

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Menurut Landa (2013) Desain grafis merupakan bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk memberikan informasi atau pesan kepada calon audience. Penempatan, kreasi, dan penempatan sebuah elemen visual mempengaruhi efektivitas pada desain visual hingga dapat mempengaruhi tingkah laku pada calon audiensi. Ada tiga prinsip desain. Desain ilustrasi merupakan kreasi untuk membantu atau melengkapi sebuah teks. Ilustrasi dapat memperkuat dan menjelaskan sebuah pesan berupa tulisan. Ilustrasi dapat bervariasi pada gaya visualnya dari setiap profesional ilustrator. Prinsip kedua adalah desain komunikasi. seorang desainer memiliki tujuan untuk berkomunikasi dan memudahkan sebuah informasi menjadi lebih jelas untuk audiensi. Interaktif desain merupakan desain grafis berbasis media layar *Digital* untuk *user* berinteraksi dengan desain. peran penting desainer untuk masyarakat adalah menggunakan keahliannya untuk memberikan informasi mengenai sosial dan politik untuk alasan yang altruistis dengan menggunakan komunikasi visual.

2.1.1 Elemen Desain

2.1.1.1 Titik/Garis

Sebuah titik merupakan bagian paling kecil dari sebuah garis. titik yang memanjang dinamakan garis. Garis biasanya dikenali berdasarkan panjangnya, melainkan lebar garisnya. Garis berperan penting dalam komposisi dan komunikasi. Garis dapat berbentuk garis lurus, melengkung dan memiliki sudut. Selain itu, garis dapat ramping atau tebal, halus atau kasar, dan lain-lain.



Gambar 2.1 Contoh Elemen Garis
Sumber : Herbert (2020)

2.1.1.2 Bentuk

Bentuk merupakan sekumpulan garis yang menutup. Dengan penggambaran dua dimensi yang di bentuk menggunakan sekumpulan garis, tekstur, atau warna. Bentuk selalu digambarkan dengan panjang dan lebar atau flat. Dalam grafik desain sebuah angka, *letterforms*, dan tanda baca juga merupakan bentuk. *Figure/Ground*, atau dapat dikatakan sebagai *positive/negative space* merupakan prinsip dasar dari persepsi visual.

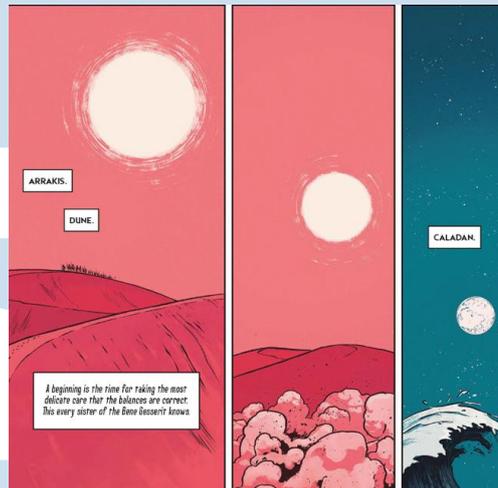


Gambar 2.2 Bentuk Dasar yang Membentuk Matahari
Sumber : Herbert (2020)

2.1.1.3 Warna

Elemen desain yang kuat adalah warna. Dengan cahaya kita dapat melihat warna. Warna yang kita lihat di benda atau permukaan

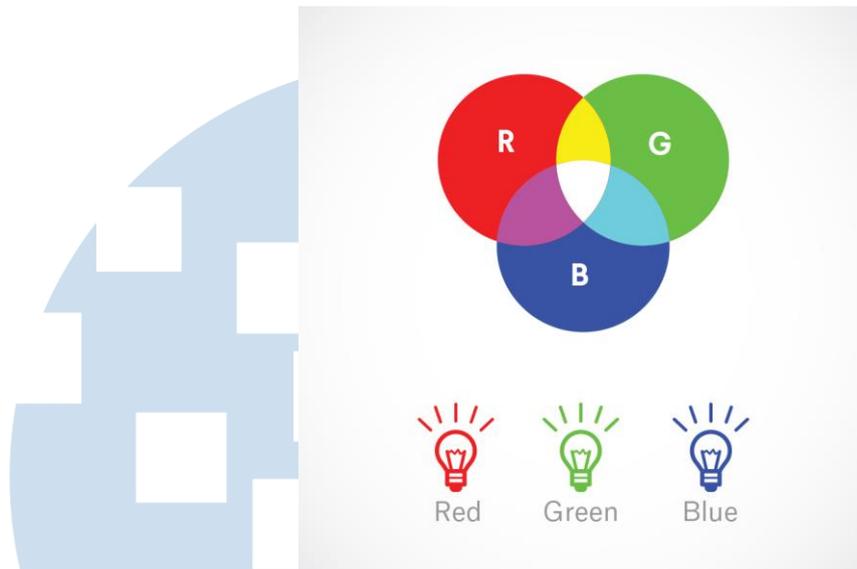
di lingkungan kita disebut cahaya yang di pantulkan atau warna yang terpantulkan. Tetapi warna pada layar komputer dinamakan energi cahaya atau sebuah *Wavelength* yang dapat kita sebut juga warna *Digital*. Warna dapat dibagi menjadi tiga kategori, yakni *hue*, *Value*, dan *saturation*. *Hue* dapat dikatakan nama dari sebuah warna seperti contohnya merah, kuning, hijau, biru, dan lain-lain. Selain itu *hue* memiliki dua jenis warna yaitu warna *warm* dan *cold*. *Value* merupakan tingkat keterangan dari sebuah warna, ukurannya yaitu seberapa terang warna tersebut dan seberapa gelap. Saturasi merupakan tingkat kejelasan, dan seberapa kusam dari warna.



Gambar 2.3 Contoh Warna yang Menggambarkan *Environment*
Sumber : Herbert (2020)

a. Teori Warna

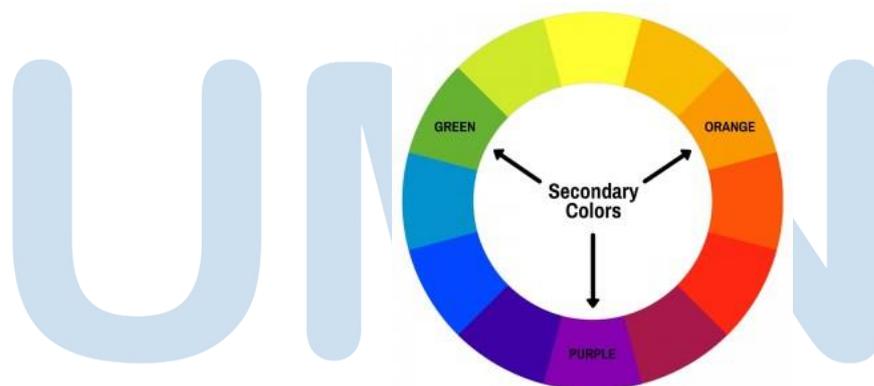
Dengan mengerti warna dasar atau dapat disebut *primary color* dapat membantu lebih mengerti mengenai warna. Saat menggunakan warna yang biasanya ditemui di layar atau *screen-based* tiga warna dasar adalah Merah, Hijau, dan Biru. Dengan menggunakan warna utama, Kombinasi dari warna merah dan hijau menjadi warna kuning, warna hijau dan biru menjadi warna *cyan*, dan warna biru dan merah menjadi warna ungu.



Gambar 2.4 Teori Warna Primer

Sumber : <https://blog.thepapermillstore.com/blogdev/color-theory-introduction-to-color-theory-and-the-color-wheel/secondary-colors/>

Warna tersebut disebut sebagai warna dasar karena warna-warna yang ada di atas tidak bisa dibuat dari warna lain, sedangkan warna lainnya dapat dibuat dengan warna tersebut.



Gambar 2.5 Secondary Color

Sumber : <https://blog.thepapermillstore.com/blogdev/color-theory-introduction-to-color-theory-and-the-color-wheel/secondary-colors/>

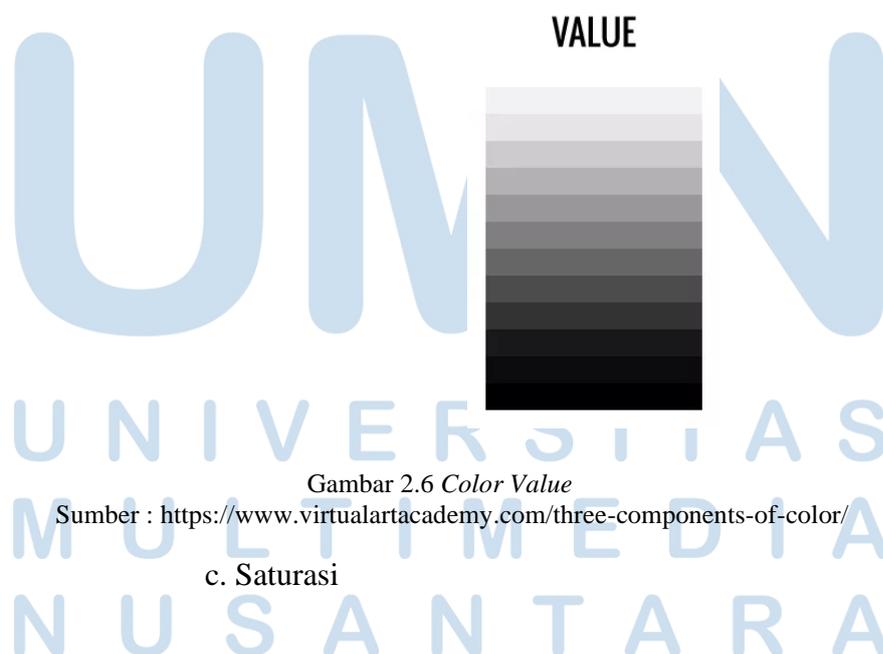
Warna orange, hijau, dan violet dinamakan *secondary colors*. Saat bermain dengan *color palettes* di komputer, pengguna dapat menggunakan warna yang sangat banyak. Tetapi akan sangat

sulit untuk mata manusia dapat melihat jutaan warna yang dibuat oleh warna dasar di komputer.

Sedangkan pada sistem off-set atau printing, warna dasarnya adalah cyan (C), Magenta (M), Yellow (Y), dan Black/Key (K). Dapat disebut CMYK. Umumnya, warna hitam digunakan untuk meningkatkan seberapa kontras warna yang akan di tampilkan. Dengan proses penggabungan warna CMYK dinamakan *four colors process*.

b. *Value*

Value di sebut sebagai tingkat keterangan, dapat diukur dengan seberapa terang dan gelapnya warna. Untuk mengatur sebuah *Value* dari sebuah warna, warna netral (hitam dan putih) akan digunakan. Gabungan antara warna hitam atau putih akan mempengaruhi intensitas dari *hue*. Contoh dari *Value* adalah kuning cerah atau kuning gelap.

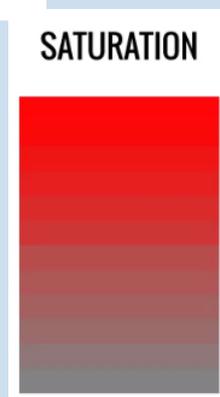


Gambar 2.6 *Color Value*

Sumber : <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>

c. Saturasi

Saturasi warna dapat dilihat dari bagaimana warna/*hue* terlihat pudar atau kusam. Warna yang saturasinya sangat intens itu adalah *hue* atau warna aslinya. Warna yang dicampur dengan warna abu akan menghasilkan warna dengan saturasi rendah. berbeda dengan *Value*, yang dapat diukur dari seberapa banyak campuran warna hitam atau putih. Warna dengan saturasi tinggi dan warna dengan saturasi rendah akan menghasilkan atensi lebih intens pada warna dengan saturasi tinggi.



Gambar 2. 7 Saturasi Warna

Sumber : <https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/>

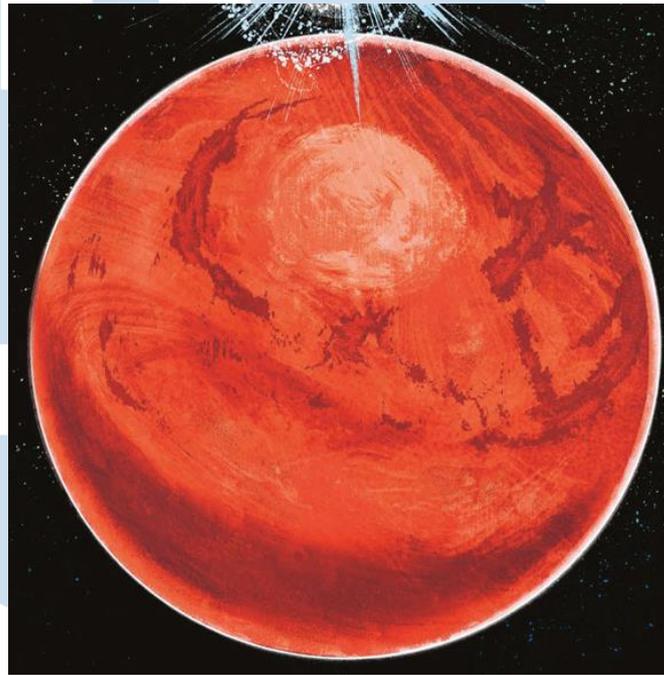
d. Konsiderasi teknis

Pemilihan warna dan mengerti teknis warna merupakan sebuah tanggung jawab seorang desainer. Dengan memiliki pengetahuan mengenai perbedaan teknis warna *screen-based* dan *printing* merupakan sesuatu yang esensial. Produksi dan campuran warna tinta, atau warna yang *screen safe*. Untuk *printing* desainer menggunakan warna CMYK dan *screen-based* menggunakan RGB. Warna *Screen-safe* ada standarisasi menggunakan 256 warna, walaupun saat ini masih belum begitu stabil.

2.1.1.4 Tekstur

Tekstur merupakan sebuah kualitas atau simulasi taktil dari permukaan. Pada seni visual ada dua jenis tekstur yakni, tekstur taktil

atau visual. Tekstur taktil seperti namanya memiliki simulasi fisik yang asli dan bisa sentuh secara fisik. Sedangkan tekstur visual adalah sebuah ilusi dari sebuah tekstur taktil yang dibuat menggunakan tangan atau *scan* dari sebuah tekstur fisik atau sebuah fotografi.



Gambar 2. 8 Tekstur Planet
Sumber : Herbert (2020)

Selain itu ada yang bernama *pattern* yang berarti sebuah repetisi dari satu elemen visual yang berjarak. Akan ada sebuah repetisi yang sistematis yang terlihat. *Pattern* dapat menggunakan sebuah visual dasar seperti sebuah titik, garis, dan *grid*. Selain visual yang disebutkan sebelumnya, sebuah gambar yang berukuran kecil juga bisa digunakan untuk membuat sebuah *pattern*, misalnya gambar sepatu.

2.1.2 Prinsip Desain

2.1.2.1 Format

Prinsip desain yang paling mendasar merupakan format. Format pada desain merupakan sebuah batasan bidang yang

dilingkupinya. Atau dapat disebut sebagai bidang (kertas, Layar monitor, layar *smartphone*, Papan reklame, dll). Format pada desain beragam mulai dari *cover* CD yang berbentuk persegi, Poster yang menggunakan bentuk yang persegi panjang, dan brosur yang memiliki bentuk yang berbeda-beda. Sedangkan format *Digital* juga beragam, dari *aspect ratio*, dan resolusi. Jenis kertas, banyaknya kertas, dan ukuran dapat mempengaruhi harga cetak. Berbagai hal tersebut merupakan tanggung jawab desainer yang menentukan. Kebutuhan dan *budget* dari solusi yang ditawarkan.

2.1.2.2 Keseimbangan

Balance atau keseimbangan yang dibuat menggunakan visual *weight* di setiap bagian pada titik *axis* tengah maupun distribusi berat dari setiap elemen visual pada sebuah komposisi. Rata-rata seorang *viewers* mendapatkan reaksi negatif terhadap desain yang memiliki komposisi yang tidak seimbang. Pada sebuah desain visual dua dimensi, berat tidak dapat didefinisikan sebagai gaya gravitasi sebenarnya, tetapi dengan berat visual. Berat visual dapat diartikan menjadi sebuah daya tarik, kepentingan atau tekanan dari sebuah elemen pada komposisi desain. Besar, bentuk, *Value*, peletakan, warna, dan tekstur dapat membantu besarnya berat visual pada elemen. *Asimetric* merupakan sebuah distribusi yang setara menggunakan berat visual yang sama tanpa *mirroring* sebuah elemen pada setiap sisi dari *axis* tengah. *Radial balance* merupakan simetris yang menggabungkan antara simetris horizontal dan vertikal. Setiap elemen dan posisi memberi kontribusi pada keseimbangan pada komposisi secara keseluruhan.

2.1.2.3 Hierarki

Desainer akan menggunakan hierarki visual untuk memandu *viewer*. Yakni dari penataan dari seluruh elemen grafis. Penekanan adalah penataan elemen visual berdasarkan kepentingan dari elemen

satunya ke yang lainnya. Membuat satu elemen visual lebih dominan dari elemen lainnya. Penekanan berhubungan langsung dengan menentukan titik fokus. Titik fokus merupakan bagian dari desain yang paling di tekankan. Untuk membentuk sebuah hierarki visual, tentukan kepentingan dari elemen grafis dari desain yang ingin di rancang. Buat sebuah *flow of information* dari bagian terpenting hingga yang paling tidak penting.

1. Penekanan menggunakan isolasi

Mengisolasi bentuk dapat memfokuskan atensi pada bentuk tersebut (yang diisolasi). Titik fokus harus memiliki berat visual yang sama dan mengimbangi *element visual* lainnya.

2. Penekanan menggunakan penempatan

Penempatan dari sebuah elemen visual dapat dilakukan karena bagaimana *viewers* bergerak secara visual dengan mengenal ruang pada komposisi. Misalnya, menempatkan elemen visual pada bagian depan, bagian kiri atas, dan di tengah dapat lebih mendapatkan perhatian daripada di bagian lainnya.

3. Penekanan menggunakan ukuran

Ukuran bentuk atau objek memiliki peran penting sebagai penekanan. Ukuran dari sebuah bentuk ke bentuk lainnya dapat membuat sebuah ilusi *object* terlihat lebih di depan atau di belakang. Ukuran bentuk yang lebih besar biasanya mendapatkan lebih banyak. Bahkan jika ukuran lebih kecil terlihat lebih kontras dari beberapa bentuk yang ukuran besar dapat terlihat lebih menarik atensi.

4. Penekanan menggunakan kontras

Melalui kontras, terang dengan gelap, lembut dengan kasar, *bright* dengan *dull* dapat menekankan grafik elemen dari satu ke lainnya. Elemen visual yang terang berada di tengah elemen yang

gelap dapat menimbulkan titik fokus pada elemen yang terang. Kontras juga tergantung oleh posisi, ukuran, dan bentuk.

5. Penekanan menggunakan arah

Elemen visual seperti tanda panah dan diagonal atau vertikal untuk petunjuk ke mana arah mata *viewers* untuk melihat.

6. Penekanan menggunakan diagram terstruktur

a. Struktur pohon

Memberi posisi elemen visual yang dominan di bawah atau di atas elemen visual yang kurang dominan dapat membuat urutan hubungan hierarki visual.

b. Struktur sarang

dapat dilakukan menggunakan lapisan (visual elemen yang bertimpa) atau pengurangan (elemen yang lebih penting berisi elemen yang kepentingannya tidak lebih)

c. Struktur tangga

struktur ini menimpa elemen-elemen visual dengan elemen visual paling penting ada di paling atas dan semakin menurun seperti tangga ke elemen visual di bawahnya.

2.1.2.4 Ritme

Seperti ketukan pada musik, grafik desain memiliki ritme dengan menggunakan repetisi yang konsisten, atau sebuah *pattern* pada elemen desain yang dapat membuat mata *viewers* untuk melihat ke segala arah halaman. Ritme ini dapat putus-putus, di perlambat, atau di percepat, sama halnya seperti musik. Ritme dapat dikatakan sebagai rangkaian elemen visual pada interval yang ditentukan untuk

membantu sebuah visual *flow* yang jelas dari satu halaman ke halaman lainnya. Dengan memahami perbedaan variasi dan repetisi dapat memudahkan untuk lebih mengerti mengenai ritme pada grafik desain. Repetisi terjadi saat desainer mengulang satu atau lebih elemen visual beberapa kali dengan konsisten. Variasi terjadi saat adanya perubahan atau modifikasi pada elemen atau *pattern*. Seperti warna, bentuk, jarak, posisi, dan berat visual.

2.1.2.5 Unity

Ada banyak cara untuk mencapai *unity* elemen grafis pada sebuah desain agar semua elemen grafis menjadi satu kesatuan. Saat sudah menjadi satu kesatuan semua elemen grafis terlihat seperti semua elemen desain menjadi satu. Dapat dipikirkan bagaimana cara membuat hubungan dari setiap elemen visual dengan mempertimbangkan lokasi, orientasi, bentuk, dan warna.

2.1.2.6 Laws of Perceptual Organization

1. *Similarity* : Elemen yang berbagi karakteristik yang sama dapat dianggap sebagai milik bersama. Elemen visual dapat berbagi kemiripan dari bentuk, tekstur, warna, atau, arah.

2. *Closure* : Elemen visual yang berdekatan dapat di anggap memiliki hubungan.

3. *Continuity* : jalur atau koneksi visual yang dirasakan di antara bagian-bagian elemen visual. Elemen yang muncul sebagai kelanjutan elemen sebelumnya dianggap memiliki hubungan dan menciptakan kesan gerakan.

4. *Closure* :Kecendrungan berpikir untuk menghubungkan elemen visual secara individual untuk menghasilkan *form*, unit, atau *pattern* yang utuh.

5. *Common fate* : elemen akan menjadi satu kesatuan jika bergerak pada tujuan yang sama.

4. *Continuing line* : Garis selalu mengikuti jalur yang paling sederhana.

Saat desainer mengulangi sebuah elemen seperti warna, *Value*, bentuk, atau tekstur, desainer akan membuat sebuah hubungan visual di antara elemen-elemen yang ada. *corresponden* dapat membuat sebuah elemen desain sebagai satu kesatuan. Kesatuan merupakan tujuan utama pada komposisi.

Viewers akan merasakan rasa kesatuan dalam suatu komposisi ketika mereka melihat atau merasakan hubungan visual melalui penyelarasan elemen, objek, atau tepi. Karena orang selalu mencari susunan atau kerapian, mata mereka akan sangat mudah untuk mendapat relasi dan membuat koneksi antara bentuk. Penyelarasan/*Alignment* adalah sebuah penentuan posisi hubungan elemen visual dari satu ke lainnya agar lebih selaras. Struktur grafis, seperti *grid*, digunakan untuk mengatur penempatan sebuah elemen visual dengan memberi panduan. Elemen seharusnya ditata agar adanya *visual flow* atau *movement*.

2.1.3 Ukuran

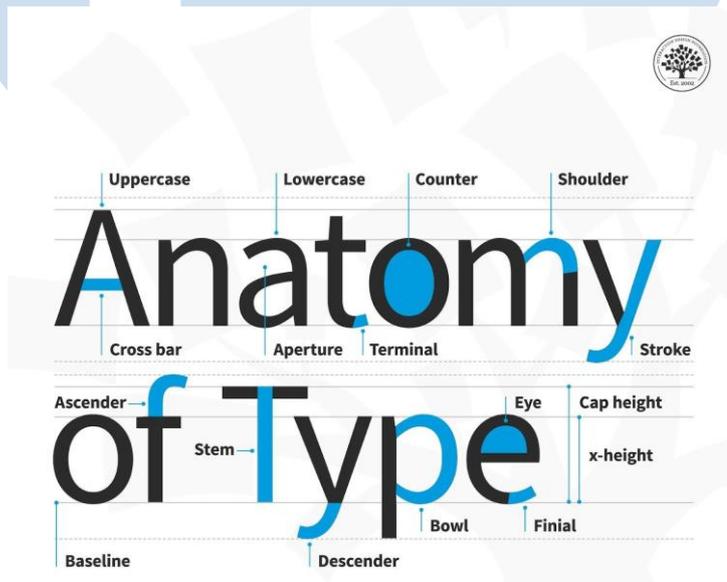
Dalam sebuah desain, ukuran sebuah elemen grafis dilihat pada elemen grafis lainnya yang masih berada di komposisi yang sama. Ukuran berdasarkan pada hubungan proporsional antara bentuk lainnya. Dengan memanfaatkan sebuah ukuran dapat membuat variasi visual pada komposisi. Ukuran menambahkan kontras dan dinamisme di antara bentuk-bentuk. Selain itu, memanipulasi sebuah ukuran dapat memberikan ilusi ruang tiga dimensi.

2.1.4 Tipografi

Menurut landa (2013) tipografi merupakan sebuah desain dari *letterform* atau penataan pada bidang dua dimensi atau *space and time* pada jika pada desain *motion graphic* dan *media interaktif*. Biasanya digunakan sebagai *display* atau teks. *Display* merupakan desain yang dominan dalam bentuk komponen tipografi.

2.1.4.1 Anatomi Tipografi

Menurut Interaction Design Fondation (n.d). sama halnya dengan manusia, tipografi memiliki struktur yang menjadi satu kesatuan yang membentuk desain yang utuh. Anatomi ini memiliki beberapa terminologi yang perlu diketahui oleh penulis.



Gambar 2. 9 Anatomi Tipografi

Sumber : <https://www.interaction-design.org/literature/topics/anatomy-of-type>

- 1) Yang pertama adalah aperture, adalah ruang yang tertutup sebagian pada sebuah huruf. Hal ini bisa terlihat pada contoh gambar diatas (pada bagian huruf a).

- 2) *Ascender* adalah bidang garis yang menjulang verikal diatas bagian *x-height*. Dapat terlihat pada bagian huruf.
- 3) *Baseline* merupakan bagian yang tidak terlihat dimana huruf berdiri atau dibawah bagian *x-height*.
- 4) *Bowl* merupakan bentuk melingkar yang merupakan bagian utama pada huruf.
- 5) *Cap height* adalah garis vertikal tinggi dari atas *baseline*.
- 6) *Counter*, sebuah *white space* yang di tutup oleh bagian dari huruf. Misalnya lubang dari huruf O.
- 7) *Cross bar* adalah garis yang melintang horizontal pada huruf.
- 8) *Descender* kebalikan dari *ascender*, merupakan garis yang dibawah bagian dari *x-height*.
- 9) *Dot* seperti pada namanya ialah titik yang berada di atas huruf j atau i.
- 10) *Eye* adalah sebuah *whitespace* yang berada di huruf e yang tertutup oleh oleh bidang huruf.
- 11) *Finial* adalah bagian yang meruncing pada ujung teks.
- 12) *Lowercase* adalah huruf kecil.
- 13) *Shoulder* adalah garis yang melengkung pada huruf dan merupakan bagian dari *stem*.
- 14) *Spine* adalah bagian inti yang melengkung pada huruf kapital atau huruf kecil.
- 15) *Stem* adalah biasanya berbentuk lurus vertikal ke atas dan bagian utama pada huruf.
- 16) *Serif* adalah garis yang ditambahkan pada ujung garis utama di huruf.
- 17) *Small capital* adalah huruf kapital yang kecil biasanya digunakan untuk dapat bersinabung pada huruf kecil.
- 18) *Stroke* adalah garis yang lurus atau lengkung pada teks.
- 19) *Terminal* adalah bentuk lingkaran pada ujung dai *arm*, *leg*, atau *brow*.

20) *Uppercase* adalah huruf besar.

21) *X-height* adalah panjang dari *baseline* atau dapat menjadi acuan tinggi dari huruf x.

22) *Weight* merupakan ketebalan dari garis pada huruf.

2.1.5 Psikologi Warna

Menurut Haller (2019) seperti kita memberi warna, kita juga memberikan sebuah arti pada sebuah warna. Persepsi warna akan arti tertentu sudah terjadi sejak lama. Warna juga memberikan pengaruh pada kondisi psikologis manusia. Sigmund Freud seorang psikologis memberikan sebuah metafora untuk menggambarkan sebuah pikiran manusia dengan sebuah gunung es. Puncak gunung es mewakili sebuah pikiran yang sadar. Yakni, ingatan, pikiran, sensasi dan persepsi. Di bawah permukaan air terdapat sebuah pikiran bawah sadar yang mewakili sebuah emosi, impulsif, insting, dan memori. Menurut beliau bagian paling terpenting adalah bagian dibawah sadar, karena pikiran bawah sadar mempengaruhi berperilaku.

2.1.5.1 Psikologi Warna Primer

Warna merah memberikan efek atau respon terhadap kondisi fisik. Merah dapat menyebabkan denyut nadi menjadi lebih tinggi, dan mengaktivasi kondisi "*fight or flight*". Kuning memberikan efek terhadap emosi, dan dapat mengaktivasi sistem saraf. Warna biru dapat mengaktivasi akal kita, atau memicu respon mental. Terakhir warna hijau merupakan warna harmonis dan keseimbangan. Hijau terdapat ditengah-tengah warna kuning, merah, dan biru.

2.1.5.2 Psikologi Warna Lainnya

Selain warna primer, warna lainnya memiliki efek psikologis juga. Warna-warna dibawah ini memiliki efek yang positif dan juga negatif terhadap psikologis.

a. *Pink*

Warna *Pink* memberikan ekspresi yang *nurturing*, *caring*, dan *empathic love*. Namun warna ini juga dapat memberikan kesan yang cengeng, lemah, dan tidak berdaya.

b. Orange

Warna *orange* memberikan sebuah kesan yang menyenangkan, ceria, dan hangat. Namun jika penggunaan warna ini tidak berhati-hati warna ini dapat memberikan kesan yang murah dan kekanak-kanakan.

c. Cokelat

Warna cokelat adalah warna bumi, warn aini identis dengan warna yang *welcoming*, *cozy*, dan *depandable*. Cokelat juga dapat memiliki kesan yang tidak menyenangkan, membosankan, dan *stubborn*.

d. Ungu

Warna ini dapat memiliki kesan yang spiritual dan refleksi. Warna ini juga dapat meiliki makna yang *lose in touch with reality*.

e. Abu

Abu memiliki kesan yang tenang, damai, dan *safety*. Namun dapat memberikan efek yang melelahkan.

f. Hitam

Hitam dapat memberikan persepsi akan misterius, emosi yang stabil, elegan, dan *glamour*. Warna hitam juga dapat memberikan kesan yang dingin, menakutkan, dan *unapproachable*.

g. Putih

Warna putih dapat memberikan kesan yang kedamaian, simpel, kejelasan, dan sunyi. Tetapi warna putih juga dapat memberikan kesan yang dingin, tidak peduli, dan isolasi.

2.2 Digital Media

Menurut Griffey (2020) Media *Digital* merupakan media dengan pengalaman menggunakan media komputer yang memfasilitasi interaksi antara alat dan penggunaanya (kebanyakan adalah *screen-based*. kata kuncinya adalah interaksi pengguna. Ketika pengguna menggunakan bentuk media lain, misalnya, melihat gambar, membaca teks, menonton video atau mendengarkan audio, media tidak memberi respons kepada pengguna. Media *Digital* interaktif juga berbeda dengan bentuk media lainnya karena merupakan pengalaman non-linier. Tidak seperti video, audio, dan teks yang biasanya memiliki awal, tengah, dan akhir yang jelas, dan pengguna mengalami media secara berurutan. beberapa media *Digital* kadang bersifat linear misalnya, saat *check-out* pada sistem belanja di *websites*, informasi sering disajikan secara linier jika pengguna perlu memahami konten tertentu sebelum beralih ke modul berikutnya.

2.2.1 Traditional Standing Alone Kiosk

Kiosk merupakan media interaktif yang biasanya berbentuk stand yang ada di lokasi tertentu. Biasanya bersifat meningkatkan produktivitas, instruksi, komunikasi, menyampaikan hiburan, atau bertransaksi contohnya yaitu tempat *self check-in* pada bandara, atau tempat untuk bayar di supermarket.

2.2.2 Website

Situs web adalah kombinasi dari halaman web yang saling terkait, semuanya di bawah nama domain yang sama yang ditampilkan dalam browser web dan dapat diakses dari komputer yang memiliki akses dengan koneksi Internet. Situs web modern telah berkembang secara signifikan. Karena dapat mengakses situs web dari berbagai *device*, sebagian besar situs web dirancang agar responsif, yang berarti tata letak dan kontennya menyesuaikan berdasarkan perangkat yang sedang digunakan.

2.2.3 Mobile Application

Mobile Apps atau aplikasi seluler adalah bentuk media *Digital* interaktif yang muncul setelah kelahiran *smartphone* modern. Aplikasi semakin populer sejak pertama kali mereka dikenalkan karena biasanya murah, mudah diunduh, diperbarui, dan dihapus, serta memberikan peningkatan *fun experience* saat digunakan. Fungsi pada aplikasi biasanya hampir sama dengan *website*, tetapi mereka dirancang untuk lebih adaptif dan mudah digunakan pada *smartphone* atau seluler.

2.2.4 Video Game

Video game adalah *game* yang dapat dijalankan oleh komputer, perangkat seluler, atau perangkat khusus konsol yang di mana pengguna dapat berinteraksi dengan sistem menggunakan beberapa jenis pengontrol dalam bentuk fisik, sensor, atau menyentuh layar secara langsung. *Game* pada masa ini tidak lagi hanya untuk hiburan; mereka dapat digunakan untuk edukasi siswa dan melatih profesional.

2.2.4.1 Physical Installations, Exhibits and Performance

Museum menjadi tempat yang populer untuk memberikan pengalaman interaktif yang unik. Desainer pameran berusaha untuk menciptakan pengalaman dengan "kebaruan teknologi dan open endedness" untuk menarik perhatian pengunjung. Beberapa kali pengalaman *Digital* interaktif yang tidak biasa dipasang di ruang publik. "Hall of Ideas" karya David Small adalah contoh terbaik. Terletak di Perpustakaan Mary Baker Eddy untuk kemajuan manusia di Boston, pameran ini menampilkan animasi yang tampak huruf-huruf menggelembung keluar dari air mancur.

2.2.5 Non-screen based interactive experiences

Sebuah inovasi yang relatif baru dalam bidang media *Digital* interaktif adalah pengalaman berbasis *non-screen* yang memiliki tujuan yang berbeda-beda sesuai konteks yang diperuntukkan. Contoh perangkat interaktif berbasis *non-screen* adalah Amazon's Echo. Echo dapat menyajikan berbagai jenis media atau fasilitas berdasarkan perintah suara dari pengguna.

2.3 Komik

Menurut Mccloud (1993) komik adalah sebuah bentuk seni atau media yang berisi kumpulan gambar dan ide. Konten pada gambar dan ide komik berdasarkan keinginan seniman itu sendiri. Pada perancangan ini penulis akan merancang sebuah novel grafis, kata lain dari novel grafis adalah sebuah novel dengan format komik digital. Komik merupakan jenis sequential visual art, hal ini juga serupa dengan animasi. Namun perbedaannya adalah animasi rangkaian gambar berdasarkan waktu, sedangkan komik adalah sebuah rangkaian juxtaposition berdasarkan gambar. Pada website merriam webster, Juxtaposition adalah sebuah aksi pada menaruh dua atau lebih "benda" untuk mengkomparisasi atau untuk memberikan efek kontras yang menarik.

2.3.1 Ikonografi

Dalam buku Mccloud icon merujuk pada sebuah gambar yang menggambarkan sebuah orang, tempat, benda atau sebuah ide. Ikonografi merupakan bahasa visual yang ditemukan pada komik Simbol merupakan salah satu kategori dari ikon. Simbol dapat ditemukan pada penggambaran sebuah ide, filosofi, dan agama. Maka itu dibedakan ada dua jenis ikon yang dapat ditemukan, yakni non pictorial icon dan pictorial icon. Ikon piktoral merujuk pada visual dengan gambaran yang fluid dan bervariasi tergantung real-life.

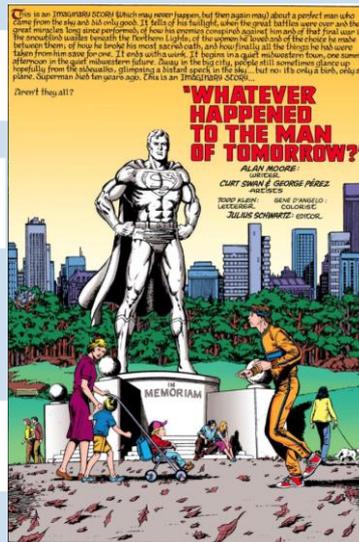
Jenis penggambaran ikon ini dapat dibedakan dengan simplifikasi dari sebuah gambar. Semakin simpel dari sebuah gambar akan condong pada jenis gambar yang cartoony. Namun sebagai komikus, komikus harus dapat menemukan titik tengah pada piktorial yang realistik dan tulisan deskriptif.

2.3.2 *Show and Tell*

Pada penjelasan terakhir mengenai titik tengah pada piktorial dan deskriptif, sebuah komik memiliki kegunaan untuk memberikan sebuah narasi atau informasi melalui sebuah gambar. Maka ada beberapa kategori yang dapat ditemukan pada sebuah komik.

1. Word Specific

Merupakan sebuah gambar mengilustrasikan, tetatapi tidak memakai teks secara penuh. Terlihat pada contoh dibawah ini dengan teks yang ditebalkan menceritakan suasana namun tidak secara penuh menjaslkan konteksnya.



Gambar 2. 10 Contoh Word Specific

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations/>

2. Picture Specific

Sebuah kata menjadi hanya sebagai "soundtrack" kepada visual untuk melengkapi sequence. Berikut contoh dari kategori ini, terlihat satu *page* penuh dengan gambar dan hanya sebagian kecil teks, sebagai pelengkap. Teks hanya menjadi pengganti suara dari karakter yang mengeluarkan suara "oh..".

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 11 Contoh *Picture Specific*

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations/>

3. *Duo-specific*

Kata dan gambar menjelaskan atau memberikan pesan yang sama. Pada gambar dibawah ini, *superman* terlihat gambar superman yang sedang menangis. Teks yang dituliskan menjelaskan hal yang sama dengan tulisan “*He looked as if he’d been crying*”



Gambar 2. 12 Contoh *Picture Specific*

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations/>

5. Additive

Kata lebih menegaskan atau mengelaborasi pada sebuah gambar atau gambar menegaskan sebuah kata. Terlihat gambar superman yang sedang menoleh ke arah pintu tanpa menghiraukan Wanita yang ada dibelakangnya, dengan mengaskan apa yang ada pada teksnya.



Gambar 2. 13 Contoh *Picture Specific*

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations/>

6. parallel

Sebuah kata dan gambar menjelaskan ke arah atau sesuatu yang berbeda, namun tetap tidak mematikan sebuah konteks. Dibawah ini terlihat ada sebuah percakapan mengenai “*death*” namun pada panel ke dua memperlihatkan sebuah kota dari perspektif atas.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 14 Contoh *Parallel*

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations>

7. *Montage*

Sebuah kata menjadi satu kesatuan pada sebuah gambar. Disini kata menjadi sebuah “gambar” dan menjadi satu kesatuan. Kata “bam” terlihat batman yang sedang memukul lawannya.



Gambar 2. 15 contoh *Montage*

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations/8>. *Interdependent*

Kombinasi yang paling umum terjadi yakni, sebuah kombinasi kata dan gambar yang memiliki makna yang terpisah. Namun juga tidak dapat berdiri sendiri. Terlihat kata yang dibawah ini sepenggal kata seperti “doomed planet” dengan terlihatnya suasana yang terbakar dan seterusnya.



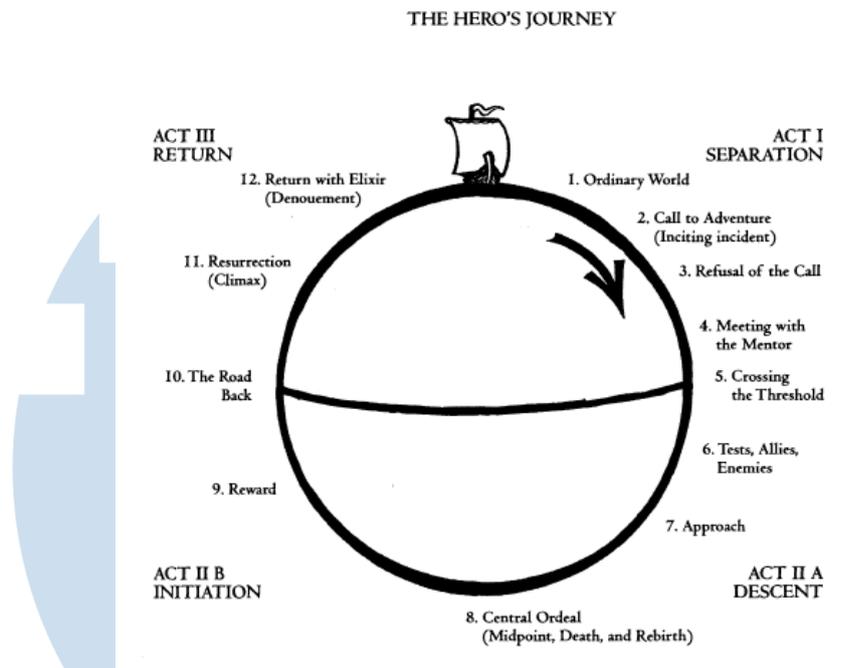
Gambar 2. 16 Contoh *Interdependent*

Sumber : <https://whynotsuperheroes.com/tag/wordimage-combinations/>

2.4 *Storytelling*

Pada penulisan cerita yang akan penulis lakukan akan menggunakan teori struktur cerita yang bernama *writer's journey*. Menurut Vogler (2007) semua cerita yang dapat ditemui di dunia memiliki struktur elemen yang serupa pada cerita mitologi, dongeng, mimpi dan film, struktur itu disebut dengan sebutan *The Hero's Journey* secara kolektif. Dengan banyak variasi cerita dengan struktur model ini. Karakter utama akan meninggalkan kehidupannya yang biasa dan nyaman kepada kehidupannya yang banyak rintangan.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 17 *Hero's Journey*
Sumber : Vogler (2007)

Terdapat *act* pada model ini, yakni karakter utama berada di *ordinary world*, pergi ke *extraordinary world*, dan kembali lagi. Pada tiga *act* itu, dipecah menjadi 12 bagian cerita.

2.4.1 *Ordinary World*

Pada tahapan awal, karakter utama akan terlihat cerita yang biasa-biasa saja. Memperlihatkan kehidupan normal yang biasa karakter utama lakukan. Pada *ordinary world*, harus terlihat kontras antara cerita di *ordinary world* dan *extraordinary*.

2.4.2 *Call to Adventure*

Karakter utama akan diberikan tantangan, masalah, atau petualangan yang harus dilakukan. Tahapan ini karakter utama tidak dapat lagi untuk nyaman di kehidupan normalnya.

2.4.3 *Refusal*

Karakter utama akan ada pada tahap dimana ia akan menolak tantangan tersebut atau mengekspresikan keengganan terhadap tantangan

tersebut. Karakter utama akan ditempatkan pada dimana ia akan ketakutan akan ketidaktahuan.

2.4.4 Meeting with the Mentor

Bertemu mentor akan terjadi setelah karakter utama enggan untuk menerima ajakan untuk menjelajahi *the unknown*. Biasanya mentor akan terlihat berwibawa dan bijak. Fungsi pada mentor adalah mempersiapkan karakter utama untuk melakukan penjelajahan pada *the unknown* dengan memberikan kata-kata emas atau nasihat.

2.4.5 Crossing the Threshold

Tahapan ini karakter utama akan pergi ke *the unknown* dengan persiapan yang matang dan keyakinan yang kokoh. Biasanya terlihat pada persiapan *journey* seperti balon terbang atau layar perahu yang diangkat.

2.4.6 Test, Allies, Enemies

Karakter utama secara natural akan di berikan *test* pada tahap ini. Karakter utama juga akan *make friends* atau *make enemies* pada *test* ini diberikan.

2.4.7 Approach to Inmost Cave

Pada tahapan ini, karakter utama akan berada di tempat yang sangat berbahaya. Dapat disebutkan ini adalah *second threshold* dari cerita ini. Tempat yang lebih dalam dari *special world* yang berbahaya dan terdapat *items* yang dijaga pada tempat tersebut.

2.4.8 Ordeal

Karakter utama akan dihadapkan oleh kondisi hidup dan mati. Karakter utama akan bertemu dengan ketakutan terbesar yang ia miliki dan harus melawan hal tersebut.

2.4.9 Reward

Setelah berhadapan dengan *ordeal*, karakter utama akan mendapatkan item yang ia cari. *Reward* ini dapat berupa benda fisik seperti pedang, *holy*

grail, atau sebuah *elixir*. Tetapi "*sword*" disini dapat berupa sebuah *great understanding*, pengalaman, atau berdamai dengan *hostile force*.

2.4.10 *The Road back*

Karakter utama sudah memasuki *act 3*, karakter utama belum selesai dalam misinya ia masih berada pada tantangan pada cerita ini. Karakter utama akan dihadapi oleh pilihan yang sulit untuk meninggalkan *special world*.

2.4.11 *Ressurrection*

Pada tahapan ini adalah kebangkitan dari karakter utama pada tahapan hidup dan mati kedua sebelum ia dapat kembali ke *ordinary world*. dapat disebutkan bahwa ini adalah tahapan *ordeal* ke dua atau klimaks pada cerita.

2.4.12 *Return With the Elixir*

Karakter utama akan kembali ke *ordinary world* dengan dengan membawa sesuatu yang "*special*". Hal ini bisa sebuah *items* atau *great knowledge*.

2.5 *Ilustrasi*

Menurut Male (2017) Ilustrasi merupakan gambar terapan; yang secara visual mengkomunikasikan konteks kepada penonton. Ilustrator perlu memiliki pengetahuan, pemahaman, dan wawasan tentang konteks apa yang akan dikerjakan. Mereka juga diharapkan menjadi seorang profesional yang mampu bekerja di bawah parameter kebutuhan pasar dan target audiensi.

2.5.1 *Bahasa Visual*

Menurut Garcia (2022) bahasa visual adalah bentuk komunikasi yang menggunakan elemen visual. Sebuah bahasa visual membutuhkan kecerdasan untuk dapat mengartikannya dan juga gaya visual yang dibutuhkan untuk menyampaikan pesan berdasarkan identitas atau pribadi dari seseorang. Ada beberapa orang yang merupakan *visual thinker* yang dapat lebih memahami sebuah ikonografi dengan lebih cepat.

2.5.1.1 Gaya Visual

Gaya merupakan bahasa visual khas yang mengidentifikasi 'tanda' atau ikonografi pribadi seseorang. Ini adalah fitur atau kualitas tertentu yang menentukan jenis ilustrasi apa yang diasosiasikan dengannya. Contoh bahasa visual dapat bervariasi dari *hyper realism* yang digambar secara *Digital* atau dengan metode menggambar tradisional hingga pendekatan pelukis, *impressionism* atau dekoratif. Bentuk ilustrasi dapat digambarkan sebagai konseptual. Di sini kita dapat memiliki aplikasi metafora untuk subjek atau penggambaran visual dari ide atau teori. pengaplikasian ilustrasi tersebut dapat diterapkan pada informasi, *comment*, naratif, persuasi, dan identitas.

2.5.1.2 Kecerdasan Visual

Menganalisis konsep bahasa visual tidak dapat dilakukan secara komprehensif tanpa adanya kecerdasan visual. Jawaban mungkin mengungkapkan hal berikut: penilaian estetika, 'rasa', penggunaan warna, tekstur dan bentuk, dan simbolisme secara emotif. Semua ini menunjuk pada subjektif manusia dan preferensi pribadi. Namun, ilustrasi secara luas objektif. Secara kontekstual, untuk mengukur kualitas gambar, seseorang harus mempertimbangkan seberapa sukses transfer pesan yang telah dilakukan. Kembali ke ide kecerdasan visual. Ilustrasi yang dibuat secara naif mungkin menunjukkan kurangnya kecerdasan visual: gambar yang tidak bagus, pemilihan tidak tepat terhadap warna, komposisi visual, elemen visual dan subjek gambar atau konsep itu sendiri.

2.5.2 Ilustrasi Untuk *Storytelling*

Menggunakan ilustrasi untuk menceritakan sebuah narasi sudah umum saat ini, Digunakan pada buku bergambar, komik strip, dan *Graphic Novel* umumnya. Penggambaran ilustrasi tergantung oleh panjangnya dan

gaya narasi yang ditawarkan. Untuk genre *horror* dan *comedy* akan berbeda pastinya.

2.5.2.1 Buku Bergambar

Kemunculan ilustrasi paling awal untuk anak usia dini. konteksnya buku ini lebih berkaitan dengan instruksi dan pembelajaran daripada narasi fiksi, dan baru pada abad ke-19 ilustrasi buku anak-anak menjadi identik dengan mendongeng. Dengan mempelajari ilustrasi buku anak-anak kontemporer akan menambah referensi keragaman besar gaya visual dan genre fiksi.

2.5.2.2 *Graphic Novel/Comic*

Sebuah komik menggambarkan sebuah cerita melalui ilustrasi. Bentuk narasinya dapat lucu atau satir. Komik memiliki beragam genre naratif termasuk horor, petualangan, *Sci-fi*, drama sejarah, misteri, kejahatan dan fantasi. *Audience* juga beragam, mulai dari yang sangat muda hingga dewasa, spesialis pecinta novel grafis yang tidak jelas. Bahasa visual yang digunakan dapat beragam, mulai dari *hyper realism* hingga *Stylized*.

Walaupun *Graphic Novel* dan *Comic* memiliki kesamaan dalam bentuk format. Kedua hal ini memiliki Perbedaan yang terlihat pada terminologinya dan panjang ceritanya. Menurut Hasa (2022) *Graphic Novel* adalah sebuah novel dengan format komik, sedangkan komik adalah sebuah media dari seorang seniman untuk mengekspresikan sebuah gambar dengan perpaduan informasi visual dan teks. Dari perbedaan lainnya adalah sebuah *graphic novel* memiliki cerita yang penuh dan memiliki cerita yang sudah jelas pada *endingnya*. Sedangkan sebuah komik lebih pendek dari *graphic novel* dan memiliki narasi yang terpotong-potong atau berserial.

2.6 *Character Design*

Menurut Tillman (2019) Desain karakter adalah sebuah bentuk imajinasi saat masih kanak-kanak atau imajinasi dari karakter yang baru tampil yang baru mereka lihat, mainkan, atau baca. Alasan kita tertarik pada sebuah karakter yang kita ingat pada masa kanak-kanak atau ingatan yang baru dialami karena diantara kita dapat *relate* terhadap karakter tersebut atau kita ingin menjadi karakter tersebut.

Pada buku milik Tillman yang berjudul “*Creative Character Design*”, Tillman menjelaskan ada enam tahapan untuk merancang sebuah karakter. Yakni adalah menentukan *archetypes*, cerita pada karakter tersebut, orisinalitas karakter, bentuk, referensi, dan yang terakhir adalah estetika dari karakter yang akan dirancang.

2.6.1 *Character Archetype*

Character archetype merupakan sifat-sifat tertentu pada sebuah karakter. *Archetype* dapat mengindikasikan jika karakter tersebut jahat atau baik pada cerita tersebut. Dalam sebuah cerita sebuah *Archetypes* tidak harus memiliki penggambaran yang jelas, *Blurred archetypes* menurut tillman (2019) dapat membuat audiensi lebih *engage* pada cerita yang akan dirancang. Contoh *archetype* yang umum ada pada sebuah cerita adalah ;

a) *The hero*

The hero adalah karakter yang dapat didefinisikan menjadi seorang yang pemberani, tidak egois, dan dapat membantu orang lain.

b) *The shadow*

Karakter ini adalah karakter yang jahat, egois, misterius, dan kejam.

c) *The fool*

Karakter ini dapat membuat cerita pada tahap yang meresahkan, biasanya dapat membuat karakter utama pada keadaan yang tidak diinginkan.

d) *The anima/animus*

Anima adalah pasangan wanita untuk pria, dan *animus* adalah kebalikannya.

e) *The mentor*

Karakter ini akan memberikan pengetahuan pada karakter utama untuk memecahkan masalah yang karakter utama ini miliki. Selain itu, karakter ini dapat menyadarkan potensi pada karakter utama.

f) *The trickster*

The trickster dapat berubah menjadi baik atau jahat, ia akan mencoba mengontrol keadaan yang ia inginkan untuk keuntungan pribadi.

2.6.2 *Story*

Latar belakang karakter dibutuhkan untuk merancang desain yang baik. Karena manusia dasarnya memiliki rasa keingin tahun yang tinggi dan ingin mengetahui banyak hal. Maka dari itu 5w1h dapat digunakan pada tahapan ini. Siapa karakter yang akan dirancang, siapa nama dari karakter tersebut, apa yang dilakukan oleh karakter ini pada sebuah cerita, kapan cerita ini terjadi, dimana karakter ini terjadi, dan Kenapa karakter ini melakukan apa yang ia lakukan di cerita ini. Untuk memberikan detail pada karakter ini adalah pertanyaan bagaimana cara karakter ini melakukan aktivitasnya di cerita.

2.6.3 Orisinalitas

Sangat sulit untuk menjadi *original*. Tillman (2019) menyebutkan bahwa cara paling mudah untuk memiliki bentuk orisinalitas dibandingkan berusaha menjadi seseorang yang *original*. Yang berarti mengambil sesuatu yang sudah ada lalu di tambahkan ciri khas tersendiri.

2.6.4 Bentuk

Bentuk adalah fundamental bagaimana karakter dapat di definisikan dengan aspek tertentu. Dengan bentuk dasar seperti segitiga, persegi, dan lingkaran, karakter dapat menceritakan atau memberikan persepsi yang berbeda-beda.

Pada karakter yang di rancang dengan bentuk dasar kotak, karakter tersebut dapat terlihat stabil, dapat dipercaya, *order*, aman, dan maskulin. Pada karakter yang memiliki aspek segitiga dapat menyampaikan pesan seperti agresif, konflik, tensi, kelicikan, dan energi. Lingkaran dapat memberi pesan kesatuan, kekanak-kanakan, kelengkapan, dan keanggunan. Bentuk pada karakter ini dapat digabungkan misalnya *rounded triangle*, yang melambangkan proteksi pada lingkaran dan agresif pada segitiga, Untuk mendefinisikan sebuah bentuk pada karakter dapat menggunakan *silhouette*.

Siluet adalah garis luar pada karakter yang di diisi dengan warna hitam hingga seperti bayangan. Siluet sangat penting pada desain karakter karena dapat dikenali. Jika karakter yang dirancang dengan kombinasi bentuk yang dapat dikenali pada bentuk siluet, maka karakter tersebut karakter yang baik. Siluet yang baik dapat membuat karakter lebih dikenali daripada karakter-karakter yang lain pada cerita tersebut.

2.6.5 Referensi

Referensi memiliki definisi aksi untuk mengacu. Untuk desainer karakter, referensi dapat didefinisikan sebuah kemampuan untuk observasi dari kehidupan nyata atau fotografi untuk memastikan apa yang sedang digambarkan, benar secara visual. Untuk mencari referensi dapat dilakukan

dengan keluar ke kebun binatang jika ingin mencari referensi binatang untuk karakternya. Atau dapat dengan mudah mencari referensi gambar di internet, seperti Google dan Pinterest.

2.6.6 Estetika

Estetika pada karakter adalah sebuah filosofi yang berurusan dengan keindahan alam, seni, dan selera. Manusia akan tertarik yang terlihat menarik secara visual. Untuk menentukan estetika karakter ada dua yang harus dipertimbangkan. Yakni target umur dan *genre* cerita. Pada target umur memiliki perbedaan pada gaya visual. Misalnya balita akan menyukai karakter yang kepala dan matanya besar, warna yang mencolok, dan bentuk yang simpel. Pada umur remaja ke atas akan lebih tertarik pada karakter yang proporsinya benar, warna yang realistik, dan detail.

Warna dapat menentukan estetika yang menggambarkan *genre* cerita. Misalnya warna merah dapat menunjukkan tanda bahaya, kekuatan dan keinginan. Kuning yakni kecerdasan, nyaman, atau kecemburuan, Setiap warna memiliki arti yang berbeda-beda yang akan menceritakan dan memperkuat *genre* cerita atau desain karakter yang sedang dirancang.

2.7 Filsafat Absurdisme

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, absurdisme adalah paham atau aliran bahwa kehidupan manusia secara umum tidak berarti dan tidak masuk akal. Paham ini juga dapat diartikan dengan kehidupan atau keadaan yang irasional berbenturan dengan manusia yang secara natural memiliki sifat yang rasional. Paham ini dikenalkan oleh Albert Camus pada 1942 pada bukunya yang berjudul dalam bahasa Prancis "*Le Mythe de Sisyphe*" yang memiliki arti mitos Sisyphus. Dalam buku ini paragraf pertama adalah "*Masalah terbesar dalam berfilsafat, yakni bunuh diri.*". Pada buku ini Camus membedah masalah ini dengan kaca mata absurdisme.

Menurut Camus (1942) ada konflik batin antara keinginan manusia atau ekspektasi terhadap kehidupan, dan kehidupan itu sendiri yang *chaos*. Albert

Camus menganggap bahwa manusia tidak akan menemukan makna hidup karena hidup terlalu *absurd* dan tidak masuk akal. Pikiran manusia tidak memiliki kapabilitas untuk memahami arti kehidupan.

2.7.1 Cerita Sisyphus

The Myth of Sisyphus merupakan mitos cerita Yunani kuno di mana raja yang cerdas bernama Sisyphus yang selalu memiliki akal untuk melarikan diri dari kehidupan. Hal tersebut membuat dewa Zeus marah dan menghukum dia dengan mengangkat sebuah batu besar untuk dibawa ke atas bukit. Setelah dibawa ke atas batu itu akan digelindingkan lagi kebawah, dan berulang-ulang akan seperti itu. Cerita ini melahirkan sebuah kata yakni *Sisyphean* yang memiliki definisi sebuah pekerjaan yang berulang-ulang dan tidak berujung. Hal ini dianggap oleh Albert Camus, Sisyphus merupakan *The Absurd Hero*.

Pada bukunya, Albert Camus menjelaskan bahwa Sisyphus saat melihat batunya terjatuh, seorang Sisyphus yang memiliki *pride* pada dirinya marah dan tidak ingin batunya tetap jatuh. Dengan ia tidak mengangkat batunya kembali ia menganggap bahwa batunya menang dan Sisyphus kalah. Akhirnya ia mengangkat kembali batunya lagi. Camus memaknai cerita itu dengan batunya adalah kehidupan dan Sisyphus adalah manusia yang sedang dihadapi oleh absurditas kehidupan. Maka dari itu Albert Camus memiliki kutipan yang terkenal yakni “*One must imagine sisyphus happy*”.

