

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

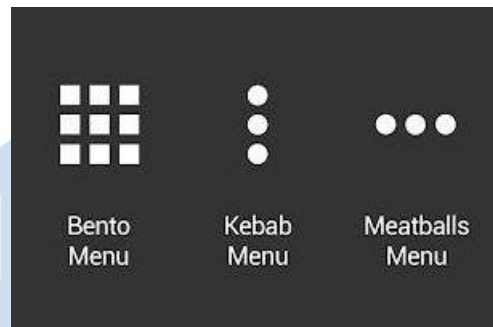
Desain grafis adalah cara untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi dalam bentuk visual kepada audiens. Selain itu, grafik desain merupakan representasi visual dari konsep yang mengandalkan pembuatan, pemilihan, dan penyesuaian elemen-elemen visual (Landa, 2014, hlm. 1). Desain grafis menjalankan konsep desain komunikasi dalam merancang, dan menyesuaikan elemen yang dimunculkan dalam desain yang mencakup tipografi, gambar, warna dan sebagainya dengan tujuan untuk menyampaikan suatu pesan. (Tiawan, dkk, 2020).

2.1.1 Elemen Desain

Sebuah perancangan desain terdiri dari beberapa elemen utama yang ditanam sebagai fondasi untuk menciptakan sebuah visual untuk menyampaikan pesan dan ekspresi dalam suatu karya.

2.1.1.1 Titik

Titik merupakan unit terkecil dari sebuah garis yang biasa dikenali berupa lingkaran. Pada gambar berbasis layar, sebuah titik dapat terlihat, sebuah piksel dari cahaya dengan warna maupun tanpa warna yang merupakan persegi, bukan melingkar (Landa, 2014, hlm 19). Menurut Widya & Darmawan (2016, hlm 25) unsur titik memberikan nuansa desain komunikatif yang bermakna. Selain itu, titik dapat berperan dalam menggambarkan nilai statis, dan emosi, serta sebagai aksentuasi elemen desain (dekoratif, emosi, dan bahasa gambar).

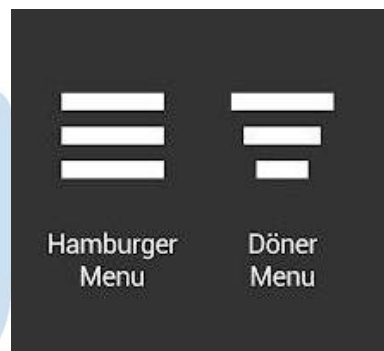


Gambar 2.1 Komponen Desain: Titik

Sumber: <https://ux.stackexchange.com/questions/131761/why-there-are-3-lines-in-all-types-of-menu-icons>

2.1.1.2 Garis

Garis merupakan sebuah titik memanjang yang diartikan sebagai jalur untuk titik bergerak, sebagai tanda yang dibentuk dengan alat penglihatan yang digambar diatas sebuah permukaan. Garis dapat berupa lurus, melengkung atau bersiku-siku. Garis dapat mengarahkan mata pengamat yang melihat ke suatu arah. (Landa, 2014, hlm 19). Garis memiliki berbagai bentuk seperti lurus, melengkung, putus-putus, siku-siku, meliuk-liuk, hingga abstrak (Nur, 2016).



Gambar 2.2 Komponen Desain: Garis

Sumber: <https://ux.stackexchange.com/questions/131761/why-there-are-3-lines-in-all-types-of-menu-icons>

2.1.1.3 Bentuk

Bentuk adalah sebuah elemen desain yang dibentuk karena adanya pertemuan dari awal titik garis hingga akhir titik garis (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 26).



Gambar 2.3 Komponen Desain: Bentuk
Sumber: <https://stackoverflow.com/questions/57487071/how-do-i-change-the-shape-of-a-button-in-mui-using-theme>

Menurut Landa (2014, hlm. 21), sebuah bentuk yang pada dasarnya merupakan dua dimensi yang dapat ukur dengan tinggi dan lebar. Bentuk dikategorikan sebagai beberapa jenis berdasarkan Landa ialah sebagai berikut:

1) Bentuk geometris

Bentuk geometris dibentuk oleh garis lurus, lengkungan presisi, dan sudut dapat diukur, juga dikenal dengan sifatnya yang kaku.

2) Bentuk organik

Bentuk organik, biomorfik dan *curvilinear* memiliki sifat natural. Hal ini disebabkan bentuk-bentuk tersebut digambarkan dengan bebas dan tidak kaku.

3) Bentuk *rectilinear*

Bentuk *rectilinear* merupakan bentuk yang terdiri dari sudut atau garis lurus.

4) Bentuk irregular

Bentuk irregular merupakan bentuk yang dibentuk dari gabungan garis lurus dan melengkung.

5) Bentuk tanpa disengaja

Bentuk tanpa disengaja merupakan bentuk yang dihasilkan akibat ketidaksengajaan atau kecelakaan seperti tidak sengaja mengusap ataupun ketumpahan tinta.

6) Bentuk *non-objective*

Bentuk *non-objective* atau non-representatif merupakan bentuk yang murni yang tidak ada konsep sama sekali. Selain itu, bentuk ini tidak ada korelasinya dengan objek apapun yang berhubungan dengan alam, tempat, ataupun manusia.

7) Bentuk abstrak

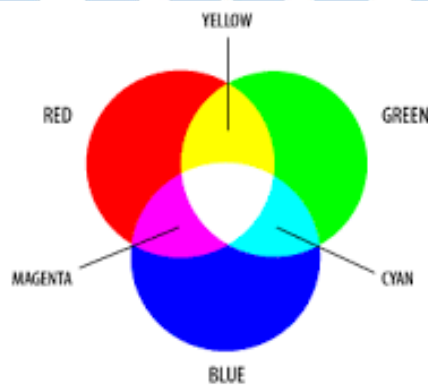
Bentuk abstrak merupakan bentuk yang dihasilkan dengan penataan ulang, perubahan, ataupun distorsi sebagai representasi dalam penampilan natural bertujuan komunikasi dan perbedaan gaya.

8) Bentuk *representasional*

Bentuk *representasional* mudah dikenali oleh seseorang dari objek asli yang pernah dilihat di alam sebelumnya atau yang disebut sebagai bentuk figuratif.

2.1.1.4 Warna

Warna merupakan gelombang cahaya pada retina yang menimbulkan persepsi oleh otak. Dalam keilmuan desain grafis, definisi warna mengarah pada lingkaran warna pigmen. Warna dasar atau primer terdiri atas merah, kuning dan biru. Kemudian warna sekunder tercipta ketika ketiga warna tersebut digabungkan dan seterusnya. (Widya & Darmawan, 2016, hlm. 26).



Gambar 2.4 Warna Dasar RGB dan CMYK
Sumber: <https://www.nixsensor.com/blog/what-is-rgb-color/>

Menurut Landa (2014, hlm 20) elemen warna dikategorikan kedalam tiga elemen yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*.

1) *Hue*

Hue adalah memiliki warna dasar seperti hijau, biru, dan merah yang dikenali sebagai RGB. Salah satu contoh *hue* yaitu, *pink*, *scarlet*, *maroon*, dan *crimson* merupakan warna-warna dari merah. *Color Wheel* merupakan hasil gabungan dari hubungan dasar warna. *Color Wheel* didistribusi dalam tiga kategori yaitu, warna primer, warna sekunder, dan warna tersier. Warna primer terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. Dari warna-warna ini dapat digabungkan secara teoritis. Warna sekunder merupakan gabungan warna dari dua warna primer. Merah digabung kuning menjadi oranye, Kuning digabung dengan biru menjadi hijau, dan merah digabung biru menjadi violet. Warna tersier merupakan gabungan warna dari warna primer dan warna sekunder yang berdekatan. biru digabung dengan hijau menjadi biru kehijauan. Merah digabung violet menjadi merah kevioletan dan sebagainya (Laurier & Pentak, 2016).





Gambar 2.5 Color Wheel

Sumber: <https://www.provenwinners.com/learn/basic-design-principles-using-color-garden>

2) *Value*

Value merujuk pada tingkat dari terangnya cahaya, terang dan gelapnya warna contohnya merah muda atau biru tua. Mengatur sebuah *value* dari warna, diperlukan dua warna netral yaitu warna hitam dan putih. Warna hitam dan putih memegang peran penting dalam pencampuran warna. (Landa, 2014, hlm 26). Menurut Laurier & Pentak (2016), *value* merupakan warna yang terang atau gelap. *Tint* menambah warna putih pada warna sedangkan *shade* menambah warna hitam pada warna. *Value* sama seperti warna dimana ia berubah sesuai dengan lingkungannya sendiri. *Value* memiliki bawaan warna murni yang berbeda-beda, contohnya variasi warna hitam seperti gambar dibawah.

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

VALUE SCALE



Gambar 2.6 *Value* pada warna

Sumber: <https://www.elevateyourart.com/blog/value-vs-color>

3) *Saturation*

Menurut Landa (2016, hlm, 22), saturasi merujuk pada terang atau pudarnya suatu warna. Sebuah warna pada tingkat intensitas tertinggi bisa tergolong sebagai saturasi paling murni. Sebuah warna yang tersaturasi mencapai kroma maksimum dan tidak mengandung sedikitpun warna netral yaitu warna hitam dan putih yang tidak mengandung unsur warna ataupun campuran dari warna netral. Menurut Laurier & Pentak (2016), saturasi atau kroma merupakan warna dengan intensitas penuh apabila sebuah warna merupakan warna murni yang belum terganggu.



Gambar 2.7 Contoh Saturasi Warna Merah

Sumber: <https://drawpaintacademy.com/color-saturation/>

Pemilihan dalam pencampuran warna diperlukan Dalam buku “*The Complete Color Harmony*”, Eiseman (2017) mengatakan bahwa warna-warna dasar memiliki berbagai kompatibilitas dalam menggabungkan warna sebagai berikut:

1) *Monochromatic*

Skema warna monokromatik hanya menggunakan satu warna saja namun bervariasi *tint*, *tone*, dan *shades*. (Eisemen 2017). Contohnya apabila warnanya merah, variasi yang diberikan sangat luas, mulai dari warna paling tipis dari

warna merah mawar hingga warna paling terang dari warna intan rubi.



Gambar 2.8 Skema Warna *Monochrome*

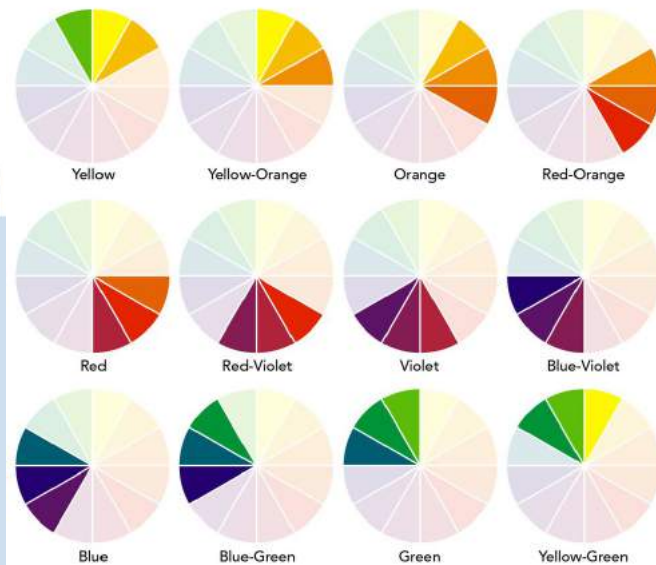
Sumber: <https://colorpalettes.net/tag/monochrome-gray-color-palette/>

2) *Analogous*

Warna analogous merupakan warna yang harmonis dan paling sederhana karena warna tersebut sangat berdekatan pada roda warna (Eisemen, 2017). Warna-warna tersebut dikenali sebagai warna yang saling berdekatan. Ketika warna analogous mencakupi serempak dari roda warna, keharmonisan pada warna dapat terjamin. Namun, untuk menjangkau warna yang lebih jauh dibutuhkan menyertakan segmen warna lain yang bersebelahan. Contohnya seperti hijau, biru kehijauan, biru dan biru keunguan dapat menambahkan dinamika baru ke dalam campuran.

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

ANALOGOUS COLORS

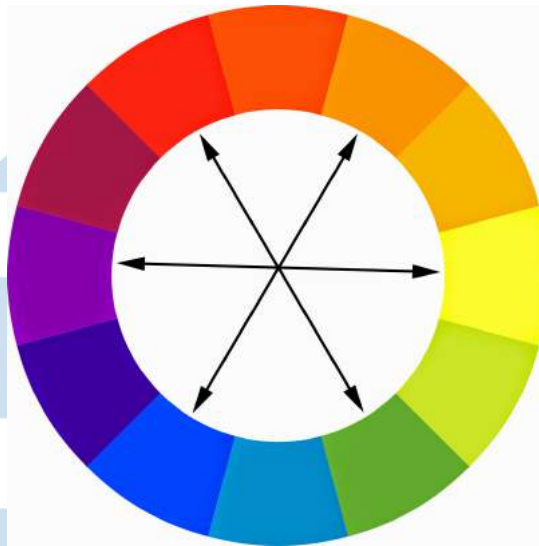


Gambar 2.9 Skema Warna *Analogous*

Sumber: <https://www.elledecor.com/design-decorate/color/a27793858/analogous-color-scheme/>

3) *Complementary*

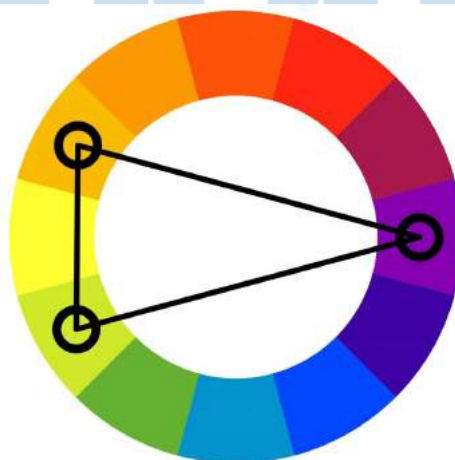
Warna komplementer merupakan warna yang mengacu pada warna yang bersebrangan dengan roda warna antara satu sama lain. Warna-warna ini disebut komplementer karena secara literal berarti “Sesuatu yang melengkapi atau menyempurnakan” (Eiseman, 2017). Warna-warna komplementer saling melengkapi dengan meningkatkan atau *emphasis* kualitas dari warna berlawanan. Pemilihan warna yang berlawanan tidak boleh terlalu dibatasi karena warna harus dianggap sebagai satu keluarga. Contohnya keluarga warna kuning disempurnakan oleh warna ungu yang mendukung, keluarga warna oranye diimbangi dengan warna biru, sementara warna merah dan hijau, apakah berbasis warna biru atau kuning, masing-masing memiliki sifat alami dalam penggabungan warna.



Gambar 2.10 Skema Warna Komplementer
 Sumber: <https://copicmarkertutorials.com/using-complementary-colors-effectively-video/>

4) *Split Complementary*

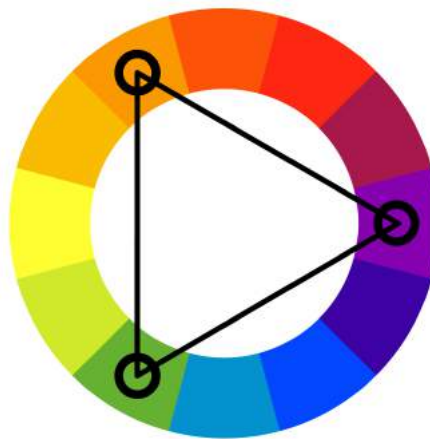
Warna split komplementer menggunakan warna dari satu sisi roda warna dengan dua warna yang terletak berdekatan dan bersampingan secara berlawanan. (Eiseman, 2017). Contohnya yaitu warna ungu yang dikombinasikan dengan kuning oranye dan kuning kehijauan. Hal ini menghasilkan kombinasi warna yang memukau secara visual. Satu hal yaitu keduanya kompleks dan beragam secara unik.



Gambar 2.11 Skema Warna *Split* Komplementer
 Sumber: <https://www.color-meanings.com/split-complementary-colors/>

5) *Triads*

Warna skema triad menggunakan tiga warna dengan jarak yang sama pada roda warna, apakah itu merupakan warna primer seperti warna merah, biru, dan kuning atau warna sekunder dari oranye, hijau, dan ungu (Eiseman, 2017). Dalam intensitas yang paling terang, warna primer memiliki sifat bersemangat, primitif, dan atau kekanak-kanakan. Dengan warna yang tidak terlalu saturasi atau *value* yang lebih dalam, mereka tidak terlalu berisik.



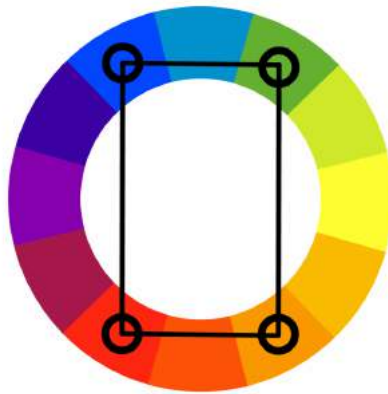
Gambar 2.12 Skema Warna *Triad*

Sumber: <https://www.color-meanings.com/triadic-colors/>

6) *Tetrads*

Warna tetrad menggunakan empat warna yang merupakan dua set dari warna komplementer (Eiseman, 2017). Skema warna tersebut dapat menjadi rumit dan dapat menjadi tantangan meskipun bagi yang sudah berpengalaman dalam bidang kreatif, hasilnya bisa menjadi luar biasa.

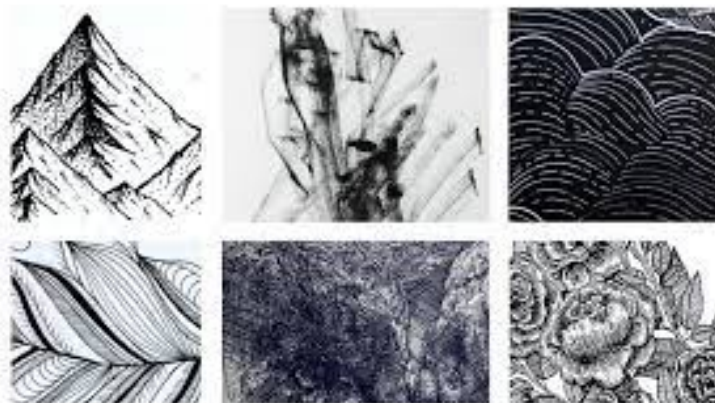
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.13 Skema Warna *Triad*
Sumber: <https://www.color-meanings.com/triadic-colors/>

2.1.1.5 Tekstur

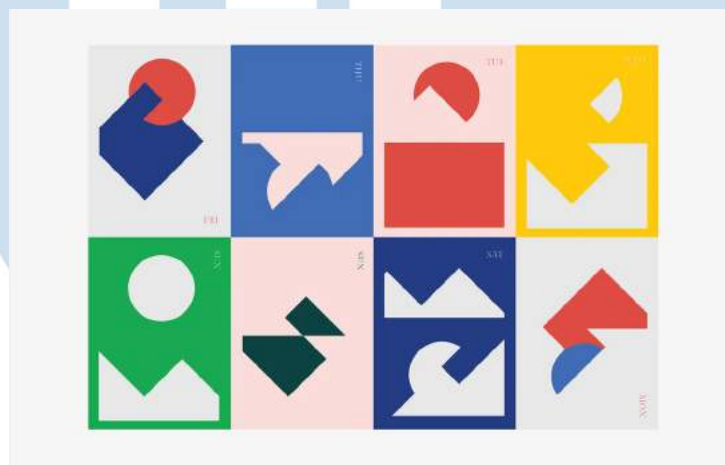
Tekstur merupakan elemen desain berupa representasi kualitas permukaan. Tekstur digunakan sesuai dengan keinginan perancang untuk diolah secara khusus. Tekstur berpotensi untuk memperjelas kesan adanya ruang dan dapat dipakai untuk memvisualkan sebuah objek (Widya & Darmawan 2016, hlm, 33). Menurut Landa (2016 hlm, 28), tekstur visual merupakan tekstur berupa ilusi yang dihasilkan sendiri dari tangan ataupun foto. Seorang desainer dapat menghasilkan berbagai macam tekstur dengan keahlian dalam menggunakan berbagai media seperti gambar, foto, atau media lainnya.



Gambar 2.14 Tekstur Dalam Seni
Sumber: <https://jaejohns.com/art-textures/>

2.1.1.6 Pola

Menurut Lauer & Pentak (2016, hlm, 180), pola merupakan istilah yang ada dimana-mana dalam desain. Pola dibentuk mulai dari sebuah unit atau bentuk yang repetisi. Salah satu contoh yang umum yaitu menemukan pola di taman membentuk desain floral yang repetitif. Motif floral dapat menjadi representatif dan mengalir seperti tumbuhan anggur dengan alur menjalar atau lebih abstrak dan geometris.



Gambar 2.15 Pola Pada Karya

Sumber: <https://kreativv.com/dasar-desain-grafis/>

2.1.2 Prinsip Desain

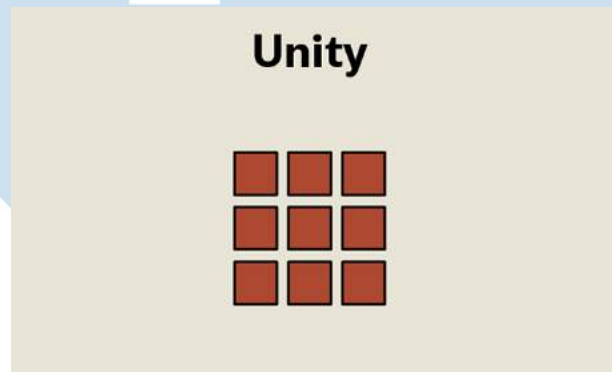
Ketika sedang mengatur elemen desain yang formal, perlu digunakan prinsip dasar desain. digabungkan dengan pengetahuan kamu mengenai generasi atau pembuatan konsep, tipografi dan pembuatan gambar dan juga elemen formal, kamu bisa menerapkan prinsip desain ke setiap komunikasi visual. (Landa, 2014, hlm 29).

2.1.2.1 Prinsip Dasar Elemen Desain

Menurut Lauer & Pentak (2016) dalam bukunya yang berjudul *Design Basics*, prinsip-prinsip elemen desain dasar yaitu kesatuan, empasis dan titik fokus, skala dan proporsi, keseimbangan, dan ritme.

1. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan atau *unity* adalah adanya kesesuaian atau kesepakatan diantara elemen dalam sebuah desain. Mereka terlihat seolah-olah mereka milik bersama, bagaikan seakan-akan ada hubungan visual di luar kebetulan yang menyebabkan mereka menyatu. (Lauer & Pentak 2016). Kesatuan dari desain direncanakan dan diatur oleh seniman. Terkadang, hal tersebut muncul secara alami dari elemen yang dipilih. Tetapi, lebih sering mencerminkan keterampilan dari desainer dalam menciptakan pola-pola terpadu dari berbagai ragam elemen.



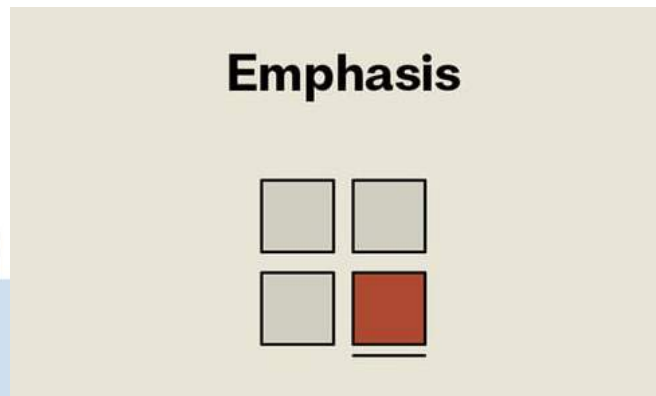
Gambar 2.16 Kesatuan Dalam Prinsip Desain

Sumber:<https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

2. Penekanan atau titik fokus

Penekanan adalah pengaturan elemen visual dari tingkat pentingnya, menekankan beberapa elemen kepada yang lain, membuat sejumlah elemen-elemen dominan,, dan mensubordinasi elemen lainnya. (Landa , 2016, hlm 33). Penekanan secara langsung berkaitan dengan penetapan titik fokus.

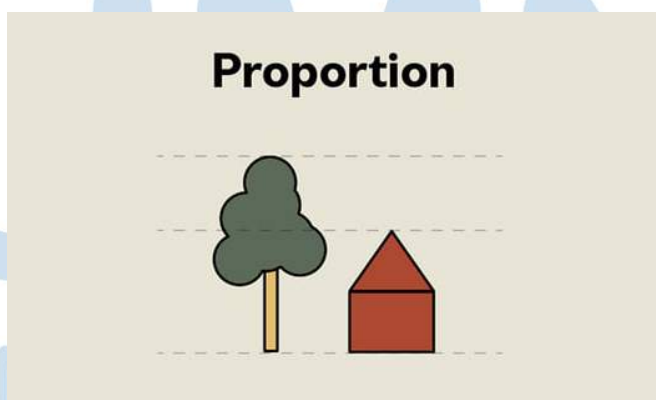
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.17 Penekanan Dalam Prinsip Desain
Sumber: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

3. Skala dan Proporsi

Skala dan proporsi memiliki keterkaitan. Keduanya pada dasarnya merujuk pada ukuran. Skala merupakan kata lain dari ukuran. Skala dan proporsi terkait erat dengan penekanan dan titik fokus. (Lauer & Pentak, 2016). Menurut Landa (2016, hlm, 34) Dalam suatu desain, skala adalah ukuran dari suatu bentuk yang dilihat ukuran bentuk lain dalam satuan. Skala memiliki hubungan antara bentuk dan proporsional. Sedangkan proporsi merupakan hubungan ukuran yang komparatif antara satu bagian dengan yang lain secara keseluruhan.

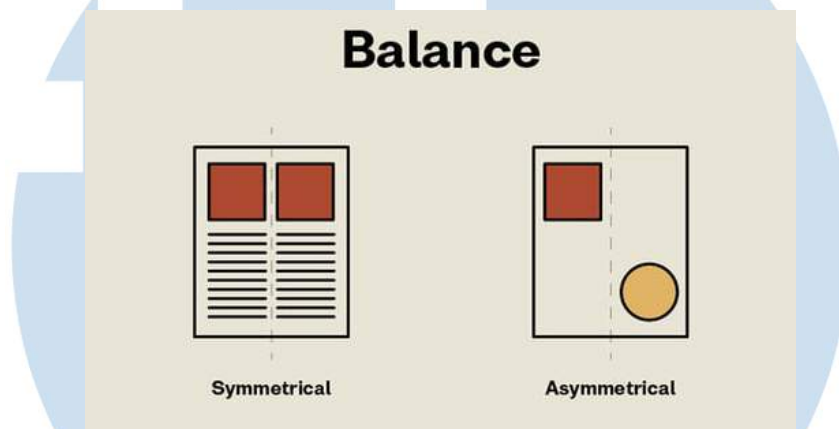


Gambar 2.18 Skala dan Proporsi Dalam Prinsip Desain
Sumber: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

4. Keseimbangan

Menurut Landa (2014, hlm, 30), keseimbangan adalah stabilitas atau keseimbangan yang diciptakan oleh pembagian merata dari

bobot visual dari setiap pusat sumbu, serta pembagian bobot seimbang diantara semua elemen dari komposisi tersebut. Ketika sebuah desain seimbang, desain tersebut cenderung selaras dengan tingkat perasaan pengamat.

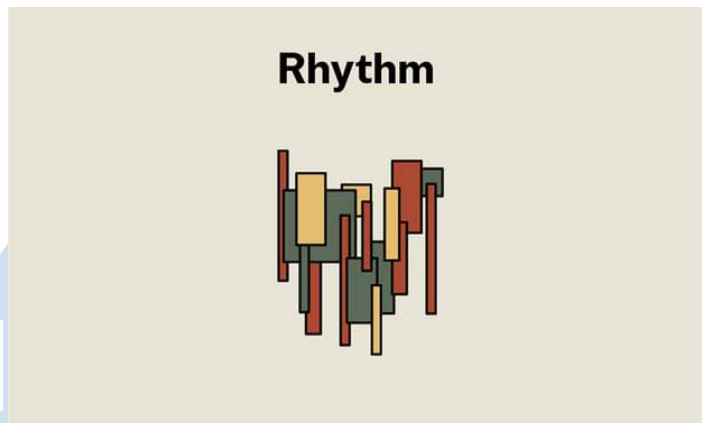


Gambar 2.19 Keseimbangan Dalam Prinsip Desain
Sumber: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

5. Ritme

Dalam prinsip desain, ritme didasarkan pada pengulangan. Pengulangan atau repetisi, merupakan elemen dari kesatuan visual untuk ditunjukkan dalam beberapa cara hamper setiap karya seni. Namun, ritme melibatkan pengulangan yang jelas dari elemen-elemen yang sama atau sedikit dimodifikasi. (Lauer & Pentak, 2016). Menurut Landa (2014, hlm, 35), Ritme merupakan elemen visual yang berurutan berdasarkan selang yang ditentukan. Hal yang tidak kalah penting dimana memasukan elemen-elemen yang bervariasi untuk memberi tanda baca, aksen, dan menciptakan ketertarikan visual.

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 2.20 Ritme Dalam Prinsip Desain
Sumber: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962>

2.1.3 *Grid dan Layout*

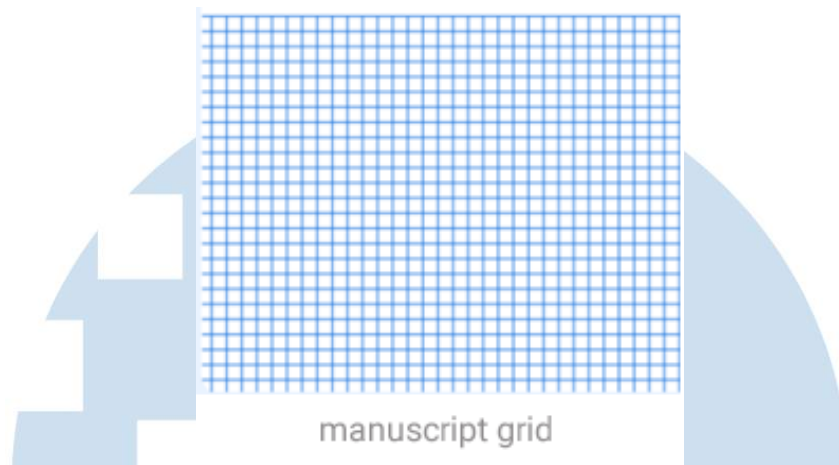
Menurut (Landa, 2014, hlm 174), *Grid* merupakan sebuah pengawalan, struktur komposisional yang terdiri atas garis-garis vertikal dan horizontal yang terurai menjadi format dalam kolom dan margin. *Grid* melandasi struktur dari buku, brosur, *situs web*, *website* seluler, dan sebagainya. *Grid* bantu mengorganisasi tulisan dan gambar-gambar. Selain itu, juga membantu membentuk halaman-halaman baik dalam bentuk cetakan atau digital.

2.1.3.1 *Layout Grid*

Menurut Nick Babich (2017) mengatakan bahwa *layout* pada *grid* memiliki empat tipe, yaitu *manuscript grid*, *column grid*, *modular grid*, dan *baseline grid*.

1) *Manuscript Grid*

Manuscript grid atau *grid* satu kolom merupakan sistem *grid* yang paling sederhana. Pada dasarnya, sebuah area persegi panjang menggunakan Sebagian besar posisi di dalam sebuah format. *Manuscirpt grid* baik untuk teks blok yang berkelanjutan.

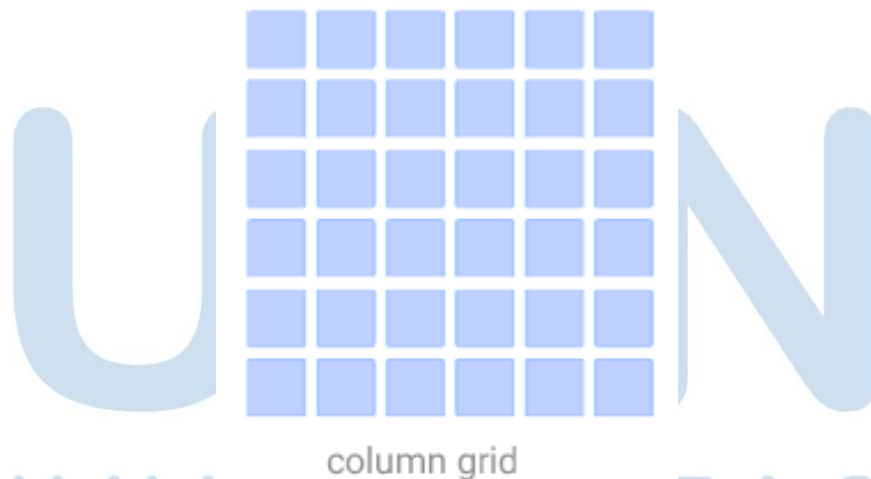


Gambar 2.21 *Manuscript Grid*

Sumber: <https://arounda.agency/blog/grid-layout-design-what-is-it-and-how-does-it-work-a-guide-with-examples>

2) *Column Grid*

Column grid bermanfaat untuk *layout* yang mengandung informasi yang terputus-putus. Ketika menggunakan *multicolumn grid*, memungkinkan untuk membuat zona untuk jenis konten yang berbeda. Contohnya, kamu dapat menggunakan kolom tertentu untuk sebuah ilustrasi.



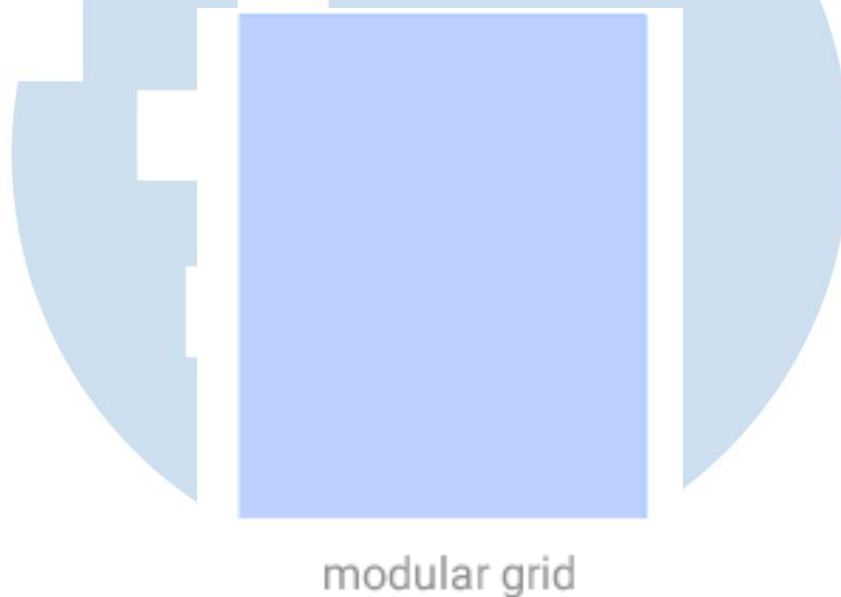
Gambar 2.22 *Column Grid*

Sumber: <https://arounda.agency/blog/grid-layout-design-what-is-it-and-how-does-it-work-a-guide-with-examples>

3) *Modular Grid*

Modular grid bermanfaat apabila diperlukan kontrol yang lebih besar dibanding sebuah *layout* yang kompleks daripada sebuah

column grid yang ditawarkan. Sebuah *modular grid* menyediakan format yang fleksibel untuk halaman-halaman dan memperbolehkan untuk menciptakan sebuah hirarki yang kompleks. Setiap modul dalam sebuah *grid* berisi Sebagian kecil konten, atau modul yang bersampingan yang dapat digabungkan untuk membentuk blok.

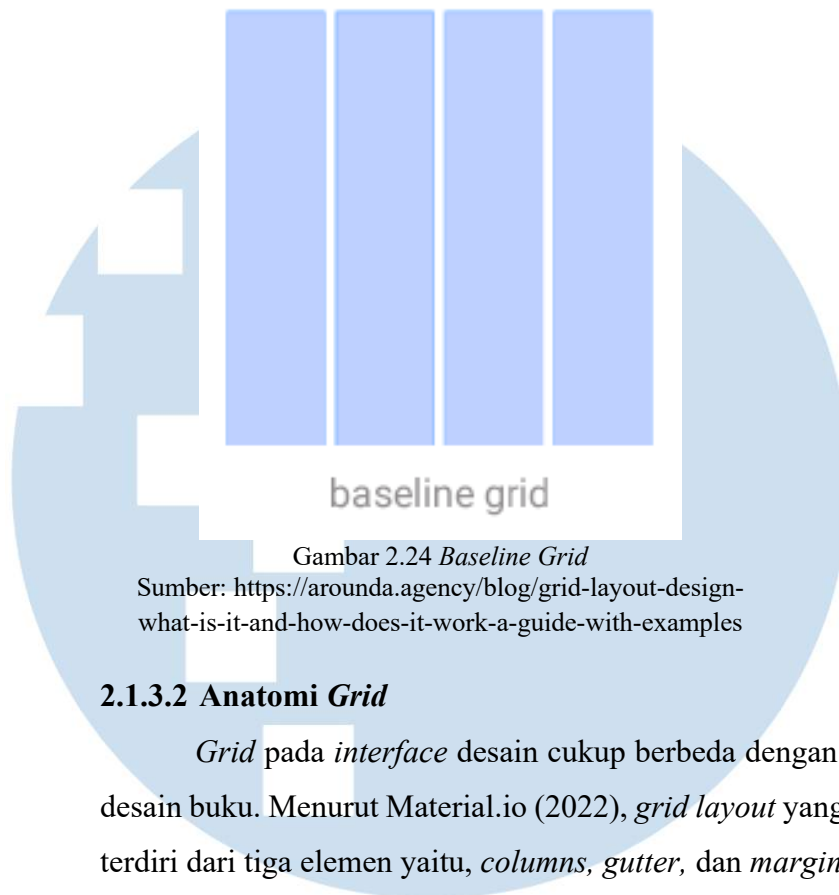


Gambar 2.23 *Modular Grid*

Sumber: <https://arounda.agency/blog/grid-layout-design-what-is-it-and-how-does-it-work-a-guide-with-examples>

4) *Baseline Grid*

Baseline grid merupakan struktur dasar yang memandu jarak vertikal dalam sebuah desain. *Grid* ini digunakan terutama untuk *alignment* horizontal dan untuk hirarki. Penggunaan *grid* ini mirip dengan pemakaian *column* dan *modules* sebagai panduan pada desain dengan menggunakan *grid* dasar untuk membangun konsistensi pada *layout*.



Gambar 2.24 *Baseline Grid*

Sumber: <https://arounda.agency/blog/grid-layout-design-what-is-it-and-how-does-it-work-a-guide-with-examples>

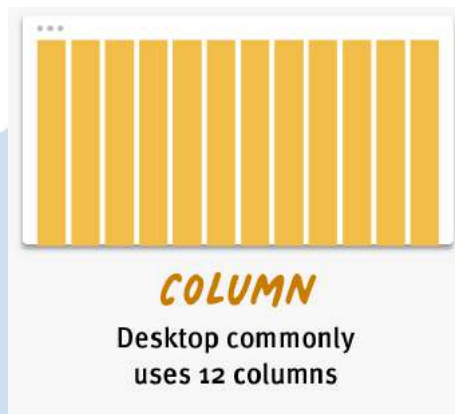
2.1.3.2 Anatomi *Grid*

Grid pada *interface* desain cukup berbeda dengan *grid* pada desain buku. Menurut Material.io (2022), *grid layout* yang responsif terdiri dari tiga elemen yaitu, *columns*, *gutter*, dan *margin*.

1) *Column*

Konten di tempatkan di area layer yang berisi kolom. Pada *layout* responsif, lebar kolom ditentukan dari persentasi dibanding nilai tetap. Hal ini memperkenankan konten untuk beradaptasi dengan ukuran layar apapun. Jumlah kolom yang dibawakan di *grid* ditentukan dri jarak *breakpoint*, yaitu sebuah jarak ukuran layer yang telah di tentukan sebelumnya. *Breakpoint* dapat disesuaikan dengan jenis layer seluler dan sebagainya.

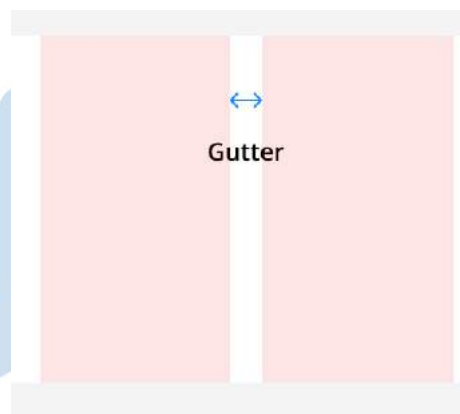
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.25 *Column*
 Sumber: <https://www.nngroup.com/articles/using-grids-in-interface-designs/>

2) *Gutter*

Sebuah *gutter* merupakan spasi diantara kolom-kolom yang digunakan untuk memisahkan informasi. Lebar-lebar dari *gutter* merupakan nilai tetap dari rentang *breakpoint*. Sebuah layar dapat lebih beradaptasi dengan cara mengubah lebar *gutter* dengan *breakpoint* yang berbeda.



Gambar 2.26 *Gutter*
 Sumber: <https://www.uiprep.com/blog/everything-you-need-to-know-about-spacing-layout-grids>

3) *Margin*

Margin adalah jarak antara konten dan tepi kiri dan kanan layar. Lebar ditentukan dengan penggunaan nilai tetap atau skala pada setiap rentang *breakpoint*. Semakin

lebar *margin* lebih sesuai untuk layar yang lebih besar, karena mewujudkan ruang kosong yang lebih banyak disekitar konten tersebut.



Gambar 2.27 *Margin*

Sumber: <https://www.uiprep.com/blog/everything-you-need-to-know-about-spacing-layout-grids>

2.1.4 Tipografi

Menurut Dr. Jokhanan (2020), pengertian tipografi merupakan suatu keahlian dalam pemilihan dan penataan huruf-huruf dengan pengelompokan pemencaran dengan ruang yang telah disediakan. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan tertentu, sehingga pembaca dapat terbantu dalam membaca secara nyaman dan maksimal.

2.1.4.1 *Typeface dan Letter*

Menurut Landa (2016, hlm 47) jenis-jenis tipografi terbagi dalam klasifikasi sebagai berikut:

1) *Old style*

Jenis huruf Roman, memiliki karakteristik dengan serif bersudut, kurung, dan penekanan bias. Contohnya Caslon, Garamond, Hoef; er Text dan Times New Roman.



Old-Style
Garamond

Gambar 2.28 *Old Style Typeface*

Sumber: <https://www.h2ostreet.com/insights/choosing-fonts-for-your-brand>

2) *Transitional*

Typeface ini mewakili peralihan dari gaya lama ke modern dengan menunjukkan karakteristik desain dari keduanya. Contohnya Baskerville, PT Serif, and Merriweather.



Transitional

Baskerville

Gambar 2.29 *Transitional Typeface*

Sumber: <https://www.h2ostreet.com/insights/choosing-fonts-for-your-brand>

3) *Modern*

Jenis huruf memiliki karakteristik dengan goresan kontras dengan ketebalan tebal ke tipis, penekanan secara vertical, dan *typeface* memiliki ciri-ciri simetris dari semua *typeface* Roman.



Modern

Didot

Gambar 2.30 *Modern Typeface*

Sumber: <https://www.h2ostreet.com/insights/choosing-fonts-for-your-brand>

4) *Slab Serif*

Jenis huruf ini memiliki ciri-ciri dengan berat, seperti lempengan, dan diperkenalkan pada awal abad ke-19. Contoh *typeface Slab Serif* yaitu Rockwell, Clarendon dan Bebas Neue.



Slab

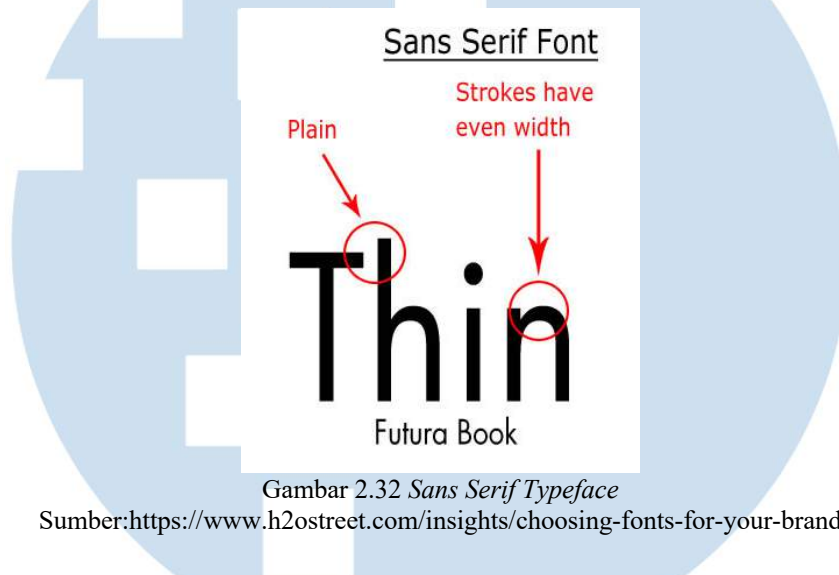
Pragmatica Slab

Gambar 2.31 *Slab Serif Typeface*

Sumber: <https://www.h2ostreet.com/insights/choosing-fonts-for-your-brand>

5) *Sans Serif*

Jenis huruf ini memiliki karakteristik dengan tidak ada Serif. Beberapa bentuk huruf yang tidak memiliki Serif memiliki goresan tebal dan tipis seperti Open Sans, Helvetica, dan Lato.



Gambar 2.32 *Sans Serif Typeface*

Sumber: <https://www.h2ostreet.com/insights/choosing-fonts-for-your-brand>

6) *Gothic*

Jenis huruf ini memiliki kekhususan goresan tebal dan huruf kurva yang padat. Jenis huruf memiliki bentuk manuskrip. Contohnya Cambridge, Quiska, dan Scotland.



Gambar 2.33 *Gothic Typeface*

Sumber: <https://blog.youworkforthem.com/2022/09/25/a-simple-guide-to-the-best-blackletter-gothic-fonts/>

7) *Script*

Huruf ini memiliki sifat yang mirip dengan penulisan tangan. Huruf-huruf cenderung miring dan menyambung. Contohnya Euphoria, Nanum Brush Script, dan Aguafina Script.



Gambar 2.34 *Script Typeface*

Sumber: <https://threerooms.com/blog/typography-series-what-is-a-script-font>

8) *Display*

Jenis huruf ini umumnya digunakan untuk berita utama atau judul. Penggunaan pada penulisan teks akan cukup sulit menggunakan font ini. Mereka cenderung lebih kompleks atau buatan tangan, dan dapat termasuk dalam salah satu dari klasifikasi lainnya.



Gambar 2.35 *Display Typeface*

Sumber: <https://threerooms.com/blog/what-is-a-display-font>

2.1.4.2 Prinsip Desain Tipografi

Menurut Pundra (2021, hlm, 75), tipografi memiliki prinsip dasar dalam penyusunan tipografi yaitu *legibility*, *clarity*, *readability*, dan *visibility*.

1) *Legibility*

Legibility merupakan kualitas yang mempertimbangkan bentuk huruf yang memudahkan mata untuk mengenali tampilan dari huruf, kata atau kalimat tersebut. Prinsip ini penting untuk memperkuat arti yang ingin disampaikan pada pembaca. (Pundra, 2021). Menurut Dr. Jokhanan (2020), *legibility* memberi kualitas pada huruf sehingga huruf tersebut memudahkan untuk dibaca.

2) *Clarity*

Clarity memiliki keterkaitan dengan kapabilitas huruf sehingga pembaca mudah memahami dengan jelas (Pundra,2021). Menurut Dr. Jokhanan (2020), *clarity* merupakan kecakapan huruf dalam karya desain sehingga pengamat yang dituju dapat membaca dan mengerti huruf-huruf tersebut.

3) *Readabilty*

Readability memiliki keterkaitan dimana pengamat lebih mudah untuk membaca huruf-huruf. Dalam hal ini, implementasi pada huruf-huruf perlu dicermati lebih dalam mengenai hubungan dengan elemen lainnya seperti spasi, tanda, dan lain-lain (Pundra,2021).

4) *Visibility*

Visibility atau visibilitas, memudahkan pembaca untuk mengamati huruf-huruf dengan jarak dan rentang tertentu (Pundra,2021). Menurut Dr. Jokhanan (2020), *clarity* merupakan kecakapan suatu huruf, kata, dan kalimat dalam suatu karya desain dengan konsep komunikasi visual untuk memudahkan pembaca dapat membaca dalam jarak tertentu.

2.1.5 Prinsip Desain *Interface*

Prinsip desain *interface* merupakan proses perancangan tampilan depan atau biasa yang dikenal dengan *interface* untuk aplikasi perangkat lunak agar dapat memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan perangkat lunak tersebut. Menurut Appkey.id (2022), prinsip desain *user interface* terbagi menjadi enam prinsip yaitu, kejelasan (*clarity*), keakraban (*familiarity*), kontrol pengguna, hirarki visual, *negative space*, fleksibilitas, dan aksesibilitas.

1) Kejelasan (*Clarity*)

Kejelasan atau *clarity* diperlukan dalam elemen desain *interface*. Hal ini menjadi salah satu bagian penting untuk mendesain *user interface*

yang hebat sehingga desain tersebut dapat membuat navigasi menjadi intuitif

2) Keakraban (*Familiarity*)

Sebuah *interface* yang baik yaitu *interface* yang mudah dikenali oleh pengguna. Dengan adanya keakraban, pengguna mudah untuk berinteraksi dengan situs atau aplikasi. Terdapat beberapa manfaat dengan adanya penggabungan prinsip familiar ke dalam desain *interface* yaitu meningkatkan penahanan pengguna, memudahkan desainer untuk mendesain *interface*, dan memudahkan pengguna untuk mengakses suatu *interface*.

3) Kontrol pengguna

Kontrol pengguna dibutuhkan agar pengguna dapat dengan mudah mengendalikan tampilan tersebut. Pengguna diberikan opsi untuk mundur selangkah dari tampilan tersebut apabila terjadi kesalahan.

4) Hirarki

Sebuah desain *interface* membutuhkan hirarki visual yang baik. Hirarki visual bermanfaat untuk menjelaskan pentingnya tingkat dari elemen yang memandu pengguna untuk melakukan sebuah tindakan pada tampilan sehingga memudahkan pengguna untuk bernavigasi pada perangkat lunak tersebut.

5) *Negative space*

Negative space atau ruang negatif bermanfaat untuk memberikan celah pada suatu tampilan. Ruang negatif dapat memberi elemen desain yang lain untuk bernafas sehingga tampilan *interface* tidak terlalu berdempetan. Selain itu ruang negatif juga dapat membuat elemen lainnya lebih menonjol.

6) Fleksibilitas

Dalam merancang sebuah desain *interface*, diperlukan fleksibilitas agar pengguna dapat berinteraksi lebih cepat. Selain itu, fleksibilitas memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan sistem dengan berbagai cara, seperti sentuhan, suara, teks, dan sebagainya. Sifat

fleksibel dan fleksibilitas ini, memudahkan tampilan untuk berubah sesuai ukuran gawai tersebut.

7) Aksesibilitas

Prinsip aksesibilitas dalam perancangan desain *interface* yaitu memiliki perbedaan kontras warna yang signifikan dan pengguna dapat menavigasi *interface* dengan mudah. Aksesibilitas ditujukan agar sebuah tampilan atau dapat diakses dengan mudah oleh semua pengguna.

2.1.6 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan gambar unik dari buatan tangan yang disertakan atau dilengkapi dengan teks cetak, digital, atau teks lisan. Ilustrasi memperjelas, meningkatkan, menerangi atau mendemonstrasikan pesan dari teks itu sendiri (Landa 2014, hlm 4). Menurut Akimova (2022), tipe-tipe ilustrasi terbagi menjadi tujuh tipe yaitu, *editorial illustration*, *advertising illustration*, *concept art*, *fashion illustration*, *scientific illustration*, *infografik*, dan *packaging illustration*.

1) Editorial Illustration

Ilustrasi editorial adalah ilustrasi yang didesain untuk mengekspresikan ide menggunakan teks, biasanya digunakan dalam buku, majalah, koran, atau situs web. Jenis ilustrasi ini tidak dapat hidup tanpa teks.



Gambar 2.36 Contoh *Editorial Illustration*

Sumber: <https://www.creativebloq.com/inspiration/8-inspiring-uses-of-editorial-illustration>

2) *Advertising Illustration*

Ilustrasi ini digunakan dalam materi promosi dan bertujuan untuk menarik perhatian pengamat. Ilustrasi ini bisa digunakan tanpa teks apapun namun dapat mengekspresikan ide yang kuat untuk mudah diingat.



Gambar 2.37 Contoh *Advertising Illustration*
Sumber: <https://wow-how.com/blog/articles/why-is-illustration-so-important-in-advertising>

3) *Concept Art*

Concept art biasanya digunakan dalam film, game, dan industri lainnya, sebagai bahan kerja untuk menemukan gambar terbaik dari suasana karya tersebut. *Concept art* ini biasanya didesain dengan beberapa pengulangan. Hal yang paling penting bukanlah gambar yang indah dan sempurna, melainkan gambar yang sesuai.

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 2.38 Contoh *Concept Illustration*
 Sumber: <https://www.gamesindustry.biz/a-brief-guide-to-becoming-a-concept-artist>

4) *Fashion Illustration*

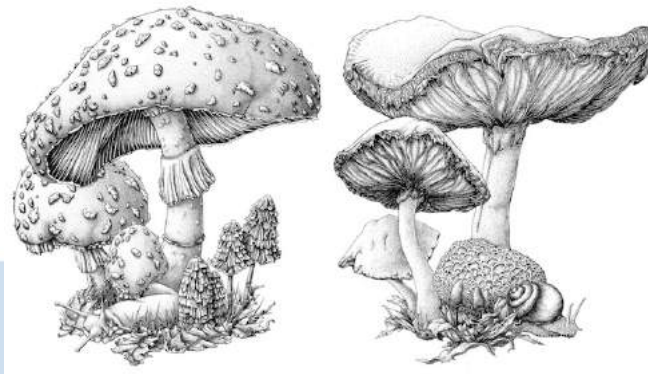
Ilustrasi fashion digunakan untuk memvisualisasikan sebuah pakaian sebelum akan diproduksi. Perancang busana banyak menggunakan ilustrasi ini dalam proses pembuatannya. Pakaian harus di gambar sebelum dijahit.



Gambar 2.39 Contoh *Fashion Illustration*
 Sumber: <https://textilelearner.net/fashion-illustrator-how-to-become-career-and-importance/>

5) *Scientific Illustration*

Ilustrasi ilmiah bertujuan untuk menggambar sesuatu objek secara akurat untuk mempermudah pemahamannya. Dalam ilustrasi ilmiah, yang terpenting ialah kejernihan dari gambar sehingga tidak memicu kebingungan.



Gambar 2.40 Contoh *Scientific Illustration*
 Sumber: <https://textilelearner.net/fashion-illustrator-how-to-become-career-and-importance/>

6) Infografis

Infografis adalah pilihan gambar dan diagram dengan teks yang sedikit. Infografis memudahkan untuk memahami suatu topik dengan cepat. Infografis berhubungan dengan desain grafis, tetapi juga relevan dengan ilustrasi. Infografis yang baik memudahkan untuk memahami informasi dan data dalam jumlah besar.



Gambar 2.41 Contoh *Infographic Illustration*
 Sumber: <https://smartupvisuals.com/scribing/business-infographic-design/>

7) *Packaging Illustration*

Ilustrasi kemasan membantu perusahaan untuk menjual produk-produk mereka. Sebuah kemasan harus menarik dilihat dan dapat menarik

perhatian pengamat. Ilustrasi kemasan membantu mendefinisikan merek, menambahkan sentuhan personal dan nuansa khusus.



Gambar 2.42 Contoh *Packaging Illustration*
Sumber: <https://blog.pack.ly/en/graphic-illustrations-packaging-design/>

2.2 Media Informasi

Menurut Turow (2017, hlm, 4), media merupakan sebuah *platform* atau sarana yang telah dikembangkan oleh industri dengan tujuan menciptakan dan menyebarkan pesan. Media informasi bertujuan untuk mampu memahami secara efektif dan menggunakan pesan yang disampaikan dalam bentuk tertulis atau simbol-simbol tercetak.

2.2.1 Prinsip Media Informasi

Menurut Tarow (2017, hlm 1) mengatakan bahwa prinsip dasar media informasi bermanfaat untuk membantu terlibat dan memahami peran media dalam kehidupan sehari-hari. Prinsip media informasi terbagi menjadi enam prinsip yakni:

- 1) Realita individual dibangun oleh media
- 2) Media dipengaruhi oleh tekanan individual
- 3) Media dipengaruhi oleh tekanan politik
- 4) Media dipengaruhi oleh format
- 5) Audiens merupakan penerima media yang aktif
- 6) Media menginformasikan tentang siapa kita di masyarakat

2.3 Media Informasi Digital Interaktif

Menurut Griffey (2020), media interaktif merupakan pengalaman non linier. Beberapa bagian dari media interaktif ditujukan untuk mendapatkan pengalaman secara linier. Selama proses pengembangan media interaktif, dibutuhkan uji kegunaan. Ketika Sebagian *prototype* telah diselesaikan, *prototype* tersebut dilakukan uji coba kepada audiens dan melihat bagaimana pengguna berinteraksi. Proses ini bertujuan untuk mengetahui kekurangan yang harus diperbaiki. Sejak adanya media digital interaktif, *hardware* telah berevolusi yang memicu adanya cara komunikasi, berbelanja ataupun hiburan yang berdampak berdasarkan bentuk, penggunaan, dan mode interaksi . Menurut Griffey (2020), bentuk dari media digital interaktif terdiri dari kiosk, situs web, aplikasi ponsel, *video games*, pertunjukan dan pameran, dan pengalaman interaktif tidak berbasis layar.

Terdapat beberapa faktor mempengaruhi kompleksitas dalam perancangan sebuah media digital interaktif adalah:

1) Tipe interaktifitas yang diperlukan

Interaktifitas yang tidak konvensional akan membutuhkan pemrograman khusus sehingga membutuhkan anggaran dan jumlah tim yang lebih besar

2) Fungsionalitas

Sebuah interaktifitas harus dapat melakukan banyak hal yang berbeda. Interaktifitas yang lebih kompleks akan membutuhkan waktu lebih lama untuk dikembangkan

3) Level dari Adaptasi

Sebuah produk yang dapat beradaptasi merupakan produk yang berubah berdasarkan pengguna dan riwayat interaksinya. Untuk membuat produk yang dapat beradaptasi, diperlukan penyimpanan data perilaku pelanggan dan kemudian menampilkan konten secara dinamis kepada pengguna berdasarkan beberapa algoritma dan data yang telah disimpan dalam basis data

4) Database

Database adalah sekumpulan tabel informasi yang saling berkaitan. *Database* penting dan sangat diperlukan, dan semakin kompleks *database*, semakin lama waktu yang diperlukan untuk mengembangkan suatu aplikasi atau produk.

5) Jumlah dan jenis konten yang dicakupi

Apabila aplikasi memiliki banyak konten seperti gambar, teks, video, ilustrasi dan sebagainya, maka akan dibutuhkan waktu lebih lama untuk pengembangannya, Seringkali, konten yang dimasukan sudah tidak perlu dirancang karena sudah ada fiturnya. Apabila hal tersebut terjadi, diperlukan izin yang sesuai untuk menggunakannya. Mengamankan hak tersebut dapat memakan waktu dan biaya yang cukup banyak, ditambah dengan kompleksitas dan anggaran proyek secara keseluruhan.

2.3.1 Website

Situs web merupakan kombinasi halaman web yang saling terkait, semuanya berada di bawah *domain* yang sama ditampilkan dalam sebuah *web browser* dan dapat diakses dari computer manapun dengan koneksi internet. Situs web modern telah berevolusi secara signifikan sejak versi awalnya. Kini, kita dapat mengakses situs web dari berbagai perangkat. Sebagian besar situs web dirancang untuk responsif yang berarti *layout* dan konten beradaptasi berdasarkan permintaan perangkat tersebut.

Menurut Landa (2014), terdapat beberapa elemen yang diperlukan dapat proses perancangan pengembangan *website*, yaitu:

1) Konten

Konten merupakan isi informasi yang tersedia bagi pengunjung situs web, Hal ini merupakan subjek dan substansi dari teks dan gambar. Konten dapat mencakup informasi umum, data, berita, cerita, hiburan, seperti musik, foto, seni, dan video. Konten harus tertata dengan baik dan mudah diakses.

2) *Information architecture*

Information architecture merupakan pengelompokan konten situs web secara hati-hati dalam pengurutan hirarki agar pengguna dapat dengan mudah menavigasi *website*. Pengunjung harus dapat dengan mudah menjangkau ke mana dia ingin pergi dari titik mana pun di situs web. *Information Architecture* yang terorganisir dengan sangat penting untuk memberikan pengalaman yang positif dan bebas dari rasa frustrasi bagi pengguna, terutama untuk situs web yang banyak teks, seperti situs editorial.

3) *Navigation system*

Struktur visual yang konsisten sama pentingnya untuk kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna yang bebas dari rasa frustrasi. Banyak situs web memiliki beberapa tingkat navigasi, termasuk navigasi portal yang mengarah ke banyak *website*, metanavigasi yang meliputi satu *website*, subnavigasi, dan navigasi satu halaman web. Perancangan *website* yang baik memiliki tata letak visual yang disederhanakan sehingga memberikan kesan keberadaan mengenai lokasi setiap saat.

4) *Homepage*

Homepage adalah pintu masuk utama ke dalam *website* yang berisi sistem navigasi pusat. *Homepage* dapat mengatur tatanan untuk seluruh aktivitas *website*. Apabila pengguna menemukan halaman beranda yang menarik, ia akan cenderung tertarik untuk eksplorasi lebih jauh mengenai situs

tersebut. *Homepage* harus memiliki informasi penting dan mudah di kenali tanpa harus *scrolling*.

5) *Tab dan Buttons*

Semua sistem navigasi terdiri dari visual dan link digital yang menghubungkan satu lokasi di *webpage* ke lokasi lain, baik di *website* yang sama ataupun berbeda. Area visual dari tautan disebut sebagai *tab* dan *buttons*. *Tab* merupakan antarmuka grafis metafora berdasarkan fungsi *tab* pada file folder, sedangkan *button* digunakan untuk membuat pilihan. Keduanya merupakan tautan interaktif. *Tab* dan *button* harus dirancang dengan jelas, sederhana dan konsisten dalam gaya, bentuk, dan warna sehingga pengunjung dapat mengenali tautan yang dapat diklik

2.3.1.1 *Jenis-Jenis Website*

Menurut Mysch.id (2021), *website* memiliki jenis dan fungsinya masing-masing berdasarkan konten atau tujuan yang ingin dicapai, diantaranya:

1) *Website pribadi*

Website pribadi merupakan *website* yang mempunyai satu topik atau lebih tergantung dari pemilik *website*. Biasanya pemilik *website* membuat konten – konten tertentu untuk dibagikan dan dibaca oleh orang – orang awam dengan berbagi informasi mengenai sebuah topik.

2) *Website komunitas online*

Website komunitas *online* merupakan *website* yang digunakan oleh banyak orang untuk membahas tentang suatu tema atau topik yang berhubungan dengan komunitas tersebut. Pada *website* ini, terdapat banyak beragam orang dengan minat yang berbeda-beda.

3) *Website* sosial media

Website sosial media merupakan *website* yang menyediakan informasi untuk diakses dengan mudah dan biasanya *website* ini digunakan untuk bertukar informasi secara langsung, saling berteman, atau mengikuti berita terbaru secara personal.

2.4 **Digital Storytelling**

Menurut Miller (2020) *digital storytelling* adalah materi naratif yang menjangkau audiens melalui teknologi dan media digital. Salah satu ciri khasnya yang untuk adalah komunikasi berbentuk interaktivitas bolak balik antara audiens dan materi narasi. *Digital storytelling* merupakan bidang yang sangat luas. Hal ini mencakup *video game*, konten yang dirancang untuk internet, aplikasi seluler, media sosial, *virtual reality*, *augmented reality*, sistem mainan cerdas, dan kios elektronik. Setidaknya ada selusin genre utama dan beberapa genre berbeda secara keseluruhan. Hampir setiap genre *storytelling* mencakup beberapa sub-genre juga.

2.4.1 **Bentuk-Bentuk Digital Storytelling**

Menurut Miller (2020), *digital storytelling* terdapat karakteristik unik. Dengan adanya teknologi dan infotmasi, kita dapat menggabungkan metode kedalam cerita interaktif dengan cara yang jauh lebih fleksibel dan dinamis untuk memberi pengalaman baru dalam menikmati narasi. Berikut merupakan bentuk-bentuk dari *digital storytelling*, yaitu:

- 1) Tipe-tipe narasi, melibatkan beberapa peristiwa dramatis yang saling berhubungan yang bertujuan untuk menceritakan sebuah kisah
- 2) Karya yang mengandung karakter, meliputi beberapa tipe-tipe karakter yang hanya ditemukan di media digital, karakter dikontrol oleh pengguna computer.
- 3) Interaktif, pengguna mengontrol, atau memberi dampak, aspek dari cerita tersebut.

- 4) *Nonlinear*, peristiwa atau adegan tidak terjadi dalam urutan yang tetap, karakter tidak ditemukan pada titik yang tetap.
- 5) Sangat imersif, melibatkan pengguna ke dalam cerita
- 6) *Participatory*, pengguna ikut berpartisipasi dalam cerita
- 7) Dapat dinavigasi, pengguna dapat menentukan jalan mereka sendiri melalui cerita atau lingkungan virtual

2.4.2 Karakter dalam *Digital Storytelling*

Karakter merupakan elemen visual yang penting dalam pembentukan *storytelling*. Dalam perancangan *storytelling*, karakter memiliki peran yang penting untuk memberikan kehidupan dalam cerita dan menarik pembaca sebagai pemeran tersebut. Menurut Miller (2020), selain menambah kehidupan dalam sebuah cerita secara konteks dan emosional, karakter juga memiliki beberapa peran khusus sebagai berikut.

- 1) Memberikan pengguna pengalaman dalam eksplorasi dunia yang belum dikenal atau intimidasi dengan mengajak untuk menjelajahi cerita secara aman.
- 2) Meningkatkan persepsi sebagai sesuatu yang menghibur walaupun tujuan utama tersebut digunakan sebagai unsur pendidikan.
- 3) Memberikan sentuhan humor yang menyegarkan
- 4) Membuat pembaca terpicu dan bersedia menghabiskan waktu berjam-jam dalam kehidupan dan lingkungan karakter
- 5) Menawarkan bantuan kepada pengguna apabila mereka bingung dan bantu menjawab pertanyaannya
- 6) Memberikan keseruan, rintangan dan tantangan dalam bentuk karakter antagonis

2.4.3 Interaktifitas dalam *Digital Storytelling*

Pengguna dapat berinteraksi dengan konten digital dalam berbagai cara dan jenis media interaktif yang cocok sebagai jenis interaktivitas yang

berbeda. Menurut Miller (2020), jenis interaktifitas terbagi menjadi 6 jenis yaitu

1) Stimulus dan respon

Stimulus berasal dari program dan respons pengguna, meskipun terdapat pengecualian. Pertukaran stimulus respon merupakan komponen universal dari semua pemrograman interaktif.

2) Navigasi

Pengguna dapat menjelajahi melalui pemrograman dengan cara yang bebas. Dengan kata lain, pengguna dapat dengan mudah memilih apa yang harus dilakukan. Navigasi, seperti pertukaran stimulus respons merupakan komponen universal dari setiap bentuk pemrograman interaktif

3) Control over objects

Pengguna dapat mengendalikan objek virtual. Hal ini mencakupi tembakan pistol, membuka laci, dan memindahkan barang dari satu tempat ke yang lain. Meskipun merupakan sebuah bentuk interaktifitas yang cukup umum, hal ini tidak sepenuhnya universal.

4) Komunikasi

Pengguna dapat berkomunikasi dengan karakter lain, termasuk yang dikendalikan oleh computer ataupun pemain lainnya. Komunikasi dapat dilakukan melalui teks yang diketik atau melalui pemilihan dialog dari menu, suara atau tindakan fisik. Secara umum, alur komunikasi berjalan dua arah.

5) Penukaran informasi

Hal ini dapat mencakup apa saja, mulai dari mengirimkan komentar ke forum *online* hingga mengirim video ke karakter fiksi di Youtube. Bentuk interaktifitas ini umumnya ditemukan pada perangkat yang memiliki akses koneksi ke internet.

6) *Acquisition*

Pengguna dapat mengumpulkan informasi atau membeli produk nyata. Mereka juga dapat mengumpulkan objek virtual atau aset di *game*. Bentuk interaktifitas ini umum terjadi di media apapun yang melibatkan internet dan terdapat di hampir semua *video games*

2.4.4 Struktur *Interactive Storytelling*

Dalam perancangan *digital storytelling*, diperlukan adanya struktur yang berguna untuk menopang penyusunan rangkaian alur pada narasi. Menurut Miller (2020), terdapat 3 struktur dalam pembuatan *digital storytelling* interaktif yaitu:

1) *Branching structure*

Branching structure terdiri dari banyak struktur yang saling berhubungan, Hal ini berfungsi sebagai jalur yang dilalui oleh pengguna. Seringkali pengguna akan sampai pada persimpangan di jalur atau sebuah keputusan yang mungkin menawarkan beberapa pilihan berbeda. Setelah memilih satu pilihan, pengguna akan menjalankan perjalanan sedikit lebih jauh hingga mencapai target dan dilanjutkan beberapa pilihan lagi dan seterusnya.

2) *Critical Story Path*

Dalam karya pengerjaan *digital storytelling*, struktur yang mendasarinya memiliki dampak besar pada pengalaman pengguna secara keseluruhan. Struktur memiliki beragam ketentuan dari pilihan yang sangat terbatas hingga yang sangat bebas. Struktur untuk proyek tertentu biasanya ditentukan oleh jenis pengalaman interaktif yang ingin disediakan oleh para desainer. Jalur cerita yang kritis memungkinkan untuk mengungkapkan bagian-bagian penting dari informasi secara bertahap dan dengan waktu yang optimal. Alur dari cerita yang kritis juga dapat digunakan untuk mendramatisasi busur karakter protagonis.

3) *Space to Explore*

Pengguna dapat menavigasi ke segala arah, dan beberapa desainer menyebut sebagai bentuk struktur yang paling bebas. Struktur ini menyediakan objek bagi pengguna untuk memanipulasi objek dan hal-hal yang harus dilakukan, serta memiliki batasan spasial. Namun, terkadang mereka juga memiliki tujuan akhir yang spesifik. Pengguna dapat menciptakan cerita mereka sendiri saat mereka bermain.

2.5 *Fear of Missing Out*

Menurut Przybylski, et.al (dalam Rizki, dkk, 2018) *Fear or Missing Out* atau FoMO merupakan fenomena yang di alami berupa kecemasan sosial yang didapati oleh seseorang yang ingin selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain.

2.5.1 **Penyebab FoMO**

Menurut WhatIs.com (2019), penyebab FoMO disebabkan oleh perasaan cemas karena adanya gagasan bahwa sebuah pengalaman yang menyenangkan atau kesempatan penting akan terlewatkan atau hilang. FoMO dihasilkan oleh amigdala. Amigdala merupakan bagian dari otak yang mendeteksi apakah sesuatu merupakan ancaman bagi kelangsungan hidup. Bagian otak ini mendapatkan impresi seseorang merasa tertinggal sebagai ancaman sehingga menciptakan stres dan kecemasan. Seseorang memungkinkan mengalami FoMO apabila sudah merasa sangat sensitif terhadap ancaman lingkungan. Hal ini termasuk orang-orang yang berjuang dengan kecemasan sosial, perilaku obsesif atau kompulsif atau memiliki bentuk trauma emosional di masa lalu. Selain meningkatnya perasaan tidak nyaman atau sedih, FoMO dapat menyebabkan keterkaitan yang lebih besar dalam perbuatan tidak sehat. Menurut databoks (2022), generasi Z memiliki tingkat kecemasan yang lebih tinggi dibanding generasi X atau generasi yang lebih tua dalam survei proporsi responden yang mengalami kecemasan.

2.5.2 Bentuk-bentuk FoMO

Menurut McGinnis (2020), FoMO terdiri dari beberapa kategori, antara lain FoMO di bidang investasi, FoMO dalam produk *trending*, dan FoMO dalam pencapaian. FoMO dalam pencapaian atau yang disebut dengan *Fear of Missing Out on Goal Achieving* (FOMOGA).

1) FoMO dibidang investasi

FoMO dapat menyebabkan kecemasan dalam investasi. Seseorang yang FoMO dapat tergoda untuk melakukan investasi berdasarkan spekulasi belaka.

2) FoMO dalam bentuk *trending*

Fenomena FoMO dapat memicu seseorang terus terikat dengan produk-produk yang sedang *trending*. Seseorang merasa ingin tidak melewati momen untuk tertinggal dengan produk tren terbaru.

3) FoMO dalam pencapaian (FOMOGA)

Menurut Presma (2022), disebutkan oleh Anna Tomkins penulis *Handbook for Today* mengatakan bahwa, FOMOGA merupakan rasa ketakutan untuk tertinggal dalam mencapai suatu tujuan atau pencapaian dalam hidup. Seseorang cenderung merasa cemas dan tertekan apabila tidak mengetahui tujuan yang ingin dicapai diperkuat dengan harapan ekspektasi dari masyarakat

2.5.3 Dampak FoMO

Dampak FoMO dapat menyebabkan seseorang merasa tertekan, tidak percaya diri, iri dengki, hingga depresi. FoMO juga dapat mengakibatkan karir seseorang ditempat kerja terancam kesuksesannya (McGinnis, 2020). Menurut VeryWellMind (2022), FoMO menyebabkan seseorang untuk menjaga perhatian mereka keluar ketimbang ke dalam. Dalam hal ini, dapat menyebabkan kehilangan rasa identitas diri dan bergumul dengan harga diri yang rendah. FoMO dapat berkontribusi pada tekanan teman sebaya, mengakibatkan remaja terlibat dalam perilaku beresiko yang harusnya dihindari dikarenakan otak remaja masih

berkembang, memungkinkan terlibat dalam tindakan tersebut tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya.

2.5.4 Cara Menghadapi FoMO

Langkah pertama dalam mengatasi FoMO dan meningkatkan kepuasan hidup adalah memahami apa itu FoMO dan dari mana perasaan FoMO itu berasal. Setelah dapat mengidentifikasi FoMO, tindakan selanjutnya yaitu menghilangkan dari kehidupan seseorang. Sebagian besar saran untuk mengatasi FoMO adalah dengan beristirahat sejenak dari media sosial dan lebih memperhatikan orang-orang dilingkungan sekitar. Menurut WhatIs.com (2019), terdapat beberapa aksi yang dapat mengurangi FoMO yaitu:

1) Mengubah fokus

Mengubah fokus dengan apa yang ada sekarang, bukan apa yang kurang pada saat ini. Hal ini dapat memodifikasi media sosial sehingga lebih banyak hal yang positif muncul dari postingan dan menghasilkan postingan yang bersifat kebahagiaan

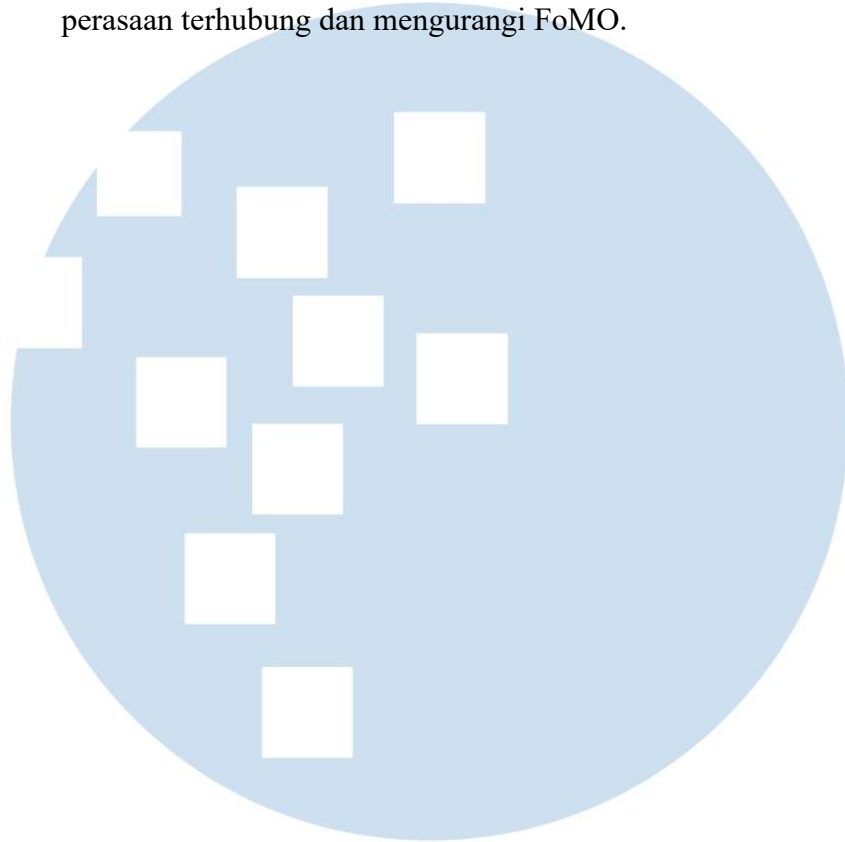
2) Menulis jurnal

Menulis jurnal dan pengalaman menyenangkan dibandingkan mengunggah apapun di sosial media. Jurnal dapat mengalihkan fokus dan validasi dari publik menjadi pengaguman pribadi apa yang membuat hidup menjadi baik. Selain itu, menulis jurnal hal-hal yang dapat disyukuri juga dapat membantu mengalihkan fokus pada hal-hal baik dalam hidup. Hal ini akan membuat anda lebih mudah untuk menyadari bahwa hidup ini dikelilingi hal yang luar biasa.

3) Mencari hubungan nyata dengan yang lain

Mencari hubungan nyata dengan orang lain secara tatap muka. Membuat rencana bersama teman dan keluar rumah dapat menanamkan rasa kepemilikan dan mengurangi rasa FoMO. Mengirim pesan langsung ke teman dibandingkan mengunggah postingan public juga

dapat menciptakan ineteraksi intim yang positif dan meningkatkan perasaan terhubung dan mengurangi FoMO.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA