



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perancangan Desain

Menurut Landa (2014) perwujudan dari pesan untuk target audiens dalam bentuk komunikasi visual yang menjadi desain grafis. Hal ini menjadi sebuah gambaran dari ide abstrak yang bergantung pada pembuatan elemen visual. Desain grafis menjadi solusi memiliki banyak kegunaan diantaranya bisa mempersuasi, menginformasi, membangkitkan dan menyampaikan makna dalam banyak tingkatan. Solusi desain grafis bisa mempengaruhi kebiasaan target audiens

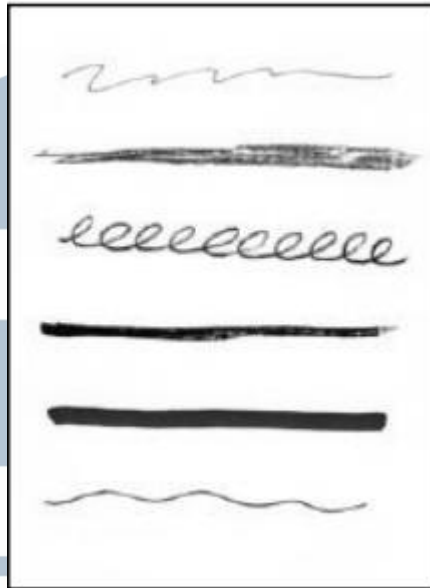
2.1.1 Elemen Desain

Menurut Robin Landa (2014) mempunyai empat elemen dasar desain. Elemen tersebut meliputi garis, bentuk, warna dan tekstur.

2.1.1.1 Garis

Garis adalah sebuah visual yang terbuat dari titik dan disambungkan menjadi sebuah jalan. Garis diciptakan dengan alat gambar yang digunakan diatas sebuah permukaan. Ada beberapa macam alat gambar untuk membuat garis seperti pensil, kuas, *software tool* dan lain lain. Garis mempunyai peran penting dalam komposisi dan komunikasi. Salah satu fungsi garis adalah menentukan suatu bentuk, sudut, gambar, tulisan, dan pola. Hal ini menjadi berguna dalam mengatur komposisi dari setiap gambar di dalamnya. Garis bisa membantu dalam membuat alur penglihatan serta ekspresi (hlm. 19-20).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

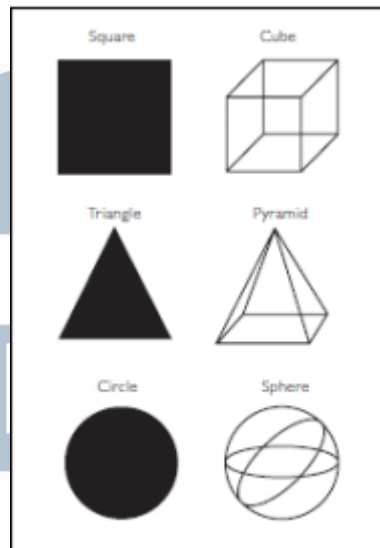


Gambar 2.1 Garis

2.1.1.2 Bentuk

Perwujudan yang terbuat dari garis adalah bentuk. Bentuk dapat dijadikan sebagai shushu gambaran dari garis. Suatu garis berakhir pada awal garis tersebut. Biasanya bentuk terbentuk pada pembukaan dua dimensi yang terdiri dari garis secara keseluruhan. (hlm. 20). Secara hakikat, bentuk menjadi wujud datar yang terdapat pada pembukaan dua dimensi dan bisa diukur panjang dan lebarnya. Dasar bentuk mempunyai tiga, yaitu kotak, segitiga, dan lingkaran. Beberapa bentuk dapat dikembangkan sebagai berikut yaitu :

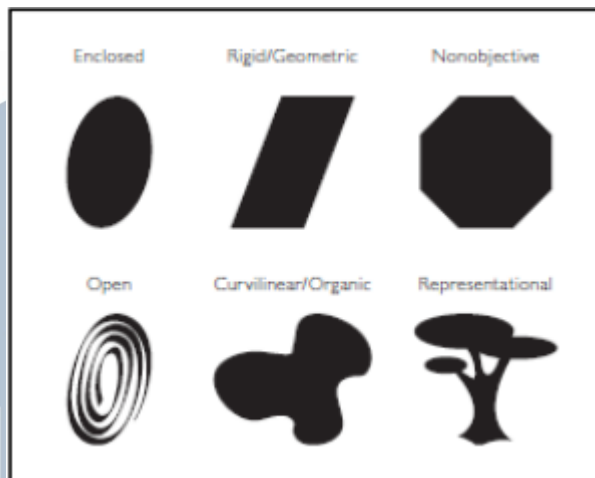
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.2. Bentuk

- Bentuk geometris, bentuk yang dibuat dengan sisi yang lurus, sudut yang bisa diukur. Hal ini bisa disebut juga sebagai rigid
- Bentuk curvilinear, organik, atau bio morfik merupakan bentuk yang sebagian intinya terbuat dari lengkungan yang natural.
- Bentuk non objekif atau non representasional merupakan bentuk yang tidak mendasar pada terjemahan visual. Bentuk ini tidak mempunyai relasi dengan benda di dunia
- Bentuk representasional merupakan bentuk yang bisa diterjemahkan atau bisa mengingatkan audiens kepada benda di dunia. Bentuk ini bisa disebut figurative

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 2.3. Bentuk

Figure/Ground atau bisa disebut *positive and negative space* merupakan salah satu prinsip dalam desain grafis. Prinsip ini adalah sebuah persepsi visual yang bertujuan pada relasi antar bentuk, suatu figur terhadap *ground* dalam permukaan dua dimensi. Secara umum pikiran bisa mencari untuk memisahkan elemen grafis yang bisa dilihat sebagai figure dari elemen ground atau latar belakang. Hal ini biasa secara tidak langsung dilakukan agar lebih paham mengenai figure/ground.

2.1.1.3. Warna

Warna merupakan elemen desain yang provokatif dan kuat. Elemen ini hanya bisa dilihat ketika cahaya dipantulkan dari suatu permukaan ke mata manusia. Sebagian cahaya tersebut ada yang diserap oleh benda atau objek permukaan. Lalu sebagian cahaya yang tidak tersegrap, terpantul dan Warna mempunyai tiga elemen utama yaitu hue, value dan saturation. *Hue* adalah nama warna seperti merah, hijau, biru atau jingga. *Value* ditunjukkan pada tingkat kilau atau gelap warna contoh biru muda atau merah gelap. *Saturation* merupakan tingkat cerah atau curam warna seperti merah cerah atau merah kesam (hlm. 23).



Gambar 2.4 Warna

Warna mempunyai kategori warna dasar atau primer. Dalam sebuah pekerjaan berbasis digital atau pada layar, tidak mempunyai warna primer yaitu merah, hijau dan biru (RGB). Warna primer bisa disebut warna aditif karena saat ketiga warna dicampur dengan jumlah dan intensitas yang sama akan menjadi putih. Kemudian dalam pekerjaan berbasis tradisional, mempunyai warna primer yang dinamai warna subtraktif, yaitu warna merah, kuning, dan biru. Warna dikategorikan sebagai warna primer karena mereka tidak diciptakan dari penggabungan warna lain, namun bisa menghasilkan warna lain saat digabungkan



Gambar 2.5 Warna

Dalam pencetakan (*Offset printing*) warna mempunyai empat warna primer yaitu cyan (C), magenta (M), kuning (Y), dan hitam (K). Warna inilah yang digunakan mencetak foto, karya seni dan ilustrasi (hlm 24).

2.1.1.4 Tekstur

Kualitas permukaan atau representasi dari kualitas permukaan dinamakan sebagai tekstur. Dalam seni visual, mempunyai dua kategori tekstur yaitu taktil dan visual. Taktil adalah merupakan tekstur yang nyata dan dapat disentuh dan dirasakan oleh indera manusia. Tekstur ini bisa disebut tekstur aktual.

Tekstur visual merupakan ilusi dari tekstur nyata yang diciptakan oleh manusia, seperti pemindaian dari tekstur asli, fotografi, dan gambar tangan (hlm. 23)

2.1.2 Prinsip Desain

Desain grafis memiliki beberapa prinsip dasar yang harus dikuasai oleh desainer untuk membuat perancangan. Berikut adalah prinsip desain grafis menurut Landa (hlm. 29-36):

2.1.2.1. Format

Format bisa diartikan sebagai perimeter yang menutupi. Hal ini bisa digambarkan seperti area pembatasan konten desain seperti kertas, layar telepon genggam, billboard, dan lainnya. Dalam desain grafis, format digunakan untuk menentukan tipe proyek yang akan dibuat seperti bentuk poster, iklan mobile, CD cover dan lain - lain.

2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan adalah prinsip desain yang sangat umum ditemukan pada kegiatan manusia. Kegiatan tersebut seperti yoga, bela diri, gymnastics, tarian atau olahraga. Secara visual bobot pada bagian tersebut tidak diukur dengan kekuatan gravitasi seperti beda pada

umumnya. Setiap elemen komposisi mempunyai energi yang menciptakan berbagai impresi kekuatan (hlm. 31).

2.1.2.3. Hierarki Visual

Menyampaikan sebuah informasi merupakan hal penting dari sebuah desain. Dengan adanya hirarki visual audiens lebih tertuju dalam membaca sebuah informasi. Hierarki visual adalah prinsip yang digunakan untuk membantu desainer dalam membuat sebuah desain agar lebih informatif (hlm. 33).

2.1.2.4 Irama

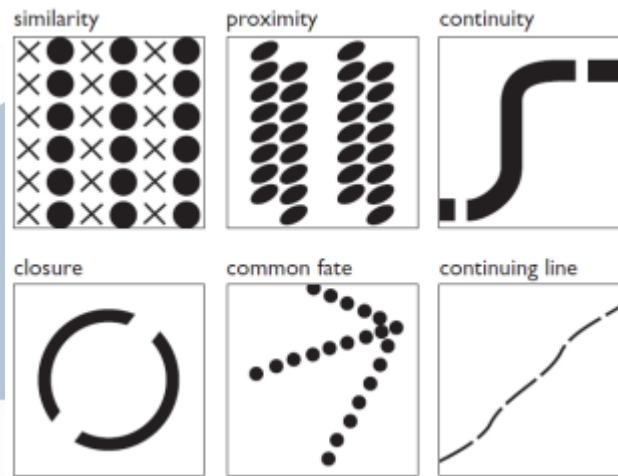
Irama dikaitkan dengan ketukan yang diciptakan berdasarkan pola yang ditentukan. Di desain grafis, irama bisa digambarkan dengan pola visual yang kuat. Irama bisa membuat audiens untuk bisa melihat komposisi dari desain. Irama bisa diciptakan dengan adanya faktor seperti warna, tekstur, figur, emphasis, dan keseimbangan (hlm. 35)

2.1.2.5 Kesatuan

Kesatuan adalah prinsip untuk menggabungkan berbagai elemen visual untuk menciptakan harmoni sebuah komposisi. Hal ini bisa membuat bagaimana pikiran untuk menentukan sebuah komposisi menjadi suatu persepsi kesatuan (hlm. 36)

2.1.2.6 Hukum Organisasi Perseptual

U 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 2.6. Hukum Organisasi Perseptual

Berdasarkan gambar di atas, hukum organisasi mempunyai enam bagian yaitu :

- *Similarity* adalah kesamaan dalam berupa bentuk, warna, tekstur atau arah
- *Proximity* adalah elemen yang fokus pada letak jarak antar objek
- *Continuity* adalah jalur koneksi antar objek visual
- *Closure* adalah membuat pikiran untuk menggabungkan beberapa objek visual bertujuan untuk membuat objek utuh
- *Common fate* adalah elemen yang bisa disebut kelompok karena mereka bergerak dengan arah yang sama
- *Continuing line* adalah garis yang biasa disebut dengan garis sederhana

2.2. Campaign

Rogers dan Storey (1987) mengatakan bahwa kampanye adalah suatu kegiatan komunikasi dengan tujuan menciptakan sesuatu yang ditentukan terhadap sasaran yang ditandakan dalam periode yang ditentukan. *International Freedom of expression Exchange* (IFEX), menyebutkan bahwa kampanye merupakan kegiatan yang bisa membuat perubahan sosial publik dan aktifitas kampanye memiliki

dampak untuk mempengaruhi sekitar dengan mengharapkan komunikasi dalam bentuk dua arah. Pembuat keputusan mempunyai dua pilihan, yaitu: pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung yakni melalui saluran media tertentu yang membentuk pendapat umum lalu memberikan dukungan terhadap kegiatan kampanye tersebut.

2.2.1 Jenis Kampanye

Charles U. Larson (1989) mengatakan bahwa jenis kampanye terbagi ke dalam tiga kategori yaitu:

1. **Product-oriented campaigns** atau kampanye yang menunjukkan ke produk dan dasarnya pada bisnis yang bertujuan untuk pemasaran suatu produk yang baru serta membangun citra positif perusahaan dengan menyelenggarakan kegiatan sosial dan program kepedulian.

2. **Candidate-oriented campaigns** atau kampanye yang mengarah pada kandidat politik yang memiliki kampanye politik untuk meraih pendukung dalam suatu kegiatan politik di pemerintahan. Biasanya dengan jangka waktu yang relatif pendek yaitu 3-6 bulan dan membutuhkan dana yang cukup besar.

3. **Ideological or cause campaigns** adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Biasanya kampanye ini disebut dengan **social change campaigns** dan kegiatan kampanye sosial tersebut bersifat nonkomersial.

Seperti kampanye lingkungan hidup

2.2.2 Pesan Kampanye

Kampanye merupakan penyampaian pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan dapat disampaikan dalam bentuk mulai dari poster, spanduk, pidato, diskusi, iklan. Adapun bentuknya, pesan selalu menggunakan simbol, baik

verbal maupun non verbal, yang diharapkan mendapatkan respons. Integritas pesan dipengaruhi oleh hal yang menjadi penentu bahwa pesan itu ditanggapi secara baik atau tidak dilihat dari:

1. **Format.** Pesan yang disampaikan menggunakan kata yang tepat, bahkan jenis huruf harus detail. Pesan bisa juga menggunakan bantuan visual untuk pesan kampanye.
2. **Tone (Nuansa).** Pesan harus memberikan perhatian terhadap suasana hati, yaitu suasana atau gaya yang ingin dibuat dalam pesan
3. **Konteks.** Konteks dalam pesan itu juga penting untuk mengundang tanggapan dari audiens.
4. **Waktu.** Pesan yang kita sampaikan wajib bersifat baru karena jika informasi tersebut sudah berlalu akan tidak mudah diterima.
5. **Pengulangan.** Hal ini membuat informasi mudah diterima dan dicerna. Namun, hindari pengulangan yang membuat pesan menjadi tidak mudah diterima lagi.

2.2.3 Strategi AISAS

Dalam buku *The Dentsu Way*, Sugiyama dan Andree (2011) bahwa *cross communication* menghubungkan berbagai jenis media dengan target sasaran. Disamping itu, *cross communication* berperan menunjang keberhasilan. Dentsu dalam Sugiyama dan Andree (2011) menyatakan bahwa strategi AISAS merupakan strategi yang berperan sebagai kerangka kerja dan merupakan strategi yang banyak digunakan dalam perancangan kampanye. Cara kerja strategi AISAS terhadap target sasaran terdiri dari lima yaitu :

1) Attention

Tahap *attention* adalah tahap untuk menarik perhatian dari target sasaran terhadap suatu produk. (hlm. 79).

2) *Interest*

Setelah tahap *attention*, tahap selanjutnya adalah tahap *interest* untuk menumbuhkan rasa ketertarikan target audiens terhadap suatu kampanye.(hlm. 79).

3) *Search*

Tahap *search* adalah tahap mengumpulkan keinginan target sasaran untuk mencari informasi mengenai suatu produk maupun jasa (hlm. 79-80).

4) *Action*

Tahap *action* adalah tahap target sasaran melakukan sebuah aksi terhadap hal yang disampaikan, seperti membeli produk yang dipromosikan (hlm. 80).

5) *Share*

Ketika target sasaran telah mencapai tahap *share*, target sasaran akan membantu menyebarkan informasi yang didapatkan. Contoh tahap ini yaitu konsumen yang menjadi penyebar informasi (transmitter of Word-of-Mouth information) terhadap suatu(hlm. 80).

2.3. *Game*

Game adalah sesuatu yang dimainkan dengan dua hasil penyelesaian ada yang menang dan ada yang kalah, biasanya bermain *game* dengan tujuan *refreshing*. Cara yang dibutuhkan dalam menganalisa interaksi antara sejumlah pemain maupun perorangan yang menunjukkan strategis dalam berbagai macam pola. Permainan mempunyai peraturan yang membuat persaingan dari dua sampai beberapa kelompok dengan memilih strategi yang bermacam jalannya untuk memaksimalkan kemenangan atau untuk meminimalkan kemenangan lawan. Peraturan menentukan perjalanan dan tindakan untuk setiap pemain, sejumlah keterangan diterima setiap pemain sebagai kemajuan bermain, dan sejumlah

kemenangan atau kekalahan dalam berbagai situasi. Beberapa definisi *game* menurut beberapa para ahli sebagai berikut:

1. John C Beck & Mitchell Wade, *Game* adalah penarik perhatian yang telah diterima banyak orang. Game adalah lingkungan pelatihan bagi dunia nyata dalam organisasi yang menuntut untuk memecahkan suatu masalah
2. Samuel Henry, *Game* merupakan sbentuk hiburan yang dijadikan sebagai penyegar pikiran dari rasa penat yang disebabkan oleh aktivitas sehari - hari
3. John Naisbitt, *Game* merupakan sistem partisipan dinamis karena game memiliki tingkat penceritaan yang tidak dipunyai oleh hiburan lain seperti *film*.



Gambar 2.7 Games

2.3.1 Jenis *Game*

Sulistyo (2010) mengatakan bahwa ada beberapa jenis platform di dunia *game* yaitu:

1. *Arcade games*, yaitu tempat yang mempunyai alat khusus yang dibuat untuk jenis *games* yang mempunyai fitur yang membuat pemainnya lebih merasakan sensasi *gamenya*, seperti pistol, kursi khusus, sensor gerakan, sensor injakkan dan stir mobil (beserta transmisinya tentunya).

2. *PC Games* , yaitu *video game* yang dibuat untuk dimainkan menggunakan komputer

3. *Console games*, yaitu *video games* yang dibuat untuk dimainkan menggunakan konsol seperti Playstation, XBOX dan Nintendo.

4. *Handheld games*, yaitu yang dimainkan di console yang mudah dibawa oleh pemain, contoh Nintendo DS dan Sony PSP.

5. *Mobile games*, yaitu dapat dimainkan untuk *handphone*

2.3.2 *Genre Game*

Game dibagi atas beberapa genre, diantaranya yaitu :

1. *Action Shooting* : permainan aksi yang memiliki konten aksi menembak dan memukul sesuai dengan cerita dan tokoh di dalam permainan. Contoh : Point Blank, Counter Strike

2. *Fighting* : Permainan ini memerlukan kecepatan refleks dan koordinasi mata dan tangan, tetapi dari permainan ini adalah penguasaan jurus, karakter dan timing. Contoh : Naruto, Dragon Ball

3. *Adventure* : Permainan yang melakukan penjelajahan seperti memanjat, menelusuri hutan, meloncati tebing yang terpisah jurang, berayun dari pohon ke pohon lainnya, bergulat melawan tanaman atau hewan liar demi mencari petunjuk menuju rintangan berikutnya. Contoh : *Tomb Raider*

4. *Strategy* : Memberikan pemain atas kendali sekelompok dengan berbagai kemampuan bahkan membangun berbagai bangunan tergantung dari tema permainan. Contoh : *Warcraft*

5. *Simulation* : Permainan jenis ini menggambarkan kehidupan dunia nyata dan memperhatikan dengan detail berbagai faktor kehidupan nyata. Contoh: *The Sims, Zoo Tycoon.*

6. *Puzzle* : Permainan jenis yang memecahkan sebuah teka-teki. Contoh: Tetris

7. *Sports* : *Game* ini merupakan adaptasi dari kehidupan nyata, pemain *game* jenis ini membutuhkan strategi dalam memainkannya. Contoh : PES

8. *RPG* : Permainan ini memiliki penekanan pada tokoh perwakilan pemain yang tokoh utamanya dimana kita memainkannya dan karakter tersebut dapat berubah Contoh: Final Fantasy, Ragnarok

9. *Education* : Edukasi merupakan paket yang menciptakan kemampuan pada lingkungan yang diberikan sebagai alat bantu untuk membantu siswa untuk melalui prosedur *game* secara teliti untuk mengembangkan kemampuannya. Developer yang membuatnya, harus memperhitungkan berbagai hal agar *game* ini benar benar dapat mendidik, menambah pengetahuan

2.3.3 Unsur *Game*

Game terdiri dari unsur dasar yang dipadukan menciptakan pengalaman menarik, komponen *game* antara lain:

1. *Fitur* : Merupakan suatu hal yang menggambarkan *game* kedalam bentuk yang dapat dilihat maupun dirasakan.

2. *Gameplay* : merupakan cara kerja suatu *game*

3. *Interface* : merupakan semua bentuk tampilan yang ada pada sebuah *game*.

4. *Aturan* : merupakan sekumpulan aturan yang ada dalam sebuah *game*.

5. *Desain level*: merupakan tingkat kesulitan yang menggambarkan jalan cerita pada sebuah *game*.

2.4. *Website*

Menurut Landa (2014), website adalah sebuah halaman yang digabungkan menjadi satu dan bisa diakses di *WWW (World Wide Web)*. Berbagai tujuan penggunaan website dimulai dari kegiatan, pemerintah, organisasi, iklan, edukasi transaksi, peta, media sosial, komunitas, game, dan lain – lain (hlm 321-322). Menurut Landa (2014), ada sepuluh tahapan dalam proses perancangan sebuah website yaitu :

1) *Project plan*

Perancang membentuk tim yang memproses perancangan desain dan menentukan tujuan *website*.

2) *Creative brief*

Merencanakan strategi untuk membentuk identitas visual yang kompleks. Selain itu, tahap ini juga tahap dalam menentukan target audiens.

3) *Site Structure*

Tahap ini adalah melakukan proses ide, perancangan konten, memulai perancangan dan melakukan pembahasan mengenai hambatan yang mungkin akan terjadi.

4) *Content outline*

5) *Conceptual design*

Memulai perancangan sesuai konsep desain yang telah dirancang sesuai dengan *brief*.

6) *Visual design development*

Tahap perancangan tata letak elemen visual, menentukan grid, menentukan metode visualisasi, jenis tipografi, merancang *color palette*, navigasi, foto, ilustrasi dan elemen grafis lainnya.

7) *Technical specs*

8) *Prototype*

9) *Technology*

Tahap untuk menyelesaikan masalah yang ditemui pada tahap *alpha test* dan *beta test*.

10) *Implementation*

Tahap terakhir ini merupakan tahap perilisan website.

Dalam buku, Landa (2014) menjelaskan bahwa mendesain menggunakan *grid*, *grid* harus sebagai akomodasi bagi konten, Terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan dalam prose pembuatan grid yaitu margin, gutter, dan line spacing. Menurut Landa (2014) menjelaskan bahwa terdapat dua jenis grid yaitu:

1) *Multi Column Grid*

Grid ini merupakan grid yang memiliki banyak ruang untuk meletakkan elemen grafis. Penggunaan grid ini ditujukan untuk menonjolkan hirarki

2) *Modular Grid*

Modular grid merupakan grid dengan pembagian kolom horizontal dan vertikal agar terlihat konsisten

2.4.1 Interactive Design

Menurut Sharp, Preece, dan Rogers (2019) mengatakan bahwa *Interactive Design* adalah tentang merancang pengalaman untuk *user*, yang mengangkat kualitas cara *user* bekerja, berkomunikasi dan berinteraksi dengan *design* tersebut. Ada sekumpulan cara yang digunakan untuk sebuah *interactive design*, seperti *UI/UX*, *design software*, desain produk, dan *web design*. *Interactive Design* biasa digunakan untuk mendeskripsikan lapangan secara umum, termasuk metode, teori dan pendekatan (p.10)

