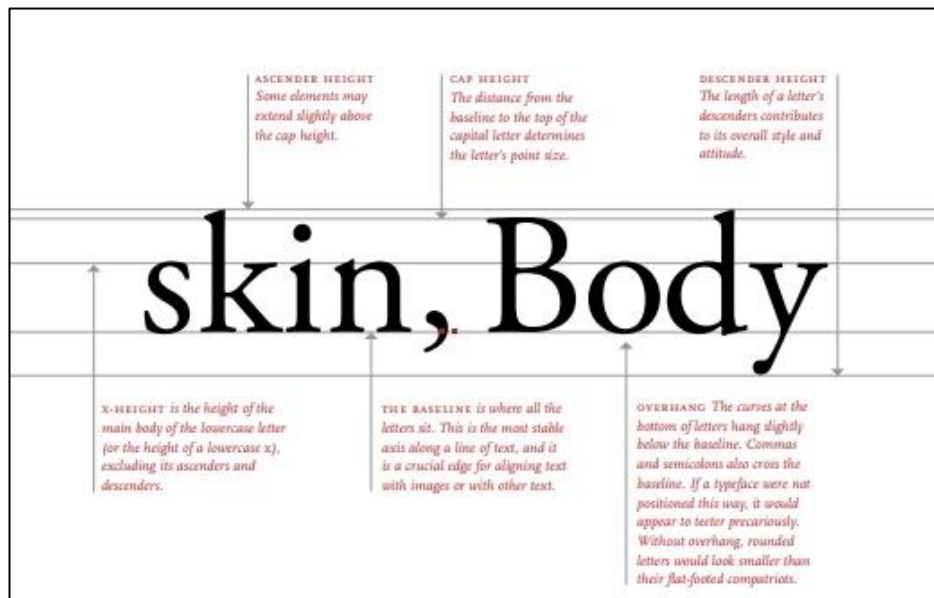
Tipografi adalah suatu ilmu mengenai huruf dan penulisan serta penggunaan dan klasifikasinya. Pada bukunya yang berjudul “*Thinking with Type*”, Lupton (2010) mengajarkan tipografi dimulai dari unsurnya yang paling kecil yaitu huruf/*typeface* hingga teks.

#### 2.3.1.1 *Typeface* dan *Letter*

Typeface adalah desain yang memadukan suatu set karakter huruf dengan elemen visual yang konsisten (Landa, 2014). Elemen visual pada karakter ini yang menjadi identitas dari *typeface* tersebut sehingga tetap dapat dikenali meskipun mendapat modifikasi. Dalam memilih dan mendesain *typeface*, beberapa variabel yang perlu diperhatikan antara lain legibilitas, keterbacaan, nilai estetis, kejelasan, visibilitas, dan dapat integrasi pada kesatuan komposisi desain.

##### 1) Anatomi

Suatu huruf atau typeface memiliki karakteristik yang perlu dipertahankan dan teridentifikasi agar dapat dikenali serta terbaca dengan jelas (Landa, 2014).



Gambar 2.34 Anatomi dalam Tipografi

Sumber: Lupton (2010)

N U S A N T A R A

a) *X-Height*

*X-Height* adalah tinggi dari badan atau bagian utama *lowercase*, tanpa menghitung ascender atau turunannya. Disebut *x-height* karena diambil dari ukuran huruf x kecil.

b) *Ascender Height*

Ruang dimana elemen pada beberapa huruf memanjang melebihi *cap height*.

c) *Descender Height*

Ruang dimana elemen pada beberapa huruf memanjang kebawah melebihi *baseline*.

d) *Cap Height*

Jarak dari *baseline* ke titik ujung huruf besar menentukan *cap height*.

e) *Baseline*

Merupakan garis atau poin dimana seluruh huruf duduk yang gunanya adalah untuk menyeimbangkan teks dengan gambar maupun elemen lainnya.

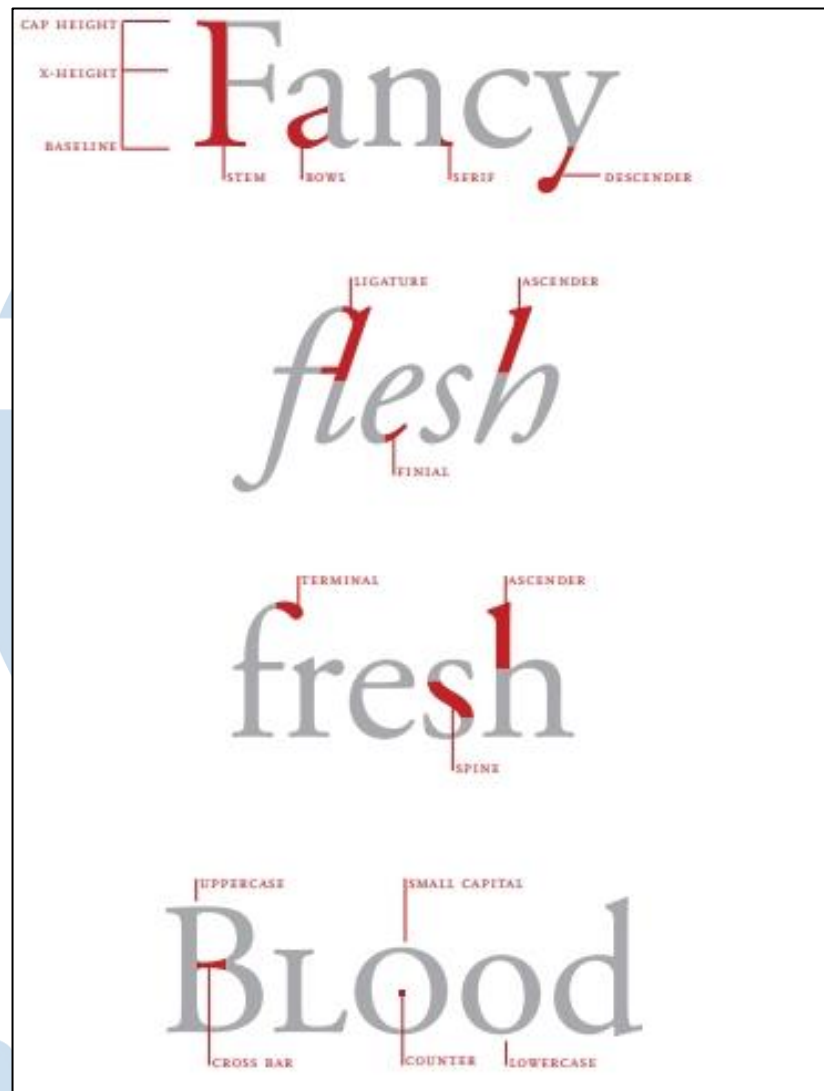
f) *Overhang*

Kurva dibagian bawah beberapa huruf yang sedikit menggantung di bawah *baseline*. Huruf yang memiliki kurva atau bulat akan terlihat lebih kecil dibandingkan huruf lainnya tanpa *overhang*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2.35 Anatomi dalam Huruf  
Sumber: Lupton (2010)

## 2) Size

Besar ukuran pada suatu *typeface* atau huruf diatur berdasarkan ukuran tinggi. Pengukuran tinggi ini dimulai pada abad ke delapan belas dan saat ini menggunakan sistem poin sebagai skala ukur standar. *Typeface* juga memiliki ukuran lebar yaitu besar badan suatu huruf ditambah dengan ruang jarak huruf tersebut dengan huruf lainnya (Lupton, 2010, p.38).

Scale Category	Typeface	Weight	Size	Case	Letter spacing
H1	Roboto	Light	96	Sentence	-1.5
H2	Roboto	Light	68	Sentence	-0.5
H3	Roboto	Regular	48	Sentence	0
H4	Roboto	Regular	34	Sentence	0.25
H5	Roboto	Regular	24	Sentence	0
H6	Roboto	Medium	20	Sentence	0.15
Subtitle 1	Roboto	Regular	16	Sentence	0.15
Subtitle 2	Roboto	Medium	14	Sentence	0.1
Body 1	Roboto	Regular	16	Sentence	0.5
Body 2	Roboto	Regular	14	Sentence	0.25
BUTTON	Roboto	Medium	14	All caps	1.25
Caption	Roboto	Regular	12	Sentence	0.4
OVERLINE	Roboto	Regular	10	All caps	1.5

Gambar 2.36 Contoh *Typography Size*

Sumber: <https://material.io/design/typography/the-type-system.html#type-scale>

### 3) Skala

Skala adalah perbandingan ukuran huruf dengan elemen desain lainnya dalam suatu ruang. Skala adalah ukuran yang relatif, contohnya adalah huruf dengan ukuran dua belas akan terlihat kecil pada monitor besar namun akan terlihat besar pada buku cetak. Desainer juga menggunakan skala untuk menentukan hierarki dalam elemen desain termasuk *typeface* (Lupton, 2010, p. 42).

### 4) Klasifikasi

*Typeface* terbagi menjadi beberapa kategori atau jenis berdasarkan karakteristik visual mereka (Landa, 2014) yaitu :

a) *Old Style Humanist*

Tipografi yang muncul pada akhir abad lima belas dan biasa dikenal dengan tipografi jenis roman/romawi. Merupakan turunan langsung dari huruf yang ditulis dengan pena tradisional dan memiliki ciri serif, memiliki sudut kemiringan, dan ketebalan yang berbeda-beda. Contoh dari typeface ini adalah Times New Roman dan Garamond.

b) *Transitional*

Tipografi serif yang mewakili transisi menuju gaya modern dan muncul di abad kedelapan belas. Karakteristik dari tipografi ini adalah memamerkan baik karakteristik gaya lama dan modern. Contoh dari tipografi ini adalah Century dan Baskerville.

c) *Modern*

Tipografi serif yang memiliki bentuk lebih geometris dan mulai muncul pada akhir abad kedelapan belas sampai awal abad kesembilan belas. Memiliki karakteristik ketebalan yang kontras dan penekanan garis vertikal. Dari seluruh bentuk tipografi roman/romawi, memiliki gaya yang paling simetris. Contoh dari tipografi ini adalah Didot dan Bodoni.

d) *Slab Serif*

Tipografi *serif* yang memiliki sub kategori Egyptian dan Clarendon serta muncul pada awal abad kesembilan belas. Memiliki karakteristik serif yang tebal. Contoh dari tipografi ini adalah Bookman dan Clarendon.

e) *Sans Serif*

Tipografi *sans serif* yang muncul di awal abad kesembilan belas. Contoh dari tipografi ini adalah Futura dan Helvetica. Terdapat beberapa jenis tipografi ini yang memiliki guratan garis tebal-tipis seperti Frutiger dan Franklin Gothic. Kategori turunan dari jenis ini antara lain Grotesque, Humanist, Geometris, dan sebagainya.

f) *Blackletter*

Tipografi ini juga dikenal dengan sebutan gothic, tipografi yang didasarkan bentuk huruf pada manuskrip lama. Karakteristik yang dimiliki

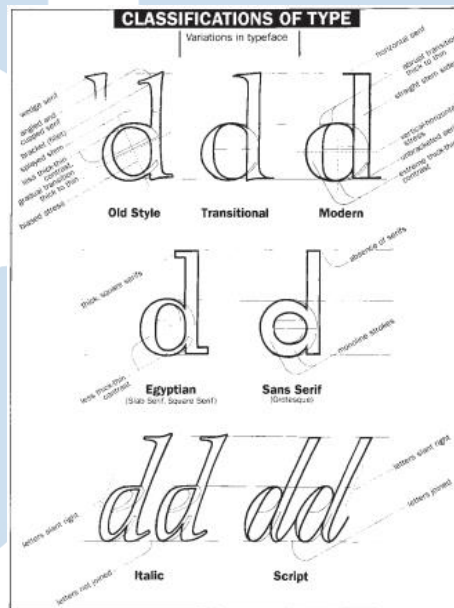
adalah garisan yang tebal dan berat dengan sedikit kurva. Contoh dari tipografi ini adalah Rotunda dan Textura.

g) *Script*

Tipografi yang paling menyerupai tulisan tangan dengan karakteristik bersudut miring seperti tulisan tegak bersambung. Biasanya dapat ditulis secara manual dengan pena, kuas, maupun pensil yang tajam dan runcing. Contoh dari tipografi ini adalah Brush Script dan Snell Roundhand Script.

h) *Display*

Tipografi yang secara khusus didesain untuk permukaan besar dengan contoh kegunaannya adalah untuk judul maupun headline. Jenis tipografi ini akan menyulitkan untuk dibaca dalam suatu teks yang panjang dan berbaris-baris. Karakteristik dari tipografi ini adalah lebih hiperbola, dekoratif, dan dapat masuk pada salah satu kategori tipografi lain.



Gambar 2.37 Klasifikasi Jenis Tipografi  
Sumber: Landa (2014)

5) *Family*

*Typeface* memiliki pengelompokan yang disebut dengan *family*. Pengelompokan ini dimulai pada abad ke enam belas dan diformalisasi pada abad ke dua puluh (Lupton, 2010).

a) *Roman*

Bentuk roman adalah bentuk reguler atau standar dari suatu *typeface* dan dianggap sebagai orang tua atau parent dari turunan yang lain.

b) *Italic*

*Italic* atau tegak bersambung adalah bentuk yang digunakan untuk memberikan penekanan atau pembeda.

c) *Small Caps (Capitals)*

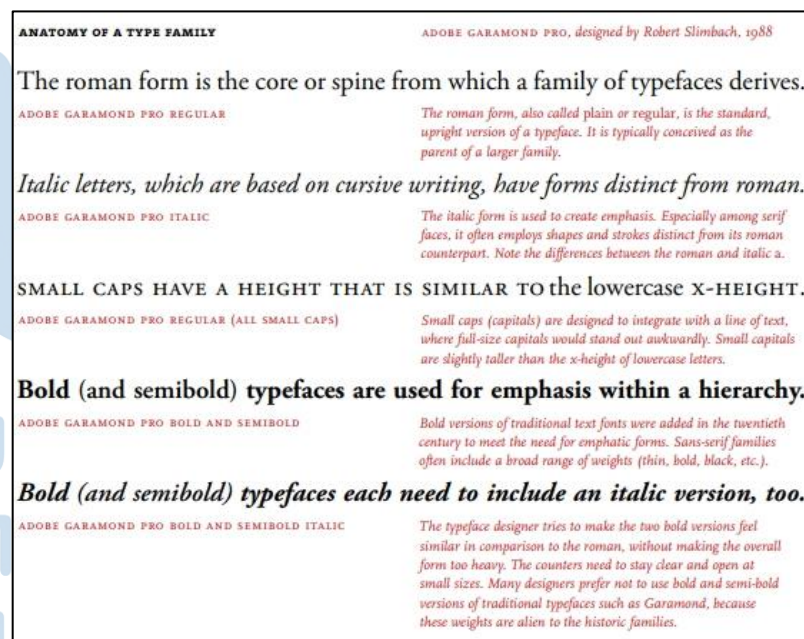
*Small Caps (Capitals)* adalah bentuk yang dirancang untuk mengintegrasikan huruf kapital diantara huruf kecil agar tidak menonjol. Bentuk ini sedikit lebih tinggi dari *x-height* huruf kecil.

d) *Bold/Semibold*

Bentuk tebal dari *typeface* biasa yang ditambahkan pada abad ke dua puluh untuk memenuhi kebutuhan bentuk tegas dan menonjol. Ketebalan yang dimiliki oleh beberapa *typeface* bervariasi seperti *thin*, *medium*, dan *black*.

e) *Bold/Semibold italic*

Bentuk tebal juga biasa ditambahkan bentuk *italic* untuk keperluan tertentu.



Gambar 2.38 *Typeface Family*  
Sumber: Lupton (2010)

### 2.3.1.2 Text

Teks merupakan urutan kata yang berkelanjutan yang memiliki tubuh utama atau main block. Juga dikenal sebagai “running text”, teks dapat berjalan atau mengalir dari suatu halaman, kolom, atau bidang pada lainnya (Lupton, 2010).

#### 1) Spacing

*Spacing* merupakan ruang negatif atau jarak pada kata-kata agar dapat dimengerti, dibaca, atau diucapkan dengan jelas. Terdapat beberapa jenis spacing dalam tipografi yaitu antara lain :

#### a) Kerning

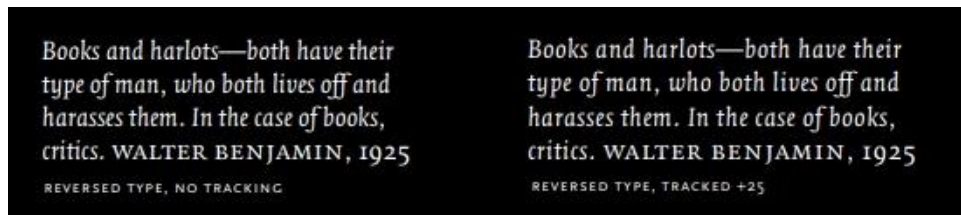
*Kerning* adalah jarak antara dua huruf agar kata atau teks dapat dibaca dengan nyaman. Karena karakteristik huruf yang berbeda-beda, diperlukan jarak khusus bagi setiap huruf (Lupton, 2010, p. 102).



Gambar 2.39 Contoh *Kerning*  
Sumber: Lupton (2010)

#### b) Tracking

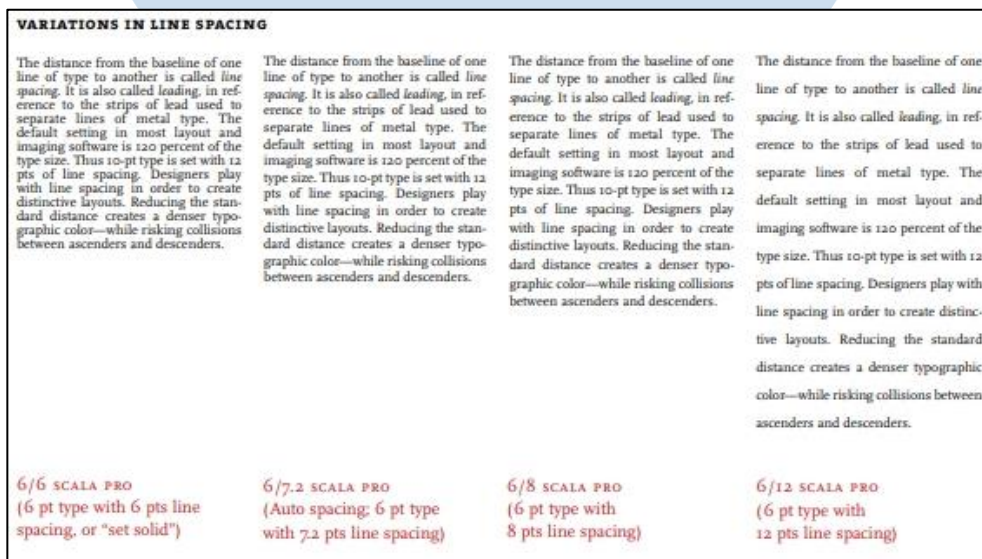
*Tracking* adalah penyesuaian jarak pada suatu keseluruhan kata atau sekelompok huruf. Suatu kata atau teks akan terlihat lebih ringan dan lapang jika diberikan jarak lebih dengan *tracking* (Lupton, 2010, p. 104).



Gambar 2.40 Contoh *Tracking*  
 Sumber: Lupton (2010)

c) *Leading*

*Leading* atau *line spacing* adalah jarak dari suatu *baseline* pada *baseline* berikutnya dalam suatu teks atau paragraf. Jarak yang terlalu sempit akan membuat teks sulit dibaca dan terdapat risiko tabrakan antara *ascenders* dan *descenders*. Jarak yang terlalu luas akan menghilangkan aspek kesatuan teks. Desainer dapat mengatur *leading* dari teks dalam suatu karya untuk menentukan efek yang dikehendaki (Lupton, 2010, p. 108).



Gambar 2.41 Contoh *Leading*  
 Sumber: Lupton (2010)

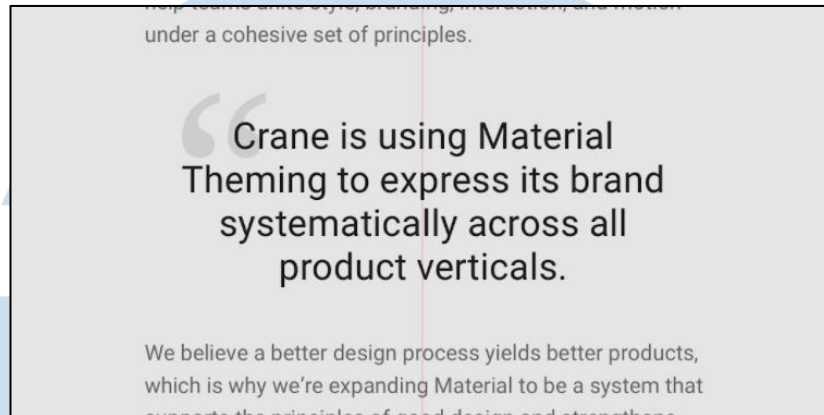
2) *Alignment*

*Alignment* adalah peletakan teks atau bentuk paragraf yang memberikan kualitas, makna, dan estetika yang berbeda.

a) *Centered*

Teks dengan peletakan rata tengah dengan karakteristik simetris namun dengan bagian ujung yang tidak merata. Tipe ini biasanya digunakan

untuk penulisan undangan, judul teks, dan sertifikat. Peletakan rata tengah memberikan kesan elegan dan organis.



Gambar 2.42 *Centered*

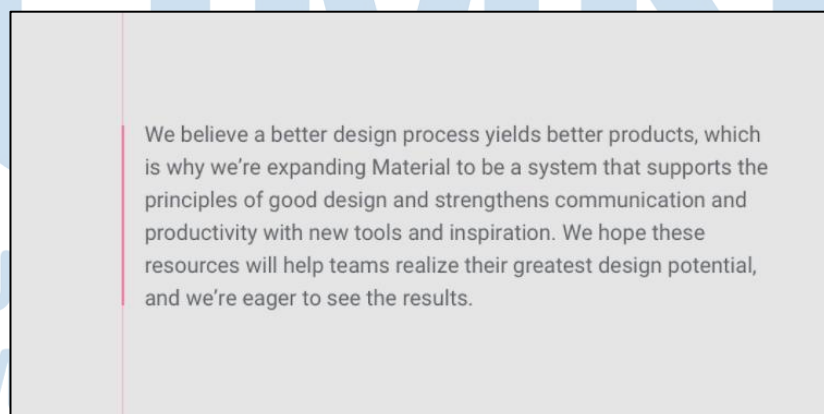
Sumber: <https://material.io/design/typography/understanding-typography.html#type-properties>

b) *Justified*

Teks dengan peletakan rata kiri kanan, memberikan kesan rapi dan bersih. Penggunaan jenis ini memiliki risiko terjadinya jarak yang tidak rapi antar kata namun dapat dibantu dengan tanda hubung.

c) *Flush Left/Ragged Right*

Teks dengan peletakan rata kiri yang biasanya digunakan untuk penulisan puisi pada abad ke dua puluh. Penggunaan rata kiri memiliki kekurangan tidak rata pada bagian kanan sehingga desainer perlu mengontrol panjang teks tiap baris agar sisi kanan nyaman dilihat.



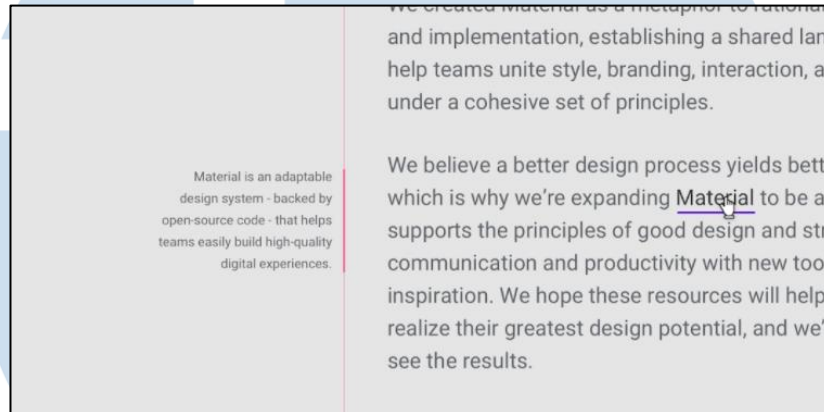
Gambar 2.43 *Left-Aligned*

Sumber: <https://material.io/design/typography/understanding-typography.html#type-properties>



#### d) *Flush Right/Ragged Left*

Teks dengan peletakan rata kanan jarang digunakan karena memaksa mata pembaca untuk mencari titik awal di setiap baris. Peletakan rata kanan efektif untuk digunakan dalam blok kecil seperti keterangan, komentar, atau kutipan.



Gambar 2.44 *Right-Aligned*

Sumber: <https://material.io/design/typography/understanding-typography.html#type-properties>

### 2.1.4 **Grid dan Layout**

Berdasarkan Tondreau (2019) dalam bukunya yang berjudul “*Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids*,” *Grid* adalah sistem yang mengatur ruang dalam suatu komposisi agar dapat membantu penyampaian informasi maupun komunikasi dengan memberikan struktur. *Grid* adalah suatu pegangan dan acuan baik bagi para desainer muda maupun veteran, bukan suatu keharusan yang perlu diikuti.

#### 2.1.4.1 **Anatomi Grid**

*Grid* yang digunakan pada desain interface berbeda dengan desain biasa. Berdasarkan Material.io (2022), grid pada interface memiliki beberapa komponen utama yaitu *column*, *gutter*, dan *margin*.



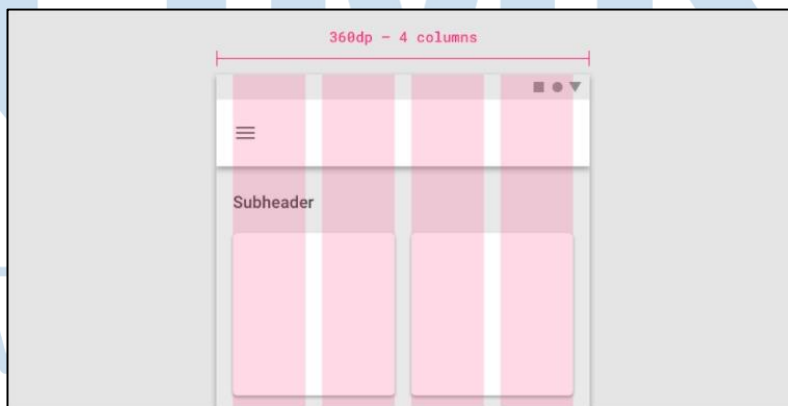
Gambar 2.45 Komponen *Grid*

Sumber: <https://material.io/design/layout/responsive-layout-grid.html#columns-gutters-and-margins>

### 1) *Column*

Kolom adalah baris vertikal yang membagi area aktif pada tata letak atau komposisi dari *layout*. Pada satu *layout* bisa terdapat beberapa *column* dengan jarak antara yang sama maupun berbeda tergantung jenis konten (Tondreau, 2019).

Dalam *layout* yang responsif, lebar kolom ditentukan dengan persentase, bukan nilai tetap agar memungkinkan konten untuk beradaptasi dengan ukuran layar apa pun (mobile, tab, dsb). Jumlah kolom yang ditampilkan pada *grid* ditentukan oleh rentang *breakpoint*, rentang ukuran layar yang telah ditentukan. *Breakpoint* dapat berhubungan dengan ponsel, tablet, atau jenis layar lainnya. Contohnya pada *mobile layout* dengan titik putus 360 dp, kisi tata letak menggunakan 4 kolom (Material.io, 2022).

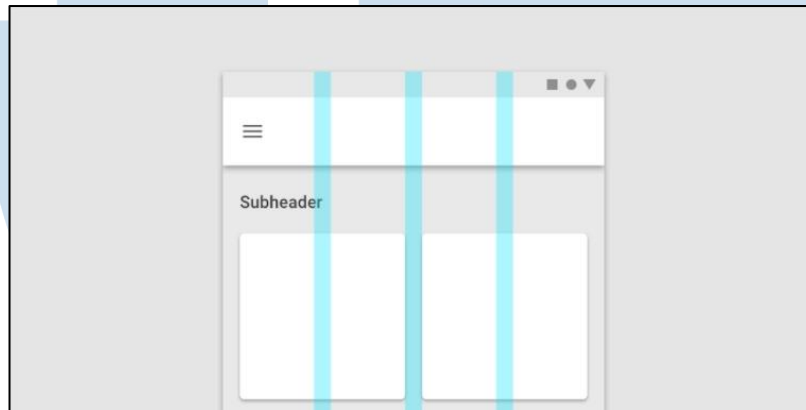


Gambar 2.46 Contoh *Column* pada *Mobile Layout*

Sumber: <https://material.io/design/layout/responsive-layout-grid.html#columns-gutters-and-margins>

## 2) *Gutter*

*Gutter* adalah ruang antar kolom yang membantu memisahkan konten. Lebar *gutter* adalah nilai tetap pada setiap *breakpoint* namun untuk lebih beradaptasi dengan ukuran layar tertentu, lebar *gutter* dapat berubah *breakpoint* yang berbeda. *Gutter* yang lebih lebar lebih sesuai untuk layar yang lebih besar, karena mereka menciptakan lebih banyak ruang terbuka di antara kolom (Material.io, 2022).



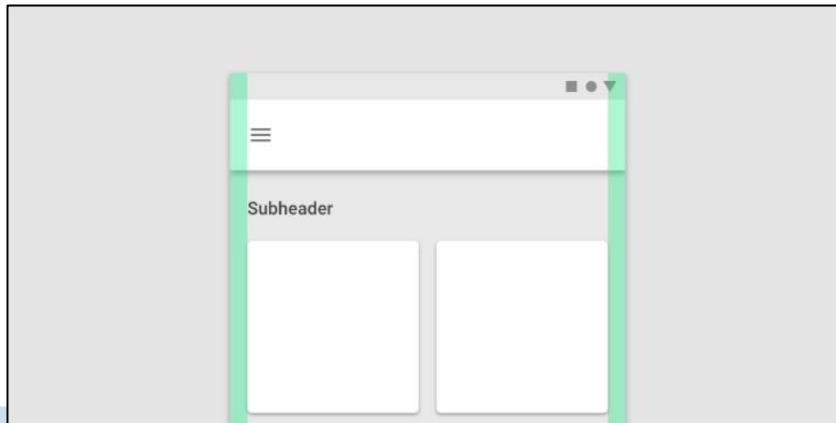
Gambar 2.47 Contoh *Gutter* pada *Mobile Layout*

Sumber: <https://material.io/design/layout/responsive-layout-grid.html#columns-gutters-and-margins>

## 3) *Margin*

*Margin* adalah batas atau ruang negatif yang terletak di ujung atau tepi *layout* sehingga membentuk area aktif di dalamnya yang kemudian dapat dimasukkan elemen maupun komponen visual maupun naratif. Proporsi suatu *margin* penting karena membangun keseimbangan keseluruhan *layout* (Tondreau, 2019). Pada pada *layout interface*, tidak terdapat *margin* atas dan bawah karena dapat melakukan *scroll* layar maupun terdapat bagian desain lain seperti *header* dan *status bar*.

Lebar *margin* ditentukan menggunakan nilai tetap atau nilai skala pada setiap *breakpoint*. Untuk lebih beradaptasi dengan layar, lebar *margin* dapat berubah pada *breakpoint* yang berbeda. *Margin* yang lebih lebar lebih sesuai untuk layar yang lebih besar, karena mereka menciptakan lebih banyak ruang kosong di sekeliling konten (Material.io, 2022).



Gambar 2.48 Contoh *Margin* pada *Mobile Layout*

Sumber: <https://material.io/design/layout/responsive-layout-grid.html#columns-gutters-and-margins>

#### 2.1.4.2 Sistem Grid

*Grid system* adalah struktur dua dimensi yang terdiri atas rangkaian sumbu horizontal dan vertikal. Hal ini menghasilkan serangkaian baris dan persimpangan sebagai pedoman untuk mengatur elemen visual maupun naratif dalam suatu *layout*.

##### 1) *Single-Column Grid*

*Grid* ini biasanya digunakan untuk teks yang cukup panjang seperti essay, laporan, maupun buku katalog. Karakteristik utama dari *grid* ini adalah ruangan/tempat kosong di tengah halaman, permukaan, maupun layar. Tipe ini cocok untuk menekankan satu konten visual maupun teks.

##### 2) *Two-Column Grid*

*Grid* ini digunakan untuk memisahkan dan mengatur teks yang panjang maupun untuk menyajikan beberapa jenis informasi secara terpisah. *Grid* ini dapat berupa dua kolom yang terpisah baik dengan proporsi yang sama maupun berbeda. Memiliki karakteristik yang lebih kompleks namun fleksibel untuk konten dengan beberapa variasi seperti pada *website*.

##### 3) *Multi Column Grid*

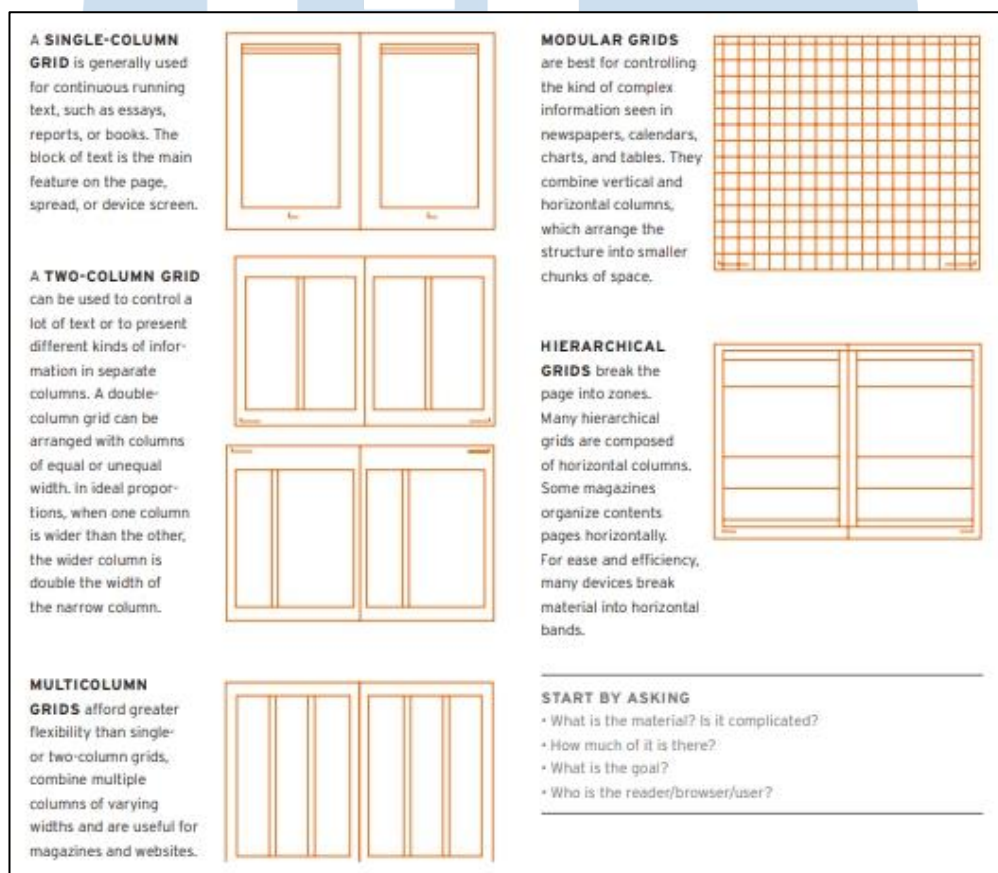
*Grid* ini mirip seperti *two-column grid*, memiliki fleksibilitas yang lebih besar karena menggabungkan beberapa variasi kolom. *Grid* ini digunakan dan berguna untuk majalah dan *website*.

##### 4) *Modular Grid*

*Grid* ini adalah grid terbaik untuk menyusun elemen-elemen yang kompleks seperti kalender, koran, bagan, maupun tabel. *Grid* ini menggabungkan kolom vertikal dan horizontal.

### 5) Hierarchical Grid

*Grid* ini memecah permukaan menjadi beberapa zona/bagian berdasarkan hirarki visual yang diperlukan. Biasanya, *grid* ini disusun sebagai kolom-kolom secara horizontal sehingga lebih mudah untuk dibaca ketika membaca dari atas ke bawah.



Gambar 2.49 Jenis *Grid*  
Sumber: Tondreau (2019)

### 2.1.5 Ilustrasi

Ilustrasi adalah bahasa visual untuk mengkomunikasikan suatu pesan kontekstual tertentu pada audiens (Male, 2017). Sedangkan menurut Male (2019), pada bukunya yang berjudul “*A Companion to Illustration*”, ilustrasi adalah hasil dari suatu masalah kontekstual naratif yang dapat diselesaikan melalui penelitian, konsep, pemikiran kritis, dan proses produksi.

Pesan yang disampaikan berdasar pada beberapa hal seperti konteks, keperluan klien, maupun karakteristik audiens. Awal mula pembuatan suatu ilustrasi perlu menyiapkan tiga hal penting yaitu alasan, tujuan, dan melalui cara/metode apa pembuatan ilustrasi ini dilakukan.



Gambar 2.50 Contoh Ilustrasi  
Sumber: Male (2017)

### 2.1.5.1 Sifat dan Citra Ilustrasi

Ilustrasi memiliki beberapa sifat atau citra dasar yang membentuk karakteristiknya seperti *visual language*, *visual metaphor*, *pictorial truths* dan *aesthetic/non-aesthetic* (Male, 2017).

#### 1) *Visual Language*

*Visual language* atau bahasa visual dari suatu ilustrasi terbentuk atas dua faktor yaitu *style* dan *visual intelligence*. *Style* atau gaya gambar merupakan suatu identitas atau ciri khas dari pribadi seseorang. Seseorang akan diasosiasikan dengan jenis dan genre ilustrasi berdasarkan gayanya. *Visual intelligence* adalah kemampuan seorang ilustrator untuk menghasilkan ilustrasi dengan mengaplikasikan elemen maupun prinsip desain dengan baik dan berhasil menyampaikan pesan yang ada pada ilustrasi yang dibuat.



Gambar 2.51 *Heart of Darkness* oleh Sean Mc Sorley  
Sumber: Male (2017)

## 2) Visual *Metaphor*

Visual *metaphor* pada ilustrasi dapat dibagi menjadi tiga hal yaitu metafora, diagram, dan abstrak. Metafora dalam suatu ilustrasi diperlukan untuk menggambarkan dan menyampaikan pesan dengan lebih imajinatif, kritis, serta kompleks, dengan memanfaatkan metode komunikasi, ilusi, simbolisme, dan ekspresionisme. Diagram adalah informasi akurat yang menjadi dasar penyampaian informasi dalam suatu ilustrasi. Keberadaan diagram adalah untuk menjaga kredibilitas informasi yang disampaikan meskipun ada unsur metafora di dalam ilustrasi. Abstrak diasosiasikan dengan ilustrator yang menggunakan berbagai warna serta bentuk sebagai bahasa visual mereka. Abstrak dalam ilustrasi adalah penggunaan dan penataan elemen visual secara bebas dan representatif.



Gambar 2.52 Surealisme dalam Ilustrasi *Mug Shot* oleh David Doran  
Sumber: Male (2017)

### 3) *Pictorial Truths*

*Pictorial truths* adalah bentuk atau jenis penggambaran yang digunakan dalam menunjukkan suatu hal yang sebenarnya. Ilustrasi memberikan gambaran atau representasi kenyataan secara kredibel dengan berbagai komponen dan elemen desain dalam akurasi tertentu. Terbagi menjadi beberapa bentuk seperti *hyperrealism*, *stylized realism*, dan *sequential imagery*.



Gambar 2.53 *Sequential Imagery* oleh Thomas Plant  
Sumber: Male (2017)



#### 4) *Aesthetic/Non-Aesthetic*

Nilai estetika pada suatu ilustrasi sehingga menentukan keberhasilan dalam menarik perhatian audiens. Estetika dalam ilustrasi dapat dipengaruhi oleh tiga hal yaitu tren, sentimen, dan kejutan.



Gambar 2.54 *Contemporary Fashion Illustration* oleh Sarah Beeton  
Sumber: Male (2017)

#### 2.1.5.2 **Jenis Style/Visual Language Ilustrasi**

Ilustrasi memiliki beberapa jenis atau yang biasa disebut dengan visual style seiring perkembangan waktu dan kebutuhan. Menurut Samara (2020) maupun Male (2017) terdapat dua jenis visual style yang ada pada ilustrasi yaitu :

##### 1. *Pictorial Illustration*

*Pictorial illustration* adalah bentuk gambar atau ilustrasi yang sama dengan benda atau wujud nyatanya. *Pictorial illustration* digunakan untuk memberikan kejelasan informasi namun di satu sisi juga memunculkan emosi, memberikan kesan estetika, dan pesan terselubung. Bentuk dari *pictorial illustration* dimulai dari gambar *hyper-realism* yang detail maupun gambar *stylized* yang sudah direduksi.



Gambar 2.55 *Pictorial Illustration*  
Sumber: Samara (2020)

## 2. *Non-Pictorial/Conceptual Illustration*

*Non-pictorial* atau *conceptual illustration* adalah jenis *style* ilustrasi yang tidak menggambarkan sesuatu dengan sama persis dengan wujud nyatanya melainkan mengandalkan analisis rangsangan visual, relatif terhadap sebelumnya pengalaman, untuk mengidentifikasi makna yang sesuai. Semua bentuk membawa makna, tidak peduli seberapa tampak sederhana atau mendasar mereka muncul. Melalui bentuk, ukuran, atau massa dari bentuk yang dirasakan memungkinkan kita untuk memproyeksikan pemahaman kita ke dalam bentuk dalam konteks baru. Di sini kita dapat memiliki aplikasi metafora untuk subjek atau penggambaran visual dari ide atau teori. Ilustrasi *non-pictorial/conceptual* memungkinkan mengandung elemen realistik tetapi secara keseluruhan mengambil bentuk yang berbeda. Contoh jenis ilustrasi termasuk diagram, komposit, surealisme, distorsi ekstrim atau abstraksi.



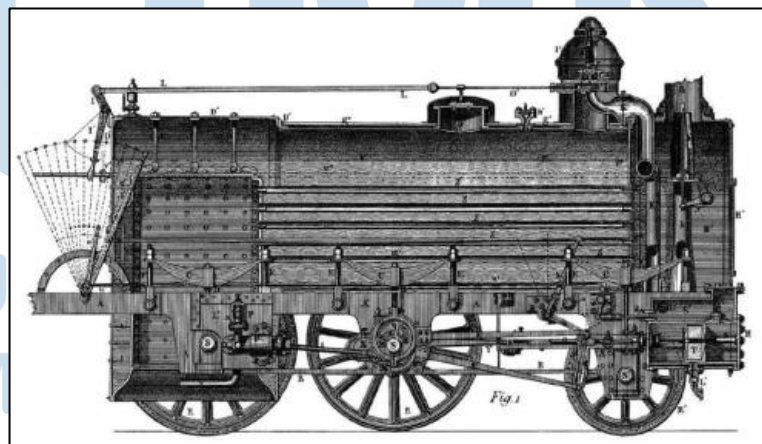
Gambar 2.56 *Non-Pictorial Illustration*  
Sumber: Samara (2020)

### 2.1.5.3 Kegunaan/Peranan Ilustrasi

Ilustrasi memiliki beberapa kegunaan menurut Male (2017) antara lain :

#### 1) Dokumentasi, Referensi, dan Instruksi

Ilustrasi dapat digunakan untuk dokumentasi dan menyediakan referensi, penjelasan, pengajaran, dan edukasi secara kontekstual. Bahasa visual dalam ilustrasi sangat luas dan lengkap sehingga dapat dipilih jenis ilustrasi yang sesuai dengan kebutuhan penyampaian informasi. Beberapa contoh penggunaan ilustrasi seperti untuk materi edukasi anak, ilmu pengetahuan alam, ilustrasi medis, dan lainnya.



Gambar 2.57 Ilustrasi Mesin Lokomotif  
Sumber: Male (2017)

## 2) *Commentary*

Ilustrasi editorial adalah komentar visual yang berfungsi sebagai bentuk jurnalisme maupun pelengkap dari suatu bentuk jurnalisme. Ilustrasi editorial biasanya digunakan dalam ranah jurnalisme seperti politik dan gaya hidup.



Gambar 2.58 Ilustrasi Editorial oleh Georgina Tee  
Sumber: Male (2017)

## 3) *Storytelling*

Ilustrasi berperan sebagai representasi visual dari suatu narasi fiktif. Hal ini sudah dimulai dari berabad-abad lalu seperti saat Gereja menggambarkan peristiwa dalam Alkitab dalam bentuk lukisan dinding maupun patung. Saat ini ilustrasi fiktif banyak ditemukan pada permainan, novel, komik, dan sebagainya.



Gambar 2.59 Ilustrasi *Little Nemo* oleh Peter Diamond  
Sumber: Male (2017)

#### 4) Persuasi

Ilustrasi digunakan sebagai media periklanan atau kampanye dan merupakan bentuk ilustrasi yang paling terarah. Peran ilustrasi adalah untuk menjual suatu hal dengan karya dan bahasa visual yang sesuai bagi audiens.



Gambar 2.60 Ilustrasi Persuasi oleh Mark Hees  
Sumber: Male (2017)

#### 5) Identitas

Ilustrasi berperan sebagai *brand* atau identitas suatu perusahaan, organisasi, atau individu dengan menciptakan suatu karya yang memiliki karakteristik tertentu sehingga dapat diidentifikasi dan dikenali dengan pihak yang bersangkutan.



Gambar 2.61 Ilustrasi Identitas pada Perangkat  
Sumber: Male (2017)

## 2.2 Media Informasi

Menurut Hanson (2018), dalam bukunya yang berjudul “*Mass Communication: Living in a Media World*,” media atau *channel* merupakan sarana dalam komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi. Terdapat berbagai macam media dengan karakteristik dan sifat berbeda yang memengaruhi penyampaian informasi sampai mengubah arti dari pesan itu sendiri (Hanson, 2018, p. 62-63). Suatu informasi yang disampaikan menggunakan media yang lebih menarik perhatian atau fokus seseorang biasanya akan memberikan dampak lebih besar terhadap individu tersebut.

Media dan bentuk komunikasi telah hadir dalam hidup manusia dan selalu berkembang selama ratusan tahun. Pada mulanya, manusia hanya dapat berkomunikasi dan menyampaikan informasi secara langsung (tatap muka) namun manusia berhasil menciptakan berbagai bentuk media dan jenis jaringan dalam bentuk komunikasi interpersonal, media cetak, media elektronik, dan terkahir media interaktif (Hanson, 2019, p. 70).

Perkembangan dan evolusi dari dunia media menurut Hanson (2019) adalah sebagai berikut :

### 1) Sebelum adanya Media Cetak: *Pre-Mass Media Communication Networks*

Bentuk jaringan dan media komunikasi besar pertama di belahan dunia Barat sebelum adanya media massa berupa pesan/surel yang dikembangkan oleh Gereja Katolik di Roma pada abad kedua belas hingga keempat belas. Pada masa itu, disalurkan pesan dari Vatikan di Italia melalui cardinal dan uskup menuju imam-imam di katedral seluruh Eropa sampai pesan tersebut akhirnya dikhotbahkan pada jemaat.

### 2) Media Cetak: Buku

Media besar pertama yang muncul kemudian adalah berkembangnya mesin cetak pada tahun 1450an yang menjadi awal dari produksi massal media cetak. Percetakan memungkinkan terjadinya perubahan dan pergerakan sosial

seperti Reformasi Protestan. Mesin cetak telah memungkinkan produksi dan penyebaran informasi secara massal namun masih memiliki beberapa kekurangan seperti waktu yang diperlukan serta harga yang tinggi. Pada tahun 1814, diciptakan mesin cetak uap yang mempercepat proses kerja mesin cetak secara signifikan.

### 3) Media Elektronik: Telegraf, Gramofon, Radio, *Film*, dan Televisi

Media komunikasi dan informasi elektronik pertama ditemukan dalam bentuk telegraf pada tahun 1844 di Baltimore, Maryland, hingga ke Washington DC. Penemuan ini membuat media di dunia menjadi lebih kompleks. Pada tahun 1866, kabel telegraf berhasil melewati samudra Atlantik dan memecah penghalang komunikasi lintas samudra, memberi alternatif dibandingkan melalui surat yang memakan waktu lama.



Gambar 2.62 Kabel telegraf Tahun 1880 di New York  
Sumber: Hanson (2019)

Pada tahun 1880-an, Emile Berliner menciptakan gramofon atau fonograf yang dapat merekam dan memainkan musik. Radio kemudian ditemukan pada akhir abad kesembilan membuat pesan dapat secara bebas masuk/disebarkan tanpa biaya bagi pemilik radio. Hal ini memunculkan variasi konten yang dapat dikonsumsi seperti program hiburan, berita, budaya, dan sebagainya.

Nickelodeon adalah bioskop pertama yang menampilkan *film* pada akhir tahun 1890-an dan awal 1900-an. *Film* membantu penyebaran budaya dan penyampaian pesan secara lebih luas lagi bagi orang-orang di seluruh penjuru dunia. Radio dan *film* membuat dunia media menjadi sebuah dunia hiburan yang diproduksi bersama oleh perusahaan media. Pada tahun 1939, mulai tersebar televisi hitam-putih yang menjadi media baru di dunia. Televisi akhirnya tersebar secara luas setelah Perang Dunia II hingga mengalahkan kepopuleran radio.

#### 4) Media Online dan Seluler: Komunikasi Interaktif

Setelah bertahun-tahun media hanya dapat memberikan informasi dan pesan satu arah, manusia akhirnya berhasil menciptakan internet yang dirancang untuk dapat melakukan komunikasi dua arah. Internet menjadi jaringan komunikasi dan informasi massa yang lengkap mulai pada tahun 1990-an. Interaktifitas media online menjadi puncak dan tren bagi masyarakat karena memberi kontrol atas dunia komunikasi dan informasi mereka. Budaya komunikasi semakin terbuka bagi masyarakat tanpa harus memiliki sebuah perusahaan media besar karena fenomena dan penemuan internet dan interaktifitas. Dengan jaringan internet dan perangkat elektronik, masyarakat sudah bisa mengakses informasi, hiburan, melakukan komunikasi, dan kegiatan lainnya melalui media sosial maupun *World Wide Web*.

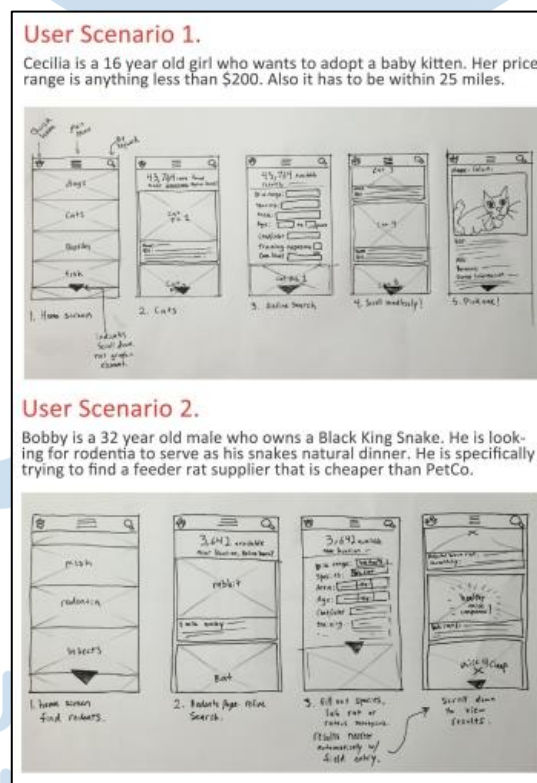
##### 2.2.1 Media Digital Interaktif

Berdasarkan Griffey (2020), pada bukunya yang berjudul "*Introduction to Interactive Digital Media*," media digital interaktif adalah suatu pengalaman berbasis sistem dan komputer yang memfasilitasi interaksi antara pengguna dengan perangkat. Pengaplikasian media digital interaktif tidak hanya terbatas pada interaksi digital seperti aplikasi dan *video game*, melainkan juga pengalaman fisik dengan suatu instalasi di museum atau tempat publik. Tujuan setiap perangkat maupun sistem yang didesain berbeda, namun memiliki kesamaan yaitu untuk memfasilitasi interaksi dua arah antara pengguna dan sistem (Griffey, 2020).



Perbedaan media digital interaktif dengan media lainnya adalah interaksi pengguna. Media interaktif juga biasanya memiliki atau memberikan pengalaman non-linear bagi pengguna. Setiap pengguna memiliki kemungkinan mengalami pengalaman yang berbeda ketika menggunakan suatu media interaktif, misalnya ketika seseorang membuka aplikasi Go-Jek, ada yang memesan makanan sedangkan ada yang memesan transportasi. Meskipun demikian, ada beberapa media digital interaktif yang sengaja didesain untuk disajikan secara linear seperti aplikasi pelatihan.

Dalam perancangan suatu media interaktif, seorang desainer memiliki tantangan pada perilaku pengguna yang tidak dapat ditebak, sehingga langkah penting yang perlu dilakukan adalah mencoba memprediksi penggunaan aplikasi. Hal ini biasa dilakukan dengan membuat skenario yang memungkinkan serta membuat prototyping untuk di tes (*Alpha & Beta testing*) pada target agar dapat memperbaiki kesalahan awal.



Gambar 2.63 Contoh *User Scenario*  
Sumber: Griffey (2020)

### 2.2.1.1 Jenis Media Digital Interaktif

Berdasarkan Griffey (2020), media digital interaktif terus berkembang dan berevolusi sesuai dengan berkembangnya teknologi dan globalisasi sehingga memicu bentuk, penggunaan, dan mode interaksi baru yang berdampak pada cara berkomunikasi, berbelanja, belajar, dan menikmati hiburan.

#### 1) *Traditional Stand-Alone Kiosks*

Bentuk media digital interaktif ini berupa suatu pengalaman berbasis layar pada lokasi spesifik yang interaktif (biasanya sensorik sentuh) dan biasanya dirancang untuk memberikan informasi atau instruksi, memfasilitasi komunikasi, memberikan hiburan, atau kegiatan lainnya. Bentuk media ini adalah bentuk media digital interaktif pertama yang ada bahkan sebelum *World Wide Web* ditemukan. Saat ini, bentuk media ini digunakan sebagai alat pembantu seperti pada bandara untuk melakukan *check-in* individu maupun media penunjang pengalaman pengunjung pada museum. Media ini sudah dapat memfasilitasi pengalaman interaktif kolaboratif.



Gambar 2.64 Instalasi pada *National Cowgirl Museum and Hall of Fame*  
Sumber: Griffey (2020)

## 2) Websites

Situs *web* adalah kombinasi dari halaman *web* yang berada pada suatu domain yang ditampilkan oleh suatu *browser* dan dapat diakses dari perangkat elektronik yang terhubung pada jaringan internet. Pada awal mula, *website* merupakan tampilan seperti brosur, layar statis dengan teks. Seiring perkembangan teknologi, *website* menjadi semakin kompleks dan maju dengan munculnya situs *e-commerce*, *blogs*, media sosial, dan sebagainya. Saat ini sudah terdapat banyak variasi perangkat elektronik sehingga *website* didesain untuk lebih responsive terutama pada *layout* dan isi sesuai dengan perangkat yang digunakan.



Gambar 2.65 Perkembangan Website U.S. Whitehouse  
Sumber: Griffey (2020)

## 3) Mobile Applications

Aplikasi seluler adalah salah satu bentuk media digital interaktif yang muncul setelah adanya *smartphone* modern. Aplikasi ini perlu dibeli atau diunduh dari toko aplikasi khusus pada layanan *smartphone* seperti pada App Store atau Play Store. Bentuk media ini populer sejak pertama kali

muncul karena efektif dan efisien, praktis, murah, dan mudah diperbaharui. Saat ini aplikasi banyak digunakan oleh hampir seluruh perusahaan besar karena kemudahan menjangkau pengguna dan fasilitas yang dapat digunakan akan mempermudah perusahaan menjalankan bisnis mereka.

#### 4) *Video Games*

*Video game* adalah suatu permainan yang dapat dimainkan dari suatu perangkat komputer, seluler, maupun konsol tertentu dimana pengguna dapat berinteraksi dengan sistem melalui beberapa jenis pengontrol baik fisik, sensor, maupun langsung pada layar. *Video game* pertama berupa permainan *arcade* yang dapat diakses oleh masyarakat umum dengan mesin seukuran bilik telepon. Permainan pertama yang dirilis adalah Pong pada tahun 1972.

Pada akhir tahun 1970-an, *video game* sudah tersedia di rumah dengan konsol khusus dan permainan pertama yang sukses adalah Atari 2600 pada tahun 1977. Pada 40 tahun terakhir, sudah banyak perkembangan dan evolusi generasi *video game* dari konsol hingga permainan tanpa alat kontrol sama sekali. Saat ini, *video game* sudah tersedia di seluruh perangkat yang biasa digunakan sehari-hari. Setiap bentuk *video game* juga memiliki karakteristik masing-masing seperti pada grafik yang tinggi, cerita yang mendalam, maupun sistem canggih seperti *Augmented Reality (AR)*, *Virtual Reality (VR)*, maupun sistem *Open World*. Permainan sudah tidak semata-mata hanya untuk hiburan bagi masyarakat melainkan dapat digunakan dalam sistem pembelajaran, melatih suatu kemampuan baik bagi pelajar maupun profesional. Industri ini merupakan industri yang berkembang dengan karakteristik dan peluang yang menarik.

#### 5) *Physical installations, Exhibits and Performance*

Banyak pengalaman interaktif yang unik dapat ditemukan pada museum dimana desainer pameran berusaha untuk menciptakan pengalaman dengan teknologi dan kreatifitas untuk menarik perhatian pengunjung.

Pameran interaktif merupakan suatu desain yang mendorong keterlibatan dan kolaborasi pengunjung. Media interaktif juga telah mendorong pertunjukan teater menuju dimensi baru dengan lebih menghidupkan dan membentuk suasana.



Gambar 2.66 *Hall of Ideas* diciptakan oleh *Small Design Firm*  
Sumber: Griffey (2020)

#### 6) *Non-Screen Based Interactive Experiences*

Inovasi yang relatif baru adalah desain digital intraktif tanpa layar yang dapat memfasilitasi pengguna dengan tujuan atau konteks yang berbeda sesuai tujuan perancangan. Contohnya adalah Amazon's Echo, Siri pada Apple, Google Assistant, dan lainnya yang dapat melakukan beberapa hal sesuai dengan perintah suara.

##### **2.2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perancangan**

Menurut Griffey (2020), proyek media digital interaktif sangat bervariasi pada bentuk medium, kegunaan, dan skala yang memengaruhi besar tim perancangan dan biaya yang diperlukan. Meskipun bervariasi, terdapat beberapa faktor dasar yang sama dalam pembuatan media digital interaktif antara lain :

#### 1) Jenis Interaktifitas

Interaktifitas yang tidak konvensional atau inovasi baru akan membutuhkan pemrograman yang lebih kompleks dan khusus sehingga akan membutuhkan SDM dan biaya yang lebih besar.

#### 2) Fungsionalitas

Suatu aplikasi atau *software* memiliki tingkat fungsionalitas yang berbeda. Semakin tinggi tingkat fungsionalitas tersebut (dapat melakukan banyak hal berbeda), sistem yang diperlukan lebih kompleks sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama untuk membuat dan mengembangkan *software/aplikasi* tersebut.

#### 3) Tingkat Adaptasi

Sebuah aplikasi atau *software* yang memiliki tingkat adaptasi yang tinggi adalah yang dapat berubah/memiliki personifikasi berdasarkan penggunaan yang telah dilakukan oleh pengguna. Untuk membuat suatu aplikasi atau *software* yang memiliki tingkat adaptasi tinggi, perlu dimiliki kemampuan untuk menyimpan dan mengolah informasi lampau, kemudian pengguna diberikan konten secara dinamis sesuai algoritme dan data yang disimpan di *database*.

#### 4) *Database*

*Database* adalah sekumpulan informasi berbentuk tabel dimana satu dalam suatu tabel berhubungan dengan data lainnya. Aplikasi dan *software* membutuhkan *database* untuk berjalan dan menjalankan fungsi mereka. *Database* dapat dibuat dari awal namun juga dapat diperjual belikan oleh perusahaan bisnis yang menjual data.

## 5) Jumlah dan Jenis Konten

Aplikasi dan *software* yang memiliki jumlah maupun tipe konten yang banyak dan bervariasi seperti foto, teks, video, ilustrasi, musik dan lainnya akan memakan waktu yang lebih lama untuk dirancang. Beberapa konten yang sudah tersedia dapat digunakan untuk mempercepat proses pembuatan, namun harus dipastikan memiliki perizinan secara legal untuk menggunakan konten tersebut.

### 2.2.1.3 Kemampuan Dasar Perancangan

Kemampuan yang dibutuhkan untuk mengembangkan media digital interaktif sangat bergantung pada latar belakang dan keahlian setiap individu, namun pengetahuan dasar mengenai hal dasar agar dapat memahami proses perancangan wajib diketahui oleh setiap individu terlihat (Griffey, 2020).

#### 1) Mengenal Media

Banyak variasi dan bentuk media yang menjadi konten atau isi dari suatu rancangan desain seperti video, audio, animasi, teks, ilustrasi, dan sebagainya. Setiap bentuk media memerlukan pertimbangan khusus dalam menentukan keputusan untuk mengintegrasikannya pada suatu desain interaktif karena syarat dan ketentuan yang berbeda.

#### 2) *User Experience Design*

Media interaktif biasanya memiliki komponen visual yang besar sehingga diperlukan keterampilan komunikasi visual untuk memastikan *user experience* yang maksimal. Namun perlu diperhatikan bahwa mendesain media interaktif berbeda dengan mendesain media statis. Media interaktif lebih mendekati suatu desain pengalaman dibandingkan mendesain untuk penyampaian informasi.

### 3) *Coding* dan Otorisasi

Media digital interaktif memerlukan orang yang dapat menulis kode/*coding* di dalam perancangannya. Bahasa programming dan alat otorisasi yang digunakan untuk merancang media interaktif sangat bergantung pada hasil akhir desain media dan *platform* yang digunakan. Contohnya adalah seorang perancang *web* akan menggunakan bahasa kode HTML, CSS, JavaScript, dan PHP dalam Dreamweaver. Sementara pengembang aplikasi pada *software* Apple akan menggunakan kode Swift dalam Xcode.

#### 2.2.2 Mobile Applications

*Mobile applications* atau yang sekarang dikenal dengan sebutan *apps* adalah salah satu jenis digital media interaktif yang muncul setelah adanya *smartphone* modern yang terdesain untuk bekerja secara spesifik akan suatu hal pada *tablet*, *smartphone*, atau jam pintar (Griffey, 2020). Aplikasi *mobile* telah tumbuh semakin populer karena murah, mudah untuk diunduh, diperbarui, dihapus, serta memberikan peningkatan yang menyenangkan dan bermanfaat bagi suatu perangkat.

##### 2.2.2.1 Prinsip *Mobile Applications*

Pada proses mendesain satu aplikasi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan termasuk salah satunya prinsip dasar dari aplikasi itu sendiri. Prinsip tersebut menurut So (2017) adalah antara lain :

###### 1) *Platform* yang dipakai

Pada proses perancangan aplikasi, desainer perlu memikirkan pola dan komponen berdasarkan sistem operasi yang akan digunakan baik itu iOS maupun Android. Desainer harus secara konsisten mengacu pada pedoman desain OS dasar terlebih dahulu agar mendapatkan kualitas yang maksimal. Pedoman platform dasar selalu berkembang dan diperbaharui sehingga perlu



sering mengikuti pedoman terbaru dan meningkatkan kemampuan ingatan serta pengetahuan desainer.

## 2) Fokus pada manfaat bagi pelanggan

Kita perlu mendesain aplikasi demi kepentingan pelanggan terlebih dahulu, bukan karena kita dapat menggunakan kembali suatu pola atau komponen untuk fitur lain. Pola desain membantu untuk menjadikan suatu sistem dan menyatukan pengalaman dalam seluruh ekosistem produk, namun tidak mengartikan bahwa hal tersebut adalah proses desain pertama atau terakhir. Pertanyaan yang perlu untuk selalu ditanyakan adalah bagaimana hal ini dapat menguntungkan pelanggan.

## 3) Pikirkan perangkat

Desainer perlu memikirkan cara untuk memanfaatkan kemampuan perangkat yang akan digunakan. Perangkat seluler memiliki banyak fitur yang dapat digunakan seperti sentuhan, suara, tekanan, pelacakan lokasi, akselerometer, notifikasi, dan sebagainya. Desainer perlu merancang sesuatu dengan memikirkan fitur yang dapat digunakan dan bermanfaat bagi pengalaman pengguna.

## 4) Skalabilitas

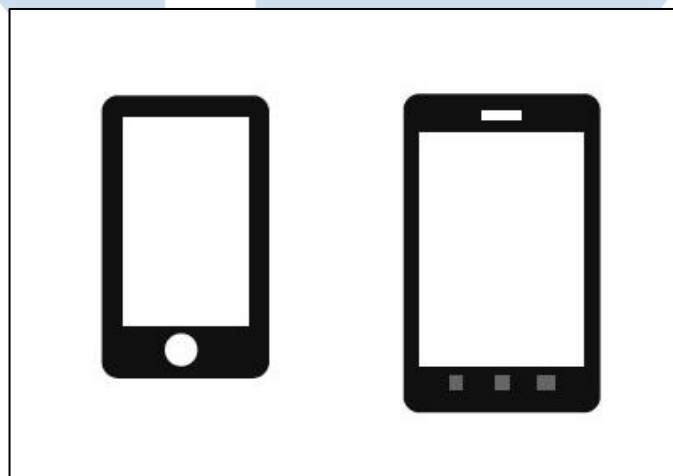
Skalabilitas pada perangkat yang biasanya terjadi pada ponsel dan *tablet* menjadi tantangan yang umum bagi para desainer. Perangkat seluler tidak hanya terbatas telepon tetapi termasuk *tablet*, ponsel, hingga *phablet*. Untuk memahami hal tersebut perlu dilakukan penelitian dengan pengguna untuk mendapatkan beberapa standar karena meskipun ponsel dan *tablet* memiliki banyak kesamaan, mereka digunakan dengan sangat berbeda.

### 2.2.2.2 *Interface*

Terdapat beberapa jenis *interface* pada perancangan aplikasi sesuai dengan jenis perangkat yang digunakan. Menurut So (2017), terdapat dua jenis *interface* yang biasa digunakan yaitu *phone interface* dan *tablet interface*.

#### 1) *Phone Interface*

*Interface* seluler yang ukurannya berada di bawah tujuh inci adalah *interface* jenis telepon atau *phone interface*. Prinsip mendasar untuk *interface* jenis ini adalah hanya memasukkan informasi yang diperlukan dan tidak membebani pengguna dengan informasi lebih. *Smartphone* adalah cara yang nyaman untuk mengonsumsi informasi di mana saja.

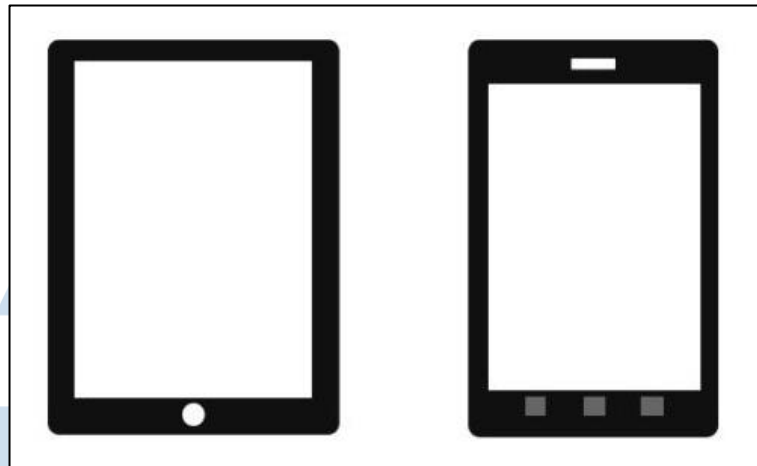


Gambar 2.67 *Phone Interface*

Sumber: <https://medium.com/intuit-engineering/native-mobile-app-design-overall-principles-and-common-patterns-26edee8ced10>

#### 2) *Tablet Interface*

*Interface* dengan ukuran lebih besar dari tujuh inci dikategorikan sebagai *tablet*. Desain harus terlihat dan terasa seperti *web* pada layar *desktop* tetapi berfungsi sebagai *smartphone* seperti gerakan *tap*, *swipe*, *hold*, dan sebagainya. *Tablet* dilihat sebagai perangkat *hyrid* dari telepon dan komputer.



Gambar 2.68 *Tablet Interface*

Sumber: <https://medium.com/intuit-engineering/native-mobile-app-design-overall-principles-and-common-patterns-26edee8ced10>

### 2.3 *Storytelling*

*Storytelling* atau cerita adalah suatu bentuk karya yang tidak hanya dapat membawa penonton dalam perjalanan dunia imajiner tetapi juga dapat mengungkapkan rahasia kelam perilaku manusia hingga menginspirasi untuk melakukan perbuatan mulia (Miller, 2020). *Storytelling* sendiri dapat digunakan untuk layanan dan tujuan manusia seperti mengajar dan melatih kaum muda. Metode ini telah dilakukan dari jaman purba dalam bentuk ukiran pada batu, lukisan di vas, maupun secara lisan.



Gambar 2.69 Ilustrasi Orang Yunani Kuno (SM 500)  
Sumber: Miller (2020)

### 2.3.1 *Digital Storytelling*

*Storytelling* digital adalah materi naratif yang menjangkau audiens melalui teknologi dan media digital dengan ciri khas yaitu interaktifitas yaitu komunikasi dua arah antara audiens dan materi naratif (Miller, 2020). Menurut Miller (2020), bentuk media interaktif adalah sebuah pengalaman non-linear dimana poin dari plot tidak selalu tersusun secara urut. Karya interaktif dapat memiliki plot utama namun pemain atau pengguna dapat menyusuri jalur dan berinteraksi dengan cara yang bervariasi. Informasi digital memungkinkan bentuk *storytelling* digital karena mudah disimpan, diakses, maupun ditransfer antara berbagai macam perangkat.

#### 2.3.1.1 **Karaktersitik**

Karya *storytelling* digital memiliki beberapa karakteristik yang menjadikan mereka unik dan memiliki ciri khas. Karakteristik tersebut menurut Miller (2020) antara lain :

##### 1) Jenis narasi

Melibatkan serangkaian peristiwa dramatis yang terhubung dengan fungsi untuk membentuk dan menceritakan suatu cerita.

##### 2) Mengandung karakter

Karakter yang ada dapat dikendalikan oleh pengguna maupun oleh komputer, bahkan karakter sintetis seperti *Artificial Intelligence* (AI).

##### 3) Interaktif

Pengguna memiliki kontrol atau pengaruh pada aspek cerita.

##### 4) Non-linear

Peristiwa atau adegan tidak selalu terjadi pada urutan yang tetap.

5) Imersif

Memiliki imersifitas yang tinggi sehingga pengguna merasa ada dalam cerita itu sendiri.

6) Partisipatif

Pengguna ikut berpartisipasi dalam cerita.

7) Dapat dinavigasi

Pengguna dapat memilih dan membuat jalur mereka sendiri melalui cerita atau lingkungan visual yang ada.

### **2.3.1.2 Interaktifitas**

Interaktifitas adalah kata yang tersusun atas dua bagian. Bagian awal yaitu “inter” yang memiliki arti “antara”, menyiratkan pertukaran dua arah. Bagian kedua “aktif” yang memiliki arti “melakukan sesuatu” yaitu keterlibatan. Secara keseluruhan, kata ini menunjukkan hubungan yang aktif antara dua entitas (Miller, 2020). Jika digunakan pada konteks konten naratif menunjukkan hubungan penonton dengan materi yang responsive satu dengan lainnya. Penonton memiliki kemampuan untuk memanipulasi, mengeksplorasi, atau mempengaruhi konten sedangkan konten dapat merespons tindakan penonton.

Menurut Miller (2020), salah satu bentuk keberhasilan dari interaktifitas adalah ketika penonton dapat merasakan imersifitas yang tinggi. Penonton dapat berinteraksi dengan dunia virtual, karakter, maupun objek yang ada dengan berbagai cara dan tingkatan. Pengalaman yang didapatkan dapat mencapai pengalaman multi-indera karena merangsang tidak hanya satu indera manusia.

Terdapat enam jenis interaktifitas yang ada hampir pada seluruh tipe *storytelling* digital yang ada (Miller, 2020). Enam jenis tersebut adalah antara lain :

#### 1) Stimulus dan Respon

Stimulus yang ada bisa kecil seperti saat pengguna mengeklik kursor pada suatu gambar yang mengeluarkan bunyi sampai menyelesaikan teka-teki. Pengguna kemudian diberikan hadiah berupa terjadinya suatu *event* seperti terbukanya pintu rahasia atau seorang karakter yang memberitahu sebuah rahasia. Biasanya stimulus datang dari program sedangkan pengguna merespon tetapi ada beberapa mainan pintar yang dapat berlaku sebaliknya.

#### 2) Navigasi

Pengguna dapat menelusuri program dengan bebas sehingga dapat memilih apa yang ingin dilakukan. Ada sistem yang menawarkan penjelajahan dunia 3D yang luas seperti dalam *video game* maupun lebih terbatas seperti memilih opsi dari menu yang ditawarkan pada DVD.

#### 3) Kontrol atas objek

Pengguna memiliki kontrol atas objek virtual yang ada. Contohnya adalah seperti menembakkan senjata, membuka laci, atau memindahkan barang dari satu sisi ke tempat lainnya. Bentuk interaktif ini cukup umum namun tidak sepenuhnya universal.

#### 4) Komunikasi

Pengguna dapat berkomunikasi dengan karakter lain baik yang dikendalikan oleh sistem maupun orang lain di dunia nyata. Komunikasi dapat dilakukan melalui teks yang diketik pengguna, menu dialog, suara, maupun tindakan fisik. Jenis interaktivitas ini cukup umum namun tidak universal juga.

#### 5) Pertukaran informasi

Hal ini mencakup hal seperti mengirim komentar ke forum online hingga mengunggah video di Youtube. Jenis ini biasa ditemukan pada perangkat yang memiliki koneksi ke internet.

#### 6) Akuisisi

Tipe material yang dapat diakuisisi berkisar dari visual hingga konkret dengan cara mendapatkan hal tersebut yang beragam. Pengguna dapat mengumpulkan informasi atau membeli barang fisik di dunia nyata maupun mengumpulkan barang virtual berupa aset dalam suatu permainan. Jenis interaktivitas ini umum pada media yang terhubung pada internet dan ada di hampir seluruh *video game*.

### 2.3.2 *Digital Storytelling for Education*

*Storytelling* merupakan media edukasi yang lebih holistik dan inklusif dalam membahas visi pengembangan ilmu pengetahuan melalui hati dan pikiran dengan kapasitas fleksibilitas, kreatifitas, dan kemampuan untuk mengerti (Jamissen et al., 2017). Cerita memungkinkan kita untuk melampaui fakta maupun data hitungan/ukuran. Hal ini juga menumbuhkan kapasitas untuk memasuki imajinasi serta narasi untuk mendapatkan wawasan dan kebijaksanaan.

Salah satu alasan mengapa *storytelling* digital bekerja dengan baik dalam pembelajaran adalah karena membuat konten lebih mudah untuk dimengerti dan menghibur namun tetap dapat menyampaikan materi penting yang ingin dipelajari (Miller, 2020). Pembelajaran interaktif juga sangat fleksibel karena program yang sama dapat mengakomodasi tingkat pelajar maupun gaya belajar yang berbeda. Menurut Jamissen et al. (2017), salah satu konsep dari pembelajaran *storytelling* untuk edukasi adalah adanya keintiman dan rasa aman dalam penyampaian naratif. Keintiman dan rasa aman yang dimaksud muncul karena kemampuan untuk mengungkapkan detail intim

atau sensitif yang bahkan mungkin dianggap tidak pantas untuk dibahas dalam beberapa konteks budaya. Ketika digunakan secara bertanggung jawab, *storytelling* dapat menumbuhkan tingkat dukungan dan rasa saling menghormati yang menyatukan orang dengan cara yang mendasar.

### **2.3.2.1 *Emotion & Interpersonal Relationship***

*Storytelling* merupakan media edukasi yang menyentuh dan melewati aspek emosi manusia (Jamissen et al., 2017). Emosi sangat penting untuk kelangsungan hidup dan adaptasi manusia karena mempengaruhi cara kita melihat, menafsirkan, berinteraksi, hingga bereaksi terhadap dunia di sekitar kita. Emosi adalah bagian dari dinamika interpersonal yang ada dalam setiap konteks pembelajaran.

Manusia adalah makhluk sosial yang perlu belajar dan meningkatkan kemampuan kompetensi interpersonal. Menurut Jamissen et al. (2017), pada konteks ini emosi, hubungan interpersonal, dan pembelajaran tidak dapat dipisahkan sehingga tidak dapat diabaikan salah satu dari aspek tersebut. Terbukti bahwa hubungan interpersonal sangat penting bagi pembelajaran dan kesuksesan.

### **2.3.2.2 *Personal Storytelling***

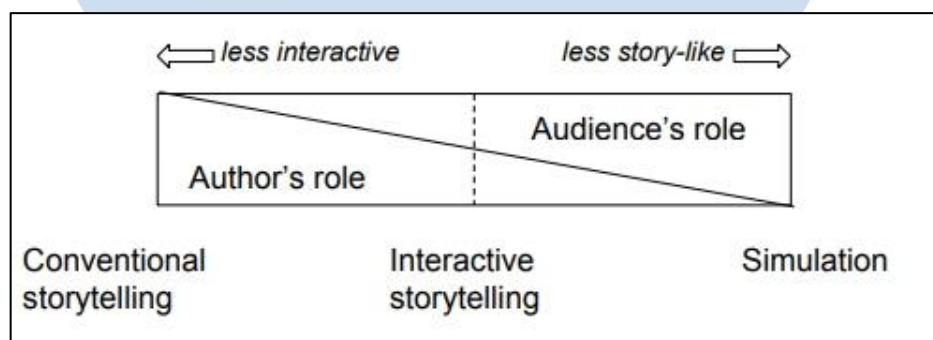
*Storytelling* telah berkembang biak dalam berbagai bidang sebagai sarana untuk memahami subjek yang berbeda. Kemampuan *storytelling* yang dimiliki manusia adalah alat terbaik bagi pendidikan sebagai re-kontekstualisasi dari apa yang telah dipelajari dalam proses pembuatan makna yang berkelanjutan yaitu belajar untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan dalam konteks yang berbeda sepanjang hidup (Jamissen et al., 2017). Cerita dapat membangkitkan emosi, ide, dan bagian dari diri yang tidak terduga, mengubah perspektif mengenai suatu pengalaman, serta membangun dan mendekonstruksi pengetahuan. Melalui cerita akan suatu pengalaman akan diperoleh makna dan melalui refleksi serta interpretasi



ditransformasikan menjadi pengetahuan. Menurut Jamissen et al. (2017), aktivitas berdialog dalam proses *storytelling* adalah bagian yang memungkinkan pembelajaran dan pengembangan manusia karena pembelajaran terjadi ketika refleksi pengalaman ditransformasikan menjadi cerita yang logis dan bermakna bagi orang lain.

### 2.3.3 *Interactive Storytelling*

Certa adalah sebuah data, hal yang tetap dan tidak berubah sehingga tidak dapat terjadi suatu interaksi padanya. *Storytelling* atau dongeng atau cerita interaktif adalah suatu proses dinamis yang dalam dibuah, dimainkan, maupun diinteraksikan. Hal ini memunculkan istilah *interactive storytelling* (Crawford, 2013).



Gambar 2.70 Spektrum Interaktifitas  
Sumber: Smed (2019)

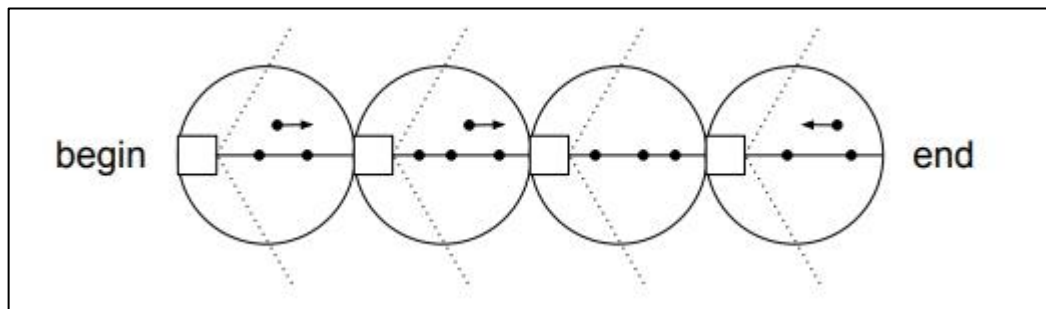
Pada spektrum di atas, terlihat bahwa cerita konvensional tidak memiliki interaktivitas karena kendali penuh penulis/pembuat cerita. Simulasi menjadi keterbalikan dari hal tersebut di mana pembaca atau user memiliki control penuh atas cerita yang berlangsung (Smed, 2019). Menurut Smed (2019), cerita interaktif biasanya berada di tengah spektrum ini. *Interactive storytelling* memberikan peran kunci pada sang interaktor/user. Desainer membangun dan menyediakan karakter, alat peraga, dan *events* yang terbentuk dalam dunia cerita. Berdasarkan hal tersebut dan pilihan interaksi, sebuah cerita dihasilkan yang kemudian dialami oleh sang interaktor/user (Smed, 2019).

Menurut Crawford (2013), pembaca atau user harus dapat membuat suatu pilihan atau keputusan yang signifikan dalam cerita. Pilihan yang diberikan perlu memberikan dampak yang besar (*kernel*) dalam cerita dan tidak merupakan interaktifitas (*satellite*) semata. Poin kedua adalah keputusan yang diberikan kepada pemain harus seimbang. Jika diberikan pilihan antara memakan bawang dan menyelamatkan sang putri dari naga, pilihannya terlalu jelas untuk menjadi bermakna. Terakhir, dunia cerita perlu memberikan pemain banyak keputusan dalam skala kecil dan kurang berdampak. Percakapan memberi desainer arena yang sempurna untuk membuat keputusan kecil karena memungkinkan pemain untuk mengembangkan hubungannya dengan karakter lain yang secara halus mendorong pada perkembangan yang lebih dramatis (Crawford, 2013).

#### 2.3.3.1 *Kernel dan Satellite*

*Kernel* dan *satellite* adalah istilah yang digunakan untuk membedakan konten narasi (Smed, 2019). *Kernel* mengacu pada konten penting dari cerita yang akan berulang ketika dialami lagi. Menurut Smed (2019), *kernel* membentuk identitas cerita sehingga ketika seseorang mengubah *kernel*, ia akan menghancurkan logika naratif dari cerita dan akhirnya berakhir dengan cerita yang sama sekali berbeda. *Satellite* mengacu pada konten yang dapat dihilangkan atau diubah tanpa mengubah identitas cerita.

Menurut Smed (2019), model ini membentuk perspektif orang bahwa *kernel* adalah momen di mana cerita dapat bercabang menjadi beberapa jalur yang berbeda. Waktu ini menjadi saat interaksi dimana *user* perlu membuat pilihan penting yang membentuk jalan cerita *user* tersebut. *Satellite* memungkinkan bentuk interaksi yang lebih ringan, mudah, dan *simple*.



Gambar 2.71 Contoh *Kernel* dan *Satellite*  
Sumber: Smed (2019)

Pada gambar di atas, persegi menggambarkan kernel dan titik hitam menggambarkan satellite. Lingkaran besar menggambarkan satu bagian cerita yang terbuat atas suatu kernel. Garis hitam menggambarkan alur yang dijalani sedangkan garis putus-putus menggambarkan jalur lain yang dapat terjadi (Smed, 2019).

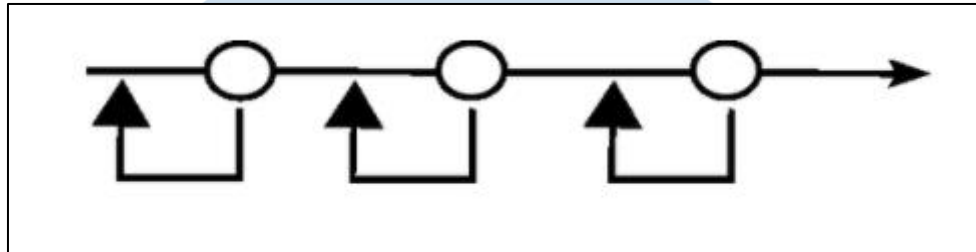
### 2.3.3.2 *Plot Structures*

Terdapat dua klasifikasi dari beberapa struktur naratif dan perangkat yang tersedia untuk desainer naratif interaktif yang dibuat oleh Meadows dan Jenkins. Meadows menggambarkan tiga struktur plot untuk naratif interaktif yang ada, mulai dari Impositional (plot sangat dikontrol oleh perancang game) hingga Ekspresif (plot sangat dikontrol oleh pemain). Tiga struktur plot yang dibuat mewakili poin-poin penting pada kontinum imposisional hingga ekspresif (Hammond, 2007).

#### 1. *Nodal Plot*

Nodal plot adalah struktur plot yang paling mendasar dan mengesankan, dengan dorongan paling besar untuk membangun cerita dramatis klasik. Cerita dalam bentuk ini memiliki satu awal dan dua akhir. Pemain gagal dan harus memulai lagi dari titik awal dalam narasi atau pemain berhasil dan menyelesaikan permainan. Pemain tidak dapat mengubah arah plot, tetapi hanya dapat mengubah kecepatan perkembangan plot di sepanjang jalur

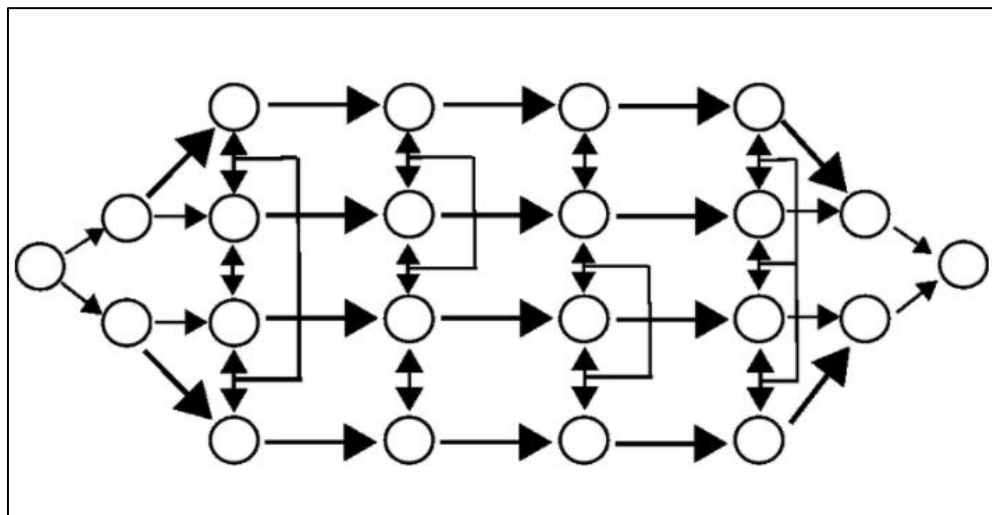
liniernya. Pada setiap titik keputusan, tindakan pemain memutuskan apakah pemain gagal atau berhasil menuju bagian berikutnya.



Gambar 2.72 Contoh *Open Plot*  
Sumber: Hammond (2007)

## 2. *Modulated Plot*

Modulated plot mengakibatkan pemain memilih jalur yang akan diikuti dengan memilih dari set opsi yang terbatas dan telah ditentukan sebelumnya pada titik keputusan tetap dalam plot. Pemain memilih jalur melalui 'grafik plot' yang terbatas. Poin keputusan ini memberikan keterjangkauan untuk agensi pemain yang terbatas.

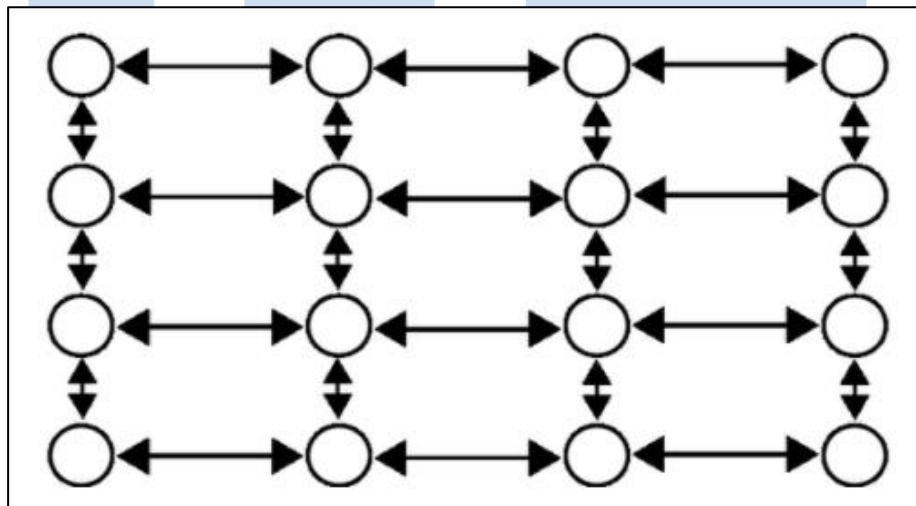


Gambar 2.73 Contoh *Modulated Plot*  
Sumber: Hammond (2007)

## 3. *Open Plot*

Open plot adalah struktur yang paling ekspresif untuk pemain, terlebih untuk desainer. Plot ini memberikan poin interaktivitas paling banyak

untuk pemain. Pemain mempengaruhi plot melalui banyak keputusan kecil, daripada beberapa keputusan besar. Struktur dramatis klasik dapat sepenuhnya ditinggalkan untuk kepentingan eksplorasi, modifikasi, dan investasi dari pemain. Cerita biasanya didasarkan pada perkembangan karakter atau perkembangan lingkungan, atau keduanya dengan potensi agensi pemain sangat besar. Tetapi jika pemain tidak dapat menemukan cara untuk mengekspresikan niatnya dan menilai konsekuensi dari ekspresi tersebut, rasa agensi gagal terwujud..



Gambar 2.74 Contoh *Open Plot*  
Sumber: Hammond (2007)

## 2.4 *Hustle Culture*

*Hustle* menurut *Cambridge Dictionary* (2021) memiliki arti suatu tindakan yang dilakukan secara cepat dan energetik. Menurut Lugina Setyawati (2020), *hustle culture* sendiri adalah suatu budaya dimana masyarakat menganut gaya hidup gila kerja (Assajjadiyyah, “*Hustle culture*”, 2020). Kegiatan *hustling* terjadi agar seseorang bekerja melampaui batas untuk kebebasan palsu (Bethke, 2019). Kegiatan ini dilakukan tidak terbatas pada suatu pekerjaan formal untuk mencapai pemenuhan dari segi ekonomi, melainkan suatu gaya hidup yang dimulihkan sehingga manusia hidup untuk bekerja dan bukan sebaliknya.

### 2.4.1 Sejarah Munculnya *Hustle Culture*

Budaya bekerja keras ini dimulai pada masa revolusi industri, saat dimana manusia mulai menggunakan mesin dan bekerja pada pabrik (Headlee, 2020). Perubahan paling besar yang terjadi karena revolusi industri adalah konsep “*Time is Money*”, yang muncul karena semakin lama waktu mengerjakan mesin pada pabrik menghasilkan lebih banyak produksi. Hal ini mengakibatkan terjadinya pelanggaran terburuk terhadap tenaga kerja/pekerja buruh pada abad ke sembilan belas dalam sejarah manusia (Headlee, 2020).

Keberhasilan perjuangan yang telah dilakukan untuk mendapatkan keseimbangan jam bekerja kembali jatuh karena naiknya konsumerisme dan kesenjangan dalam pendapatan (Headlee, 2020). Menurut Bethke (2019), dimulai pada tahun 1913, konsumerisme menjadi definisi kebebasan. Banyak pekerja yang menggunakan penghasilan tambahan bukan untuk bekerja lebih sedikit melainkan untuk membeli lebih banyak.



Gambar 2.75 Fleksibilitas Bekerja  
Sumber: <https://unsplash.com/photos/bXfQLglc81U>

Saat ini, kita hidup dalam masyarakat yang memuji kerja keras dan sibuk adalah suatu kehormatan (Giovanetti, 2021). Batas antara rumah dan kantor semakin menipis dan banyak dari masyarakat yang tidak pernah benar-benar keluar dari mode bekerja. Berdasarkan Undang-Undang No.13 tahun 2003 pasal 77 ayat 1, UU No.13/2003 menyatakan bahwa jam kerja normal adalah empat puluh jam per minggu dengan ketentuan tujuh jam sehari untuk

enam hari kerja dan delapan jam sehari untuk lima hari kerja per minggu. Kemajuan teknologi telah meningkatkan fleksibilitas dalam ranah pekerjaan sehingga batas dengan beristirahat semakin tipis (Headlee, 2020). Kebiasaan yang muncul akibat fleksibilitas ini menjadikan suatu budaya yang dinormalisasi oleh masyarakat.

## **2.4.2 Faktor Pendorong *Hustle Culture***

*Hustle culture* sudah ada dari jaman revolusi industri namun lebih mudah diterima oleh masyarakat sekarang. Beberapa faktor yang menjadi penyebab *hustle culture* lebih mudah diterima dan dinormalisasi masyarakat terbagi atas dua yaitu faktor internal dan eksternal.

### **2.4.2.1 Faktor Internal**

*Hustle culture* muncul karena suatu keadaan dunia dalam industri, namun salah satu penyebab masyarakat masih melakukan kegiatan ini tidak lepas dari alasan internal. Beberapa masalah internal yang ada dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu pola pikir yang salah, mengabaikan kesehatan diri, dan ekspektasi.

#### 1) Pola pikir yang salah

Salah satu alasan orang melakukan pekerjaan yang berlebihan adalah karena pola pikir masyarakat yang kurang tepat. Banyak dari masyarakat yang bekerja untuk mencapai kesuksesan. Tidak sedikit yang dibesarkan dengan pengajaran kerja keras akan membawa kesuksesan sehingga masyarakat menyamakan konsep bekerja keras dengan sukses (Petersen, 2020). Menurut Giovanetti (2021), suatu kesuksesan atau hasil adalah sesuatu yang dicapai ketika manusia bekerja dengan berorientasi hasil dan kualitas, bukan kuantitas. Seseorang dengan orientasi hasil yang akan berpikir mengenai efisiensi, bukan sebaliknya. Memiliki hidup dengan kesibukan tinggi belum tentu melakukan sesuatu yang berarti bagi kesuksesan hidup seseorang.

Produktifitas menjadi miskonsepsi kedua yang sering dimiliki oleh seorang *hustler*. Salah satu cara untuk mengukur produktifitas menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* adalah dengan menghitung PDB per jam kerja yaitu dengan mengukur efisiensi berdasarkan input tenaga kerja dikombinasikan dengan faktor produksi lainnya (OECD, 2021). Seseorang yang sibuk dan menghabiskan waktu lebih banyak bekerja belum tentu lebih produktif dari orang yang menghabiskan lebih sedikit waktu (Giovanetti, 2021). Hasil uji coba empat hari Microsoft Jepang pada 2019 menunjukkan peningkatan 40% produktifitas karyawannya (Gilchrist, CNBC, 2020). Dengan membatasi jam kerja, seseorang akan bekerja dengan lebih efisien untuk mendapatkan hasil yang ditargetkan dengan waktu minimal.

## 2) Mengabaikan kesehatan diri

Masyarakat masih suka meremehkan pentingnya kesehatan tubuh mereka. Kompetisi akan kurangnya dan pengorbanan jam masih sering terjadi dan diglorifikasi (Fried & Hansson, 2018). Tidak jarang manusia menjadi sakit bahkan terpaksa berhenti karena tubuh mereka akibat dari kelalaian mereka dalam mendengarkan kebutuhan untuk beristirahat (Giovanetti, 2021). Beberapa dari kita pun masih memaksa untuk bekerja dalam keadaan sakit karena takut akan beban pekerjaan yang ditinggalkan. Hal ini tidak akan membantu produktifitas seseorang untuk menjadi lebih baik, melainkan memunculkan risiko untuk membuat penyakit tersebut lebih parah.

## 3) Ekspektasi

Salah satu pendorong budaya *hustle culture* adalah karena ekspektasi tinggi akan dunia kerja dan diri sendiri yang telah terinternalisasi karena faktor cara dibesarkan, hubungan dengan lingkungan, dan media (Headlee, 2020). Bahaya dari budaya modern adalah media sosial yang mengubah pandangan kita akan kehidupan orang lain kemudian melakukan perbandingan dengan diri sendiri. Hal ini menciptakan ekspektasi yang tidak ideal dan tidak sehat bagi kehidupan.



Menurut Headlee (2020), ekspektasi tidak datang hanya dari diri sendiri melainkan orang lain. Contoh sederhana adalah bahwa kita berusaha untuk menjawab *chat* dengan cepat karena takut akan ekspektasi orang untuk langsung mendapatkan balasan atau mengira telah terjadi sesuatu yang buruk. Membiarkan ekspektasi orang mempengaruhi kita akan membawa stress dan kebiasaan untuk selalu mengorbankan kebutuhan diri. Seseorang memiliki hak untuk mengatur hidupnya sendiri demi kesejahteraan hidupnya.

#### 2.4.2.2 Faktor Eksternal

*Hustle culture* muncul karena suatu keadaan dunia yang mempengaruhi aspek ekonomi, budaya, dan sosial. Beberapa masalah eksternal yang ada dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu *techno dan neo-capitalism*, globalisasi, sosial media, dan pandemi COVID-19.

##### 1) *Techno dan Neo-Capitalism*

Pada zaman *neo-capitalism* ini, nilai manusia diukur berdasarkan kemampuan dan keuntungan yang dapat menciptakan keuntungan bagi yang mempekerjakan kita (Petersen, 2020). Menurut Lugina, *techno-capitalism* membuat semua hal menjadi komoditas yang bisa diuangkan sehingga memicu masyarakat untuk lebih giat bekerja (Assajjadiyyah, “*Hustle culture*”, 2020). Ketika melakukan suatu hobi menjadi suatu pekerjaan, batas antara keduanya menjadi hilang (Petersen, 2020).

Kemajuan sektor jasa dan industri kreatif adalah sektor pekerjaan yang mengedepankan inovasi dan kreativitas sehingga munculnya tuntutan untuk selalu bekerja dan menghasilkan sesuatu (Assajjadiyyah, “*Hustle culture*”, 2020). Hal ini didorong dengan fenomena *gig economy* yaitu pekerja lepas atau *freelance* yang meningkatkan kompetisi pekerjaan.

## 2) Globalisasi

Globalisasi telah menghilangkan batasan-batasan yang ada seperti ruang dan waktu sehingga meningkatkan budaya kompetitif terutama dalam aspek pekerjaan. Budaya kompetitif ini terjadi karena banyaknya orang yang menginginkan posisi yang terbatas (Petersen, 2020). Terlebih lagi kemajuan teknologi membuat manusia tidak hanya berkompetisi dengan sesama melainkan dengan teknologi karena semakin banyaknya pekerjaan yang bisa digantikan oleh mesin.

## 3) Sosial Media

Sosial media adalah salah satu pendorong terbesar budaya *hustle culture* saat ini. *Influencer* dan orang ternama yang menormalisasikan budaya ini dapat membagikannya secara *online* melalui sosial media mereka seperti Elon Musk pada twitternya (2018) yang menyatakan bahwa hanya dengan bekerja empat puluh jam seminggu kita tidak akan dapat mengubah dunia (Musk, 2018). Menurut Peterson (2020) sosial media terutama instagram menjadi tempat dimana masyarakat membandingkan hidup satu sama dengan lainnya meskipun mengetahui kenyataan bahwa apa yang dibagikan disana tidak semuanya. Media sosial mendorong obsesi pada kesibukan performatif yaitu kesibukan dengan tujuan “*engagement*” (Headlee, 2020). Sosial media mengaburkan batasan antara bekerja dan bermain terutama dengan adanya *social media influencer* yang bekerja dari sosial media itu sendiri.

Generasi Z sebagai generasi teknologi dengan penggunaan sosial media dengan rata-rata dua jam lima puluh tujuh menit setiap harinya menjadi kelompok yang rentan akan budaya *hustle culture* (Global Web Index, 2018). Glorifikasi yang dilakukan dengan membagikan dan mengunggah kesibukan yang dilakukan pada sosial media akan membentuk pola pikir ideal produktifitas yang salah bagi mereka.

#### 4) Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 telah mengubah persepsi masyarakat mengenai bekerja dan hidup (Giovanetti, 2021). Pandemi ini memaksa masyarakat untuk kembali memastikan bagaimana bekerja dan beristirahat dalam ruang yang terbatas dan batasan yang tipis. Hasil dari situasi *work from home* ini telah meningkatkan produktifitas sebesar 13% namun menghabiskan waktu bekerja jauh lebih lama karena tidak dapat menentukan kapan untuk berhenti.

Menurut Giovanetti (2021), pandemi telah mengubah persepsi masyarakat mengenai *burnout* dan *exhaustion* yang tidak hilang meskipun pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih fleksibel. Virus corona menyebabkan masyarakat terkurung dalam rumah dan memunculkan suatu kebosanan yang membuat orang tidak nyaman karena merelasikan perasaan tersebut dengan perilaku tidak produktif. Permasalahan ini dapat dikurangi dengan melakukan atau membuat suatu rutinitas dan jadwal bekerja.

#### **2.4.3 Dampak *Hustle Culture***

*Storytelling* merupakan media edukasi yang lebih holistik dan inklusif dalam membahas visi pengembangan ilmu pengetahuan melalui hati dan pikiran dengan kapasitas fleksibilitas, kreatifitas, dan kemampuan untuk mengerti (Jamissen et al., 2017). Cerita memungkinkan kita untuk melampaui fakta maupun data hitungan/ukuran. Hal ini juga menumbuhkan kapasitas untuk memasuki imajinasi serta narasi untuk mendapatkan wawasan dan kebijaksanaan.

*Hustle culture* memiliki beberapa dampak bagi kehidupan seseorang karena menormalisasikan kesibukan. Dampak tersebut ada pada baik aspek kesehatan maupun aspek sosial

### 2.4.3.1 Dampak Kesehatan

Berdasarkan hasil riset berjudul “The Effect of Long Working Hours and *Overtime* on Occupational Health”. Yang telah dipublikasikan oleh *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *overworking* berisiko negatif baik bagi kesehatan mental maupun fisik (Wong et al., 2019).

#### 1) Kesehatan Mental

Pekerjaan yang sibuk dan jam kerja yang panjang mempengaruhi kehidupan masyarakat termasuk dalam aspek kesehatan baik secara langsung maupun tidak langsung (Wong, 2019). Efek negatif yang disebabkan oleh bekerja yang berlebihan bagi kesehatan mental yang paling banyak ditemui antara lain *burnout*, *depression*, *anxiety*, dan *suicidal*.

##### a) *Burnout*

Tidak sedikit masyarakat yang masih beranggapan bahwa jika seseorang tidak bekerja hingga *burned out* maka dianggap bukanlah orang yang produktif bekerja (Giovanetti, 2021). *Burnout* bukan suatu perasaan atau kelelahan semata. *Burnout* menurut WHO dalam *International Classification of Diseases 11<sup>th</sup>* atau ICD-11 yang telah menjadi standar global akan penyakit dimulai pada 21 Mei 2021 adalah suatu sindrom yang diakibatkan stress kronis akan pekerjaan. Seseorang dapat dikatakan *burned out* ketika mengalami perasaan kehabisan energi atau kelelahan, tidak semangat bekerja, serta merasa kurang produktif maupun kurang pencapaian.

##### b) Depresi

Depresi adalah salah satu penyakit mental yang paling umum ditemui terutama pada generasi muda. American Psychological Association (2018) menyatakan bahwa Generasi Z adalah generasi dengan risiko penyakit mental paling tinggi dengan depresi dengan persentase paling tinggi di 58%.

Menurut WHO pada ICD-11, depresi adalah penyakit mental yang ditandai dengan suasana hati depresif atau hilangnya rasa senang yang disertai dengan gejala kognitif, perilaku, maupun neurovegetatif yang mempengaruhi kemampuan individu untuk berfungsi.

Depresi menjadi salah satu permasalahan kesehatan mental yang terjadi karena waktu bekerja yang berlebihan mempengaruhi durasi tidur yang didapatkan (Wong, 2019). Salah satu faktor penyebab depresi adalah pekerjaan yang merupakan faktor tertinggi baik bagi Generasi Z (77%). Pekerjaan juga menjadi faktor utama depresi pada generasi lainnya (64%) setara dengan faktor keuangan.

c) *Anxiety*

*Anxiety* adalah suatu penyakit mental yang dicirikan akan kecemasan berlebih maupun perilaku tertentu (WHO, 2021). Penyakit ini dapat memberikan gejala yang parah hingga risiko yang signifikan bagi aspek kehidupan pribadi, keluarga, sosial, pendidikan, maupun pekerjaan. Perbedaan *anxiety* dengan kecemasan lainnya adalah adanya stimulus atau situasi khusus yang memicu ketakutan dan kecemasan terjadi. Menurut Giovanetti (2021), ketika seseorang tidak dapat mencapai keseimbangan kehidupan di dalam dan luar pekerjaan maka akan mereka akan berisiko terkena dan hidup dalam *anxiety*.

d) *Suicidal*

Pemikiran atau perilaku bunuh diri adalah salah satu risiko yang dapat terjadi karena permasalahan pekerjaan. Sebagai negara yang dikenal dengan *karoshi* atau suatu peristiwa dimana seseorang meninggal karena bekerja berlebihan, Jepang memiliki tingkat kematian bunuh diri yang tinggi akibat panjangnya waktu bekerja dan permasalahan pekerjaan (Takahashi, 2019). Menurut WHO ICD-11 *suicidal* dibagi menjadi *suicidal thought* dan *suicidal behaviour*.

*Suicidal thought* adalah pikiran atau keinginan tentang kemungkinan mengakhiri hidup baik hanya berpikir untuk lebih baik mati hingga perumusan rencana untuk bunuh diri. Sedangkan *suicidal behaviour* adalah tindakan nyata yang dilakukan sebagai persiapan untuk mengakhiri hidup namun belum sampai upaya bunuh diri yang sebenarnya. *Overworking* dan *long working hours* menjadi penyumbang besar bagi gangguan mental yang menjadi faktor terbesar perilaku *suicidal* dengan persentase 25% (Takahashi, 2019).



Gambar 2.76 *Suicidal*

Sumber: <https://unsplash.com/photos/2yc0Jofvezo>

## 2) Kesehatan Fisik

Perilaku *overwork* dan jam kerja berlebihan memberikan dampak yang signifikan bagi kesehatan fisik seseorang. Beberapa penyakit fisik yang paling sering ditemui adalah *fatigue*/kelelahan, stroke dan penyakit jantung, *sleep disorder*, hingga kematian (Wong, 2019).

### a) *Fatigue*

Pekerjaan yang berlebihan hingga memakan waktu tidur akan berakibat kelelahan. *Fatigue* atau kelelahan menurut WHO ICD-11 dialami akibat melemahnya sumber daya fisik atau mental seseorang. Hal ini terjadi ditandai dengan penurunan kapasitas kerja dan efisiensi dalam menanggapi

rangsangan. Hasil riset oleh Wong (2019) menunjukkan bahwa kelelahan menjadi permasalahan kedua tertinggi setelah permasalahan tidur atas dampak *overwork* dalam aspek kesehatan yang tidak termasuk dalam kesehatan fisiologi dan mental.

b) Stroke dan Penyakit Jantung

Pada 17 Mei 2021, WHO dan ILO (International Labour Organization) mengeluarkan berita mengenai meningkatnya kematian oleh penyakit jantung dan stroke yang disebabkan waktu bekerja yang panjang. Pada tahun 2016 tercatat kematian sebanyak tujuh ratus empat puluh lima ribu dengan peningkatan 29% dari tahun 2000. Hasil riset menunjukkan bahwa hal ini lebih berisiko bagi masyarakat Pasific Barat dan Asia Tenggara.

WHO menyatakan bahwa resiko ini meningkat sebesar 33% bagi masyarakat yang bekerja lebih dari lima puluh lima jam per minggu. Pandemi COVID-19 memiliki resiko mempercepat perkembangan ini karena tren peningkatan waktu kerja pada masa pandemi. Hasil riset oleh Wong (2019) menunjukkan bahwa penyakit kesehatan fisiologi utama yang didapat karena *overwork* adalah penyakit jantung.

c) *Sleep Disorder*

Permasalahan tidur menjadi salah satu penyakit bersama dengan *fatigue* yang disorot akibat dari *overwork* dan waktu bekerja yang panjang meskipun tidak termasuk kedalam permasalahan kesehatan fisiologi maupun mental secara langsung (Wong, 2019). Dari seluruh permasalahan tidur yang ada, durasi tidur yang kurang menjadi masalah utama dan paling banyak dialami. Durasi tidur yang pendek yaitu kurang dari enam jam sehari dapat mengancam kesehatan secara serius karena meningkatkan resiko terkena penyakit jantung kardiovaskular, penyakit jantung koroner, obesitas, hipertensi, maupun diabetes melitus tipe 2.

d) Kematian

Kematian adalah bagian dari resiko terbesar perilaku *overworking* atau jam kerja yang berlebihan. Kematian ini dapat terjadi baik karena penyakit maupun karena perilaku *suicidal*. WHO dan ILO telah menyatakan peningkatan kematian karena perilaku ini sebesar 29% karena penyakit jantung dan stroke (2021). Wong juga menyatakan pada beberapa negara terutama negara Asia Timur mengenai adanya fenomena “*working to death*” (2019). Negara Jepang sendiri memiliki sebutan khusus yaitu *karoshi* bagi fenomena tersebut dan pada tahun 2014 pemerintah Jepang secara aktif melakukan riset dan tindakan preventif untuk mengurangi fenomena tersebut (Takahashi, 2019). Perilaku *suicidal* yang terjadi juga dapat berawal karena penyakit mental yang muncul akibat *overwork*.

#### **2.4.3.2 Dampak Sosial**

Tidak hanya dampak bagi aspek kesehatan, Headlee (2020) menyatakan kesibukan berlebihan juga berisiko memberikan dampak negatif bagi kemampuan sosial dan hubungan seseorang karena waktu yang didedikasikan pada bekerja mengurangi interaksi sosial yang seharusnya dilakukan. Empati adalah salah satu aspek yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia dan secara universal ada pada dalam diri manusia. Empati perlu dibangun dan dijaga melalui interaksi dengan sesama (Headlee, 2020).

Berada dalam suatu komunitas dan hubungan adalah salah satu keperluan dasar manusia. Banyak masyarakat yang menginvestasikan waktu mereka dalam pekerjaan dibandingkan dalam kegiatan berkelompok meskipun pekerjaan bukan keperluan dasar yang diperlukan (Headlee, 2020). Manusia telah semakin mendorong diri ke arah digitalisasi dan isolasi yang berisiko negatif dalam jangka waktu panjang. Teknologi tidak dapat dihilangkan dari kehidupan, namun manusia dapat belajar untuk membatasi penggunaannya agar mencapai batas wajar.