

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2014), desain grafis merupakan sebuah bentuk ide kreatif dari penyampaian pesan secara komunikasi visual melalui pemilihan, dan penyusunan dari elemen-elemen visual yang ada sehingga dapat menyampaikan pesan yang bersifat untuk mempersuasi, mengidentifikasi, dan menginformasikan kepada target yang dituju.

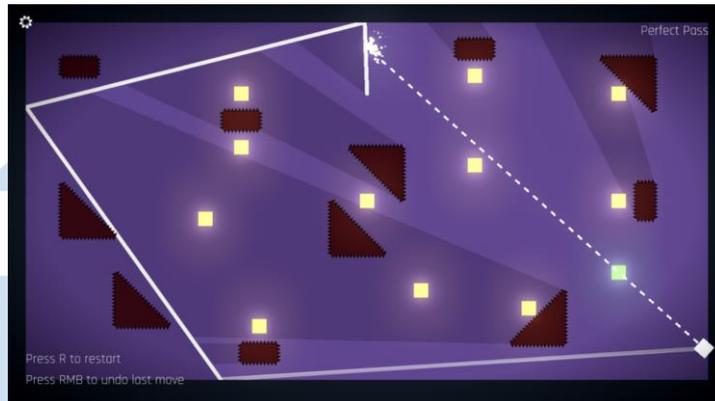
2.1.1 Elemen Visual

Elemen visual merupakan komponen desain grafis dua dimensi yang meliputi garis, bentuk, warna, dan tekstur, dengan tujuan dari komponen tersebut dapat digunakan sebagai penyampaian komunikasi secara ekspresif (Landa, 2014).

2.1.1.1 Garis

Menurut Landa (2014), garis merupakan salah satu elemen visual yang terbentuk dari perpanjangan sebuah titik dengan kualitas visual yang bervariasi diatas permukaan dengan tujuannya sebagai sebuah komposisi yang dapat mengarahkan mata audiens.

Garis dapat membantu dalam merepresentasikan atau menyampaikan sebuah pesan yang berhubungan dengan perasaan atau *mood* pada sebuah desain sehingga beberapa garis dapat memiliki sifat seperti takut, marah, senang, bebas, anggun, dan sifat-sifat lainnya (Lauer & Pentak, 2012).



Gambar 2.1. Penggunaan Garis Pada *Game*

Sumber: <https://itch.io/t/1514802/long-tail-minimalistic-2d-puzzle-game-coming-to-steam>

2.1.1.2 Bentuk

Menurut Landa (2014), garis merupakan salah satu elemen visual yang terbentuk dari perpanjangan sebuah titik dengan kualitas visual yang bervariasi di atas permukaan dengan tujuannya sebagai sebuah komposisi yang dapat mengarahkan mata audiens.

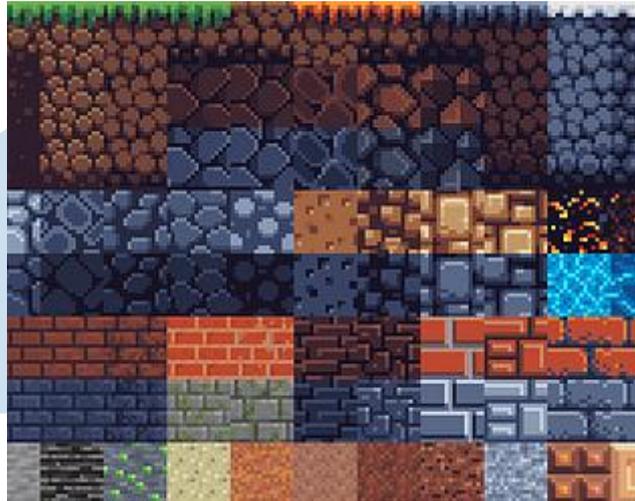
Bentuk memiliki kaitannya dengan penggunaan ruang kosong pada sebuah permukaan desain sehingga terciptanya sebuah persepsi visual yang dikorelasikan dengan ruang positif, dan negatif pada sebuah desain (Landa, 2014).

2.1.1.3 Warna

Menurut Landa (2014), warna merupakan sebuah elemen visual desain grafis yang terbuat dari sifat cahaya, dan bukan dari objek itu sendiri, akan tetapi ketika objek tersebut mempunyai kemampuan untuk merefleksikan gelombang cahaya tertentu.

2.1.1.4 Tekstur

Menurut Landa (2014), tekstur dapat didefinisikan sebagai representasi dari sifat pada suatu permukaan yang ada. Tekstur yang terasa pada saat diraba merupakan tekstur taktil sedangkan tekstur visual merupakan tekstur yang dapat dilihat namun tidak ada sifat tekstur tersebut ketika diraba (Landa, 2014).



Gambar 2.2. Tekstur Pada Aset *Game*
Sumber: <https://piiixl.itch.io/textures>

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain ialah sebuah ketetapan dasar dari sebuah desain yang digunakan untuk menciptakan sebuah visual dengan pengetahuan dasar tentang konsep, tipografi, gambar, dan elemen-elemen visual (Landa, 2014).

2.1.2.1 Format

Menurut Landa (2014), format dapat diartikan sebagai acuan seorang desainer mengenai batasan ukuran dari media desain yang digunakan, yang mana seorang desainer diharuskan untuk mengerjakan desainnya pada batasan format yang ditentukan.

2.1.2.2 Keseimbangan

Menurut Landa (2014), keseimbangan merupakan salah satu prinsip desain yang dapat dikembangkan secara intuitif dengan mendistribusikan bobot visual yang ada sehingga terciptanya sebuah keseimbangan di setiap sisi pada desain yang dirancang.

2.1.2.3 Hierarki Visual

Menurut Landa (2014), hierarki visual merupakan prinsip desain yang terpenting karena hierarki visual bertujuan untuk menggerakkan perhatian audiens kepada informasi atau pesan yang

ingin disampaikan, dan pusat perhatian dari hierarki visual disebut dengan *emphasis*.

2.1.2.4 Ritme

Menurut Landa (2014), ritme merupakan sebuah pola dari elemen-elemen visual yang dapat menciptakan sebuah *flow* dari sebuah desain menjadi lebih harmonis dengan ditambahkan variasi-variasi dari elemen visual yang ada.

2.1.2.5 Kesatuan

Menurut Landa (2014), kesatuan adalah sebuah prinsip desain dimana semua elemen desain yang ada saling terkait satu sama lain sehingga membentuk suatu susunan elemen-elemen visual yang membuat elemen-elemen visual tersebut tampak bersatu bersama.

2.1.2.6 Hukum Gestalt

Menurut Landa (2014), hukum Gestalt merupakan sebuah prinsip desain yang menggunakan elemen-elemen visual yang memiliki kedekatan, kesamaan, kesinambungan dengan beberapa elemen visual yang berbentuk tertutup, saling bertabrakan, dan berkelanjutan sehingga dapat menciptakan sebuah komposisi pada desain untuk mencapai prinsip kesatuan.

2.1.3 Teori Warna

Terdapat banyak pilihan dalam memilih warna, dan tiap pilihan tersebut dapat diaplikasikan ke dalam seluruh aspek kehidupan manusia yang berhubungan dengan warna (Lauer & Pentak, 2012).

2.1.3.1 Jenis Warna

Menurut Landa (2014), ada dua jenis warna primer yang memanfaatkan atau menggunakan cahaya yang dihasilkan oleh layar media, yaitu:

a) **Additive Color**

Additive color atau warna aditif merupakan warna digital yang dihasilkan dari tiga warna primer yakni merah, biru, dan hijau yang ketika digabungkan dalam jumlah yang sepadang maka akan menghasilkan cahaya putih (Landa, 2014).

b) **Subtractive Color**

Subtractive color atau warna subtraktif merupakan warna yang dihasilkan dari cahaya yang terpantul dari permukaan objek sehingga memiliki tiga warna primer yakni merah, kuning, dan biru yang ketika dicampur dengan warna hitam akan meningkatkan kontras pada warna (Landa, 2014).

2.1.3.2 Nomenklatur Warna

Landa (2014) membagi nomenklatur atau tata nama warna secara spesifik ke dalam tiga kategori yang terdiri dari :

a) **Hue**

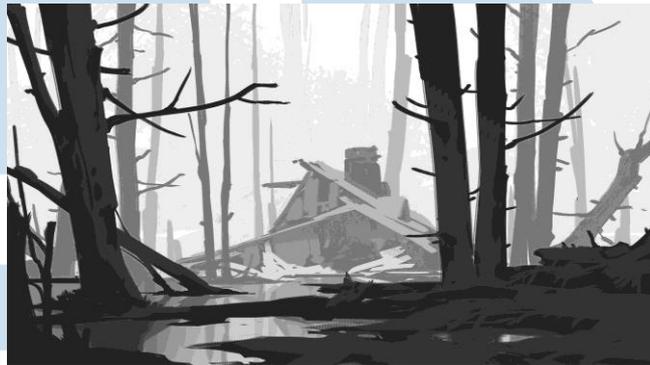
Hue merupakan penggolongan pada warna yang mana tiap-tiap warna memiliki sensasi visual yang berbeda dari satu sama lain, dengan demikian terdapat jumlah *hue* yang tak terhitung (Lauer & Pentak, 2012).



Gambar 2.3. Penggunaan Hue Pada Desain Karakter
Sumber: <https://www.artstation.com/artwork/m8oQd1>

b) Value

Value adalah sebuah kontras pada warna yang mengandalkan gelap atau terangnya dari sebuah warna sehingga dapat mempengaruhi persepsi visual (Lauer & Pentak, 2012).



Gambar 2.4. Penerapan Value Pada Ilustrasi

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/41564943/cizgiselvektorel-siyah-beyazlar>

c) Saturation atau Intensity

Saturation atau *intensity* merupakan sebuah perubahan warna yang disebabkan oleh tingkat warna hitam, atau putih yang dapat merubah *value*, dan intensitas sebuah warna secara bersamaan (Lauer & Pentak, 2012).



Gambar 2.5. Penggunaan Warna Dengan Saturasi Rendah Pada Ilustrasi

Sumber: <https://www.artstation.com/artwork/39Gzrg>

2.1.3.3 Skema Warna

Menurut Landa (2014), hukum Gestalt merupakan sebuah prinsip desain yang menggunakan elemen-elemen visual yang memiliki kedekatan, kesamaan, kesinambungan dengan beberapa elemen visual yang berbentuk tertutup, saling bertabrakan, dan berkelanjutan sehingga dapat menciptakan sebuah komposisi pada desain untuk mencapai prinsip kesatuan.

a) *Monochromatic*

Monochromatic merupakan skema warna yang menggunakan satu *hue* dengan mengatur kontras pada *value*, dan *saturation* pada *hue* tersebut sehingga kombinasi warna tampak sederhana, dan seimbang (Landa, 2014).



Gambar 2.6. Skema Monochromatic Pada Ilustrasi
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/100756757/The-Last-of-Us-2-Poster-Series>

b) *Analogous*

Analogous merupakan skema warna yang menggunakan tiga *hue* yang saling berdekatan satu sama lain dikarenakan kemiripan

antara *hue* yang satu dengan yang lainnya sehingga menciptakan perpaduan kesan yang harmonis, dan lebih bervariasi dibandingkan *monochromatic* (Landa, 2014).



Gambar 2.7. Skema Analogous Pada Ilustrasi
Sumber: <https://www.artstation.com/artwork/RYLgGE>

c) **Complementary**

Complementary merupakan skema warna yang menggunakan dua *hue* yang saling berlawanan arahnya pada *color wheel* sehingga dapat menciptakan kesan ketegangan visual yang kuat dikarenakan kontras yang ada pada kedua *hue* (Landa, 2014).



Gambar 2.8. Skema Complementary Pada Konsep Game
Sumber: <https://www.artstation.com/artwork/nQG804>

d) **Split Complementary**

Split complementary merupakan skema warna yang menggunakan satu *hue* dengan dua *hue* yang warnanya berlawanan

pada *color wheel* sehingga menampilkan kombinasi warna yang kontras, dan tidak dramatik tapi visual yang dihasilkan tetap terlihat lebih energik (Landa, 2014).



Gambar 2.9. Skema Split Complementary Ilustrasi
Sumber: <https://www.pixiv.net/en/artworks/23572548>

e) ***Triadic Color Scheme***

Triadic color scheme menggunakan tiga *hue* yang memiliki jarak antara satu sama lain. Biasanya *triadic color scheme* meliputi warna primer, dan sekunder seperti kombinasi warna merah, biru, dan kuning (Landa, 2014).

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.10. Skema Triadic Color Scheme Ilustrasi
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/155930071/1122022>

f) ***Tetradic Color Scheme***

Tetradic color scheme merupakan skema warna yang menggunakan empat *hue* dengan dua *hue* yang saling berpasangan sehingga menciptakan kontras, dan keberagaman (Landa, 2014).



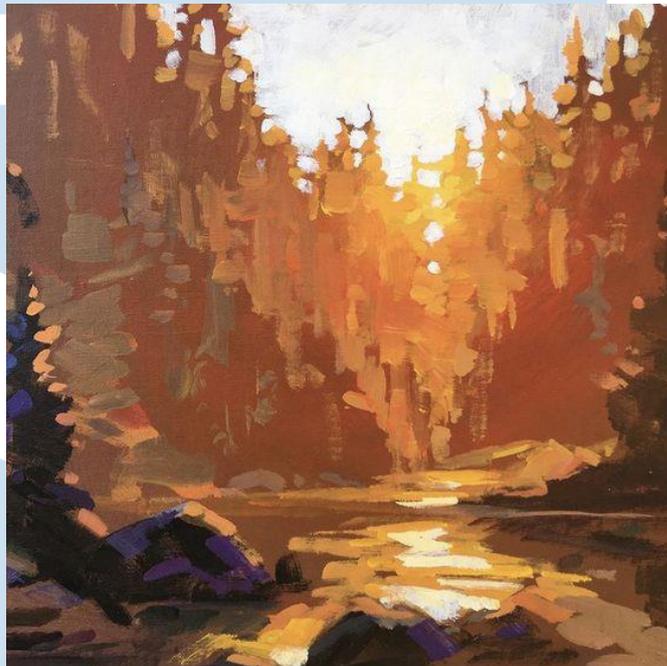
Gambar 2.11. Skema Tetradic Color Scheme Ilustrasi
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/61545981/Daeumelinchen>

2.1.3.4 Temperatur Warna

Menurut Landa (2014), temperatur pada warna merujuk pada sifat warna yang memberikan kesan panas atau dingin pada visualisasi pada warna. Efek psikologis dapat ditimbulkan dari temperatur warna yang seakan-akan membuat warna tersebut terkesan panas atau dingin (Lauer & Pentak, 2012).

a) *Warm Color*

Menurut Landa (2014), *warm color* atau warna yang bersifat hangat bagi persepsi visual yang meliputi warna merah, kuning, dan oranye.



Gambar 2.12. Penggunaan Warna Hangat
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/350436414766707737/>

b) *Cold Color*

Menurut Landa (2014), *warm color* atau warna yang bersifat dingin bagi persepsi visual meliputi warna ungu, dan biru.



Gambar 2.13. Penggunaan Warna Dingin
Sumber: <https://www.behance.net/gallery/102807393/Colors-of-the-Wind>

2.1.3.5 Psikologi Warna

Menurut Birren (1961), warna memiliki simbolisme atau makna yang berhubungan dengan psikologi manusia yang dibangun melalui unsur sejarah, agama, tradisi, dan supertisi sehingga seiring berjalannya waktu, warna tersebut dapat merepresentasikan perasaan manusia.

a) Merah

Warna merah dapat disimbolisasikan dengan keberanian atau pengorbanan yang mulia. Selain itu warna merah sendiri juga dapat dikaitkan pada sesuatu yang berhubungan dengan perasaan intens, dan tanda bahaya atau larangan (Birren, 1961).



Gambar 2.14. Simbolisme Merah Pada Poster
Sumber: <https://slapdashing.tumblr.com/post/79996396478>

b) Oranye

Warna oranye dapat disimbolisasikan dengan daya tahan, dan kekuatan. Warna oranye juga dapat dikaitkan pada sesuatu yang berhubungan dengan kehangatan, kepuasan, dan energetik (Birren, 1961).



Gambar 2.15. Simbolisme Oranye Pada Poster
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/724375921346743215>

c) **Kuning**

Warna kuning dapat disimbolisasikan dengan kehormatan. Warna kuning juga dapat dikaitkan pada sesuatu yang berhubungan dengan kegembiraan, ilham, dan kesehatan (Birren, 1961).



Gambar 2.16. Simbolisme Kuning Pada Ilustrasi
Sumber: <https://www.pixiv.net/en/artworks/26845373>

d) **Hijau**

Warna hijau dapat disimbolisasikan dengan pertumbuhan, dan harapan. Warna hijau juga dapat dikaitkan pada sesuatu yang berhubungan dengan alam, dan kedamaian (Birren, 1961).



Gambar 2.17. Simbolisme Hijau Pada Ilustrasi
Sumber: <https://www.artstation.com/artwork/PmzYn3>

e) **Biru**

Warna biru dapat disimbolisasikan dengan kejujuran. Warna biru juga dapat dikaitkan pada sesuatu yang berhubungan dengan ketakutan, dan kontemplasi (Birren, 1961).



Gambar 2.18. Simbolisme Biru Pada Ilustrasi
Sumber: <https://www.pixography.art/post/116468575696/william-teason>

f) **Ungu**

Warna ungu dapat disimbolisasikan dengan jabatan atau bangsawan. Warna ungu juga dapat dikaitkan pada sesuatu yang berhubungan kesepian, keputusan, dan kedukaan (Birren, 1961).



Gambar 2.19. Simbolisme Ungu Pada Ilustrasi
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/75646468736004394/>

2.1.4 Tipografi

Tipografi merupakan pergabungan antara elemen visual yang berbentuk abjad, angka, ataupun symbol yang konsisten walaupun adanya perubahan pada elemen visual tersebut (Landa, 2014).

2.1.4.1 Klasifikasi Tipografi

Menurut Landa (2014), klasifikasi pada tipografi dapat didasarkan pada *style*, dan sejarah dari tipografi itu sendiri. Klasifikasi tipografi tersebut mencakup:

a) ***Old-Style***

Old-style merupakan jenis tipografi yang bentuk desainnya merujuk pada huruf roman dengan prinsip memiliki sedikit kontras diantara garis tebal, dan tipis pada huruf (Felici, 2012).

b) ***Transitional***

Sesuai dengan namanya, tipografi *transitional* merupakan tipografi yang menunjukkan kedua karakteristik dari tipografi *old-style*, dan *modern* yang mana tipografi *transitional* memiliki peningkatan kontras dari tebal atau tipis dari goresan pada karakter huruf (Felici, 2012).

c) ***Modern***

Modern adalah tipografi serif yang memiliki bentuk geometris dengan karakteristik yang terletak pada kontras tebal atau tipisnya sebuah goresan (Landa, 2014).

d) ***Slab Serif***

Slab serif merupakan tipografi yang dikarakteristikan sebagai tipografi *serif* yang berat, dan memiliki sebuah bentuk lempengan pada karakter huruf dari tipografi tersebut (Landa, 2014).

e) **Sans Serif**

Sans serif merupakan tipografi dengan karakteristik pada huruf tipografinya tidak memiliki *serif* yang mana membuat variasi pada karakter huruf tipografi tersebut seperti tebal atau tipisnya goresan pada karakter tersebut (Landa, 2014).

f) **Blackletter**

Slab serif merupakan tipografi yang dikarakteristikan sebagai tipografi *serif* yang berat, dan memiliki sebuah bentuk lempengan pada karakter huruf dari tipografi tersebut (Landa, 2014).

g) **Script**

Slab serif merupakan tipografi yang dikarakteristikan sebagai tipografi *serif* yang berat, dan memiliki sebuah bentuk lempengan pada karakter huruf dari tipografi tersebut (Landa, 2014).

h) **Display**

Tipografi *display* biasanya digunakan sebagai judul atau *headline* dikarenakan sifat tipografi ini yang berukuran besar yang dirancang secara buatan tangan, dekoratif, dan penuh dengan kejelasan (Landa, 2014).

2.1.5 Grid

Grid digunakan untuk menata ruang pada sebuah desain sehingga informasi yang ada bisa diterima oleh audiens dengan baik (Tondreau, 2009). *Grid* merupakan komposisi yang terbentuk dari garis horizontal, dan vertical sehingga memisahkan *column*, dan *margin* (Landa, 2014).

2.1.5.1 Anatomi Grid

Menurut Tondreau (2009), ada beberapa hal yang menjadi bagian penting atau komponen pembentuk dari sebuah grid. Komponen tersebut terdiri dari:

a) **Columns**

Columns adalah ruang berbentuk vertikal yang tercipta pada sebuah komposisi, dan dapat digunakan untuk memberi tipografi atau gambar (Tondreau, 2009).

b) **Modules**

Modules adalah ruang yang terpisah dengan ruang yang konsisten sehingga dengan menggabungkan beberapa *modules* dapat menciptakan *columns*, dan *rows* yang berbeda-beda (Tondreau, 2009).

c) **Margins**

Margins adalah ruang yang merepresentasikan jarak antara garis potong termasuk dengan *gutter*, dan halaman konten. *Margins* juga dapat menyesuaikan bahan informasi sekunder seperti catatan, atau *caption* (Tondreau, 2009).

d) **Spatial Zone**

Spatial zone merupakan sekumpulan *modules* yang membentuk sebuah area kosong yang dapat digunakan untuk memberi tipografi, gambar, atau informasi-informasi lainnya (Tondreau, 2009).

e) **Flowlines**

Flowlines merupakan sekumpulan *modules* yang membentuk sebuah area kosong yang dapat digunakan untuk memberi tipografi, gambar, atau informasi-informasi lainnya (Tondreau, 2009).

2.1.5.2 Jenis Grid

Tondreau (2009) membagi jenis-jenis grid menjadi 5 struktur dasar, yaitu :

a) **Single-Column Grid**

Single-column grid pada umumnya digunakan pada desain yang memiliki teks yang berkelanjutan seperti buku atau esai.

Single-column grid memiliki kesan mewah dibandingkan dengan adanya *column* yang banyak (Tondreau, 2009).

b) *Two-Column Grid*

Two-column grid lebih fleksibel dibandingkan *single-column grid*. *Two-column grid* dapat digunakan apabila desain memerlukan informasi yang terpisah (Tondreau 2009).

c) *Multicolumn Grid*

Multicolumn grids dapat digunakan dalam perancangan majalah ataupun website dikarenakan fleksibilitasnya yang lebih tinggi dibandingkan *single-column grid*, dan *two-column grid* (Tondreau, 2009).

d) *Modular Grids*

Modular grids merupakan grid yang menggunakan kombinasi antara *column* vertikal dengan *column* horizontal sehingga dapat mengatur struktur kompleks ke dalam beberapa ruang yang lebih kecil (Tondreau, 2009).

e) *Hierarchical Grids*

Hierarchical grids terbagi atas beberapa zona yang hanya terbentuk dari *column* horizontal saja. Kemudahan untuk membaca informasi ketika sedang melakukan *scroll down* pada suatu halaman membuat grid ini berguna pada perancangan website (Tondreau, 2009).

2.1.6 Ilustrasi

Menurut Landa (2014), ilustrasi merupakan sebuah aspek desain yang menggunakan gambar unik dalam menyampaikan sebuah pesan melalui representasi visual yang ada.

2.1.6.1 Unsur Ilustrasi

Ada sejumlah unsur-unsur pada ilustrasi menurut Male (2007) yang terdiri dari:

a) *Visual Language*

Ilustrasi sebagai sebuah bahasa visual yang memiliki perbedaan *style* antara ilustrasi yang satu dengan yang lainnya dengan perbedaan yang terletak pada penggunaan warna, tekstur, bentuk, dan simbolisme dari ilustrasi yang berdasar pada preferensi personal (Male, 2007).

b) *Visual Metaphor*

Visual metaphor merupakan arti dari sebuah ilustrasi yang memiliki makna yang bersifat imajinatif, dan tidak dapat diaplikasikan secara harafiah dengan bentuk ilustrasi yang konseptual sehingga dapat menjadi sebuah metode komunikasi yang mengandalkan ilusi, simbolisme, dan ekspresionisme (Male, 2007).

c) *Pictorial Truths*

Ilustrasi dapat merepresentasikan sebuah kejadian yang terjadi secara harafiah tanpa menggunakan hal-hal yang melebih-lebihkan atau memiliki makna tersirat seperti *metaphor*, alegori, dan makna konseptual (Male, 2007).

d) *Aesthetics dan Non-Aesthetics*

Adanya sebuah sejarah budaya yang dapat mempengaruhi konteks dari ilustrasi, dan pengaruhnya terhadap *visual language* dari sebuah ilustrasi sehingga menciptakan sebuah tren dalam ilustrasi (Male, 2007).

2.1.6.2 Tujuan Ilustrasi

Menurut Landa (2014), ilustrasi merupakan sebuah aspek desain yang menggunakan gambar unik dalam menyampaikan sebuah pesan melalui representasi visual yang ada.

a) Dokumentasi, dan Referensi

Menurut Male (2007), salah satu tujuan ilustrasi adalah untuk memberikan sebuah informasi yang menyediakan sebuah dokumentasi, referensi, edukasi, penjelasan, dan instruksi secara visual mengenai makna kontekstual.

b) *Commentary*

Menurut Male (2007), ilustrasi dapat digunakan pada media editorial yang mana fungsi ilustrasi pada media editorial ialah untuk menekankan pesan yang provokatif tanpa memandang unsur estetik dari sebuah subjek.

c) *Storytelling*

Menurut Male (2007), ilustrasi dapat menjadi sebuah representasi visual dari sebuah pesan dengan unsur cerita didalamnya sehingga menciptakan pendekatan yang lebih emosional, dan imajinatif.

d) *Persuasion*

Menurut Male (2007), ilustrasi berkaitan erat dengan media promosi dengan menggunakan pesan yang lebih dramatis sehingga dapat mengembangkan sebuah perasaan yang dibutuhkan dalam memfasilitasi pesan dengan benar, dan tepat.

e) *Identity*

Menurut Male (2007), ilustrasi dapat berfungsi sebagai sebuah penanda agar sebuah badan lembaga jasa, atau produk dapat lebih mudah dikenali oleh target audiensnya dengan ilustrasi yang merepresentasikan identitas dari lembaga tersebut.

2.1.7 Karakterisasi

Menurut Corbett (2013), karakterisasi merupakan sebuah tindakan dalam memberikan tokoh karakter sebuah sifat, atau kepribadian sehingga mendefinisikan karakter tersebut secara kontekstual seperti peran, keinginan, kontradiksi, dan rahasia.

2.1.7.1 Roles

Roles merupakan sebuah peran yang diambil oleh seorang karakter dalam sebuah cerita, yang menjadikan karakter tersebut penting dalam keberlanjutan dari pengembangan karakteristik (Corbett, 2013).

2.1.7.2 Quirks

Quirks adalah sifat unik yang ada pada karakter seperti kebiasaan buruk sampai dengan cara karakter tersebut mengekspresikan dirinya sehingga membuat karakterisasi tiap karakter unik, dan berbeda-beda (Corbett, 2013).

2.1.7.3 Purposes

Purposes merupakan sebuah tujuan yang berwujud keinginan dalam sebuah karakter, dan tujuan tersebut merepresentasikan keseluruhan keinginan dari karakter itu sendiri (Corbett, 2013).

2.1.7.4 Secrets

Secrets merupakan hal yang dimiliki sebuah karakter dalam bentuk rahasia yang dibagikan kepada audiens mengenai aspek apa yang sedang terjadi (Corbett, 2013)

2.1.7.5 Contradictions

Contradictions adalah sebuah titik perhatian dari ekspektasi audiens yang berkontradiksi yang memicu rasa penasaran seseorang mengenai karakter tersebut (Corbett, 2013).

2.1.7.6 Dialog

Dialog merupakan serangkaian kata-kata yang disampaikan oleh sejumlah karakter, dan dialog dapat merepresentasikan aksi dari sebuah karakter (Corbett, 2013).

2.1.8 UI/UX

Menurut Maioli (2018), *user experience* merupakan sebuah pengalaman yang dirasakan oleh seseorang dalam melakukan interaksi dengan sebuah objek yang memiliki dampak baik, ataupun buruk terhadap kualitas dari kehidupan sehari-hari. Selain itu, menurut Maioli (2018), *user interface* merupakan sebuah elemen visual seperti hierarki, tipografi, dan *copywriting* pada *user experience* yang dapat mempengaruhi *user experience* itu sendiri.

2.1.8.1 *Icon*

Icon adalah sebuah representasi desain dari proses, objek, dan sebuah tindakan yang membantu interaksi *user* dengan adanya identifikasi dari setiap interaksi (Maioli, 2018).

2.1.8.2 *User Persona*

User persona merupakan sebuah *archetype* yang dibuat secara fiktif untuk menggambarkan sebuah representasi target, atau klien yang menggunakan hasil dari perancangan desain yang mana menjelaskan secara keseluruhan keinginan dari target (Maioli, 2018).

2.1.8.3 *User Journey*

User journey merupakan sebuah gambaran yang dibuat berdasarkan perilaku target dengan tujuan untuk mempermudah perancang dalam mengerti konteks dari informasi berupa proses pencapaian yang diinginkan oleh target (Maioli, 2018).

2.1.9 *Interactive Storytelling*

Interactive storytelling merupakan sebuah metode pemberian cerita dengan interaksi audiens sebagai kunci penting dari berjalannya sebuah cerita dengan demikian, pengarang cerita hanya menyediakan beberapa elemen seperti karakter, properti, dan peristiwa di dalam sebuah *storyworld* (Smed et al. 2021).

2.1.7.1. Unsur *Interactive Storytelling*

Ada sejumlah unsur yang digunakan *interactive storytelling* menurut Smed et al. (2021):

a) *Partakers*

Partakers merupakan aspek pada *interactive storytelling* yang terdiri dari dua peran yaitu, seseorang yang melakukan interaksi kepada *storyworld*, dan seseorang yang membuat aspek tersebut seperti konten, mekanik, dan sistem (Smed et al. 2021).

b) *Narrative, Plot, dan Story*

Narrative, plot, dan story merupakan sebuah kombinasi dalam membuat sebuah runtutan peristiwa pada sebuah *interactive storytelling* yang dapat merepresentasikan kejadian fiktif ataupun nyata (Smed et al. 2021).

c) *Interaction*

Interaksi pada *interactive storytelling* tidak berhubungan dengan interaksi pada media pada umumnya, interaksi pada *interactive storytelling* merupakan kemampuan audiens dalam menentukan pilihan dari sejumlah pilihan yang tersedia pada system (Smed et al. 2021).

2.1.7.2. Definisi *Storyworld*

Menurut Smed et al. (2021), *storyworld* merupakan sebuah alat yang disediakan desainer untuk menjalankan sebuah pengalaman bagi audiens yang menggunakan interaksi antara audiens dengan lingkungannya pada sebuah naratif kejadian.

2.1.7.3. Jenis *Storyworld*

Menurut Smed et al. (2021), ada sejumlah hal yang membedakan *interactive storytelling* dengan *storytelling* yang konvensional. Beberapa jenis *storyworld* dibagi ke dalam tiga jenis berdasarkan bagaimana audiens mengambil pilihan:

a) ***Linear Storyworld***

Linear storyworld adalah sebuah jenis *storyworld* memiliki alur cerita yang bersifat linear, yang mana audiens akan bertemu dengan kejadian yang sama dengan cerita yang sama berulang kali sesuai dengan urutan kejadian (Smed et al. 2021).

b) ***Branching Storyworld***

Branching storyworld adalah sebuah jenis *storyworld* memiliki alur cerita yang bersifat bercabang, dimana percabangan sebuah alur cerita, dan kejadian ditentukan oleh pilihan dari audiens (Smed et al. 2021).

c) ***Open Storyworld***

Open storyworld merupakan sebuah jenis *storyworld* dimana audiens diberikan pilihan yang bebas dalam sebuah dunia yang terbuka dengan kemungkinan-kemungkinan dari kejadian yang dihasilkan oleh keputusan audiens (Smed et al. 2021).

2.2 Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan instrumen teknologi yang digunakan sebagai alat interaksi masyarakat secara interpersonal dalam menyampaikan atau menyebarkan sebuah pesan kepada khalayak ramai (Turow, 2009). Menurut Turow (2009), ada dua jenis media komunikasi yaitu:

2.2.1 Media Cetak

Media cetak merupakan media yang dipublikasikan dalam bentuk fisik berupa sebuah hasil cetakan yang dibuat dari tinta diatas sebuah permukaan kertas, media ini meliputi buku, koran, dan majalah (Turow, 2009).

2.2.1.1 Buku

Buku merupakan hasil publikasi yang dicetak menggunakan sebuah mesin, atau dilukis oleh tangan dalam jumlah cetak halaman yang banyak dengan total jumlah halaman 49 halaman, dan buku harus memiliki *cover* (Turow, 2009).

2.2.1.2 Koran

Koran merupakan sebuah publikasi cetak yang diproduksi secara berkala dari hari ke hari atau per minggu dengan tujuan untuk memberitakan hal-hal yang berhubungan dengan politik, dan sosial pada masyarakat (Turow, 2009).

2.2.1.3 Majalah

Majalah merupakan hasil publikasi cetak secara berkala yang memuat berbagai macam material seperti puisi, iklan, cerita, dan lain sebagainya (Turow, 2009).

2.2.2 Media Elektronik

Media elektronik merupakan media yang dipublikasikan ke dalam bentuk perangkat elektronik seperti radio, televisi hingga penggunaan internet (Turow, 2009).

2.2.2.1 Rekaman, dan Radio

Media rekaman merupakan media yang menggunakan instrumen musikal sehingga menghasilkan sebuah lagu yang menjadi hiburan bagi masyarakat, dan untuk penyebaran rekaman tersebut bisa melalui radio yang berfungsi sebagai alat penyebaran yang dilakukan secara transmisi gelombang radio (Turow, 2009).

2.2.2.2 Televisi

Televisi merupakan sebuah media yang digunakan sebagai bentuk penyiaran dengan menggunakan transmisi visual, dan didampingi oleh audio (Turow, 2009).

2.2.2.3 Internet

Internet merupakan media yang menggunakan sistem dari sebuah jaringan komputer yang menggunakan interaktivitas antar penggunaannya sebagai suatu instrumen penyampaian pesan (Turow, 2009).

2.3 Video Game

Menurut Salen, & Zimmerman (2004), *video game* merupakan sebuah system yang mana system tersebut membiarkan seorang audiens sebagai pemain untuk melakukan kegiatan di dalam dunia artifisial dengan peraturan yang telah ditetapkan sehingga dapat menghasilkan hasil keluaran yang berupa *goals*.

2.3.1 Type of Player

Menurut Bartle (1996), terdapat empat jenis tipe *player* dalam sebuah *game*. Hal tersebut meliputi:

2.3.1.1 Achiever

Achiever merupakan tipe *player* yang membuat sebuah tujuan untuk mendapatkan sebuah objek pada *game* yang dapat dikumpulkan, dan memiliki upaya untuk mengejar sebuah level tertentu pada sebuah *game* (Bartle, 1996).

2.3.1.2 Explorer

Explorer merupakan tipe *player* yang memiliki sebuah tujuan untuk menemukan hal-hal yang dapat ditemukan dalam sebuah dunia *game* dengan melakukan eksplorasi terhadap dunia tersebut (Bartle, 1996).

2.3.1.3 Socializer

Socializer merupakan tipe *player* yang menggunakan fitur-fitur pada *game*, atau *role-play* untuk melakukan komunikasi dengan *player* lainnya (Bartle, 1996).

2.3.1.4 Killer

Killer merupakan tipe *player* yang membuat sebuah kekacauan untuk mencapai sebuah kesenangan pribadi dengan motivasi untuk membunuh persona dari seseorang yang ada pada sebuah *game* (Bartle, 1996).

2.3.2 Meaningful Play

Meaningful play merupakan sebuah konsep yang menciptakan sebuah pengalaman bermain bagi audiens yang terbentuk dari hubungan pemain dengan sistem sehingga menimbulkan sebuah respon dari *action* yang diambil pemain dalam sebuah game (Salen & Zimmerman, 2004).

2.3.2.1 Discernable

Discernable merupakan hasil dari *action* yang diambil pemain dalam sebuah game yang dikomunikasikan ke dalam bentuk yang dapat dimengerti oleh pemain itu sendiri (Salen & Zimmerman, 2004).

2.3.2.2 Integrated

Integrated merupakan salah satu komponen *meaningful play* yang membutuhkan hubungan antara hasil dengan *action* yang diambil pemain sehingga mempengaruhi pengalaman bermain di satu titik dalam sebuah game (Salen & Zimmerman, 2004).

2.3.3 Heads-up Display

Menurut Rogers (2014), *heads-up display*, atau HUD merupakan sebuah cara untuk mengkomunikasikan sebuah informasi kepada seorang *player* dalam bentuk ikon-ikon tertentu yang meliputi sejumlah elemen dengan tujuan untuk mengarahkan prioritas *player* dalam sebuah *game*.

2.3.4 Mekanik Game

Menurut Schell (2008), mekanik dalam *game* merupakan inti dari *game* itu sendiri berdasarkan dengan hubungan, dan koneksi yang ada antara seseorang dengan segala bentuk yang ada pada *game* seperti estetika, teknologi, dan cerita.

2.3.4.1 Space

Space merupakan sebuah definisi tempat yang mendefinisikan sebuah konteks ruang pada sebuah *game* tanpa adanya unsur visual (Schell, 2008).

2.3.4.2 *Objects, Attributes, dan States*

Objects, attributes, dan states merupakan segala sesuatu yang terdapat pada *space* yang meliputi karakter, property, token, papan skor, dan objek-objek lainnya yang memiliki sebuah informasi dengan kondisi yang berbeda-beda untuk tiap scenario yang ada pada *game* (Schell, 2008).

2.3.4.3 *Actions*

Actions merupakan tindakan yang diambil oleh seseorang pada sebuah *game*, yang dilakukan dengan tujuan untuk mencapai sebuah objektif tertentu pada *game* tersebut (Schell, 2008).

2.3.4.4 *Rules*

Rules merupakan batasan yang tercipta pada *game* bertujuan untuk mendefinisikan sebuah ruang yang ada pada *game*, dan membatasi mekanik *game* itu sendiri dengan memberikan konsekuensi pada pelanggaran batasan tersebut (Schell, 2008).

2.3.4.5 *Skill*

Skill merupakan hal-hal yang *player* miliki seperti kemampuan fisik, mental, dan sosial yang digunakan pada *game* untuk menyelesaikan tantangan tertentu, atau meraih sebuah tujuan yang ada pada *game* (Schell, 2008).

2.3.4.6 *Chance*

Chance merupakan sebuah peluang dimana adanya ketidakpastian pada *game* yang membuat *game* tersebut tidak mudah untuk ditebak, dan penuh dengan kejutan (Schell, 2008).

2.3.5 Elemen *Game*

Menurut Fullerton (2014), terdapat beberapa elemen-elemen yang membentuk sebuah *game* sehingga memberikan pengalaman emosional, dan teknikal, elemen tersebut meliputi:

2.3.5.1 Elemen Formal

Elemen formal pada *game* merupakan sebuah bentuk dari struktur pada *game* yang meliputi *players*, *objectives*, *procedures*, *rules*, *conflict*, *boundaries*, dan *outcome* dengan tujuan untuk membentuk sebuah *game* itu sendiri. (Fullerton, 2014).

a) *Players*

Players merupakan sebuah partisipan aktif dalam sebuah *game* yang memiliki keputusan mereka sendiri, dan dibatasi oleh peraturan yang ditetapkan dalam sebuah *game* (Fullerton, 2014).

b) *Objectives*

Objectives merupakan sebuah tujuan yang harus dicapai oleh *players* dalam sebuah *game* sesuai dengan arahan yang ada pada *game* tersebut (Fullerton, 2014).

c) *Procedures*

Procedures merupakan sebuah arahan yang berupa instruksi diberikan kepada *players* dalam mencapai *objectives* yang ada pada sebuah *game* (Fullerton, 2014).

d) *Rules*

Rules merupakan sejumlah arahan mengenai batasan yang dapat dilakukan, dan tidak dapat dilakukan oleh *players* yang juga dapat digunakan sebagai definisi konteks sebuah objek pada *game* (Fullerton, 2014).

e) *Resources*

Resources merupakan objek-objek yang terdapat pada *game*, dan memiliki kepentingan bagi *player* dalam mencapai sebuah *objectives* dalam *game* (Fullerton, 2014).

f) *Conflict*

Conflict merupakan sebuah hambatan bagi *players* dalam mencapai sebuah *objectives* yang bertentangan dengan *procedures*, dan *rules* (Fullerton, 2014).

g) *Boundaries*

Boundaries merupakan sebuah pernyataan bahwa *procedures*, dan *rules* hanya berlaku di dalam dunia *game*, dan batasan merujuk ke arah yang kontekstual dibandingkan fisik (Fullerton, 2014).

h) *Outcome*

Outcome merupakan hasil akhir dari sebuah *game* yang dapat merujuk pada kekalahan ataupun kemenangan dari *players* (Fullerton, 2014).

2.3.5.2 Elemen Dramatis

Elemen dramatis pada *game* merupakan sebuah bentuk dari struktur pada *game* yang meliputi *challenge*, *play*, *premise*, *character*, *story*, dan *world building* dengan tujuan untuk memberikan konteks yang dapat memperdalam koneksi antara *players*, dan *game* (Fullerton, 2014).

a) *Challenge*

Challenge merupakan sebuah tantangan yang dihadapi oleh *players* ditentukan berdasarkan kemampuan dari *players* itu sendiri sehingga dapat menciptakan kesan kepuasan ketika menyelesaikan tantangan (Fullerton, 2014).

b) *Play*

Play merupakan sebuah hubungan antara *players*, dan sistem yang ada pada *game*, yang mana *players* menggunakan sistem dalam *game* untuk melakukan navigasi pada *game* (Fullerton, 2014).

c) *Premise*

Premise merupakan sebuah konteks yang diberikan kepada elemen-elemen formal pada *game* sehingga menciptakan karakteristik *game* itu sendiri (Fullerton, 2014).

d) *Character*

Challenge merupakan sebuah bentuk yang digunakan oleh *players* sebagai representasi *players* itu sendiri dalam sebuah *game* sehingga memberikan kesan yang lebih dramatis pada sebuah *game* (Fullerton, 2014).

e) *Story*

Story merupakan sebuah konten yang ditambahkan pada *game* untuk memberikan kesan emosional pada *players* melalui pendekatan yang naratif (Fullerton, 2014).

f) *World Building*

World building merupakan aspek yang terintegrasi ke dalam sebuah *story* sehingga memperkaya konteks yang ada pada *story*, dan *game* (Fullerton, 2014).

2.3.6 Prinsip *Game*

Menurut Salen, & Zimmerman (2004), terdapat tiga prinsip dalam pembuatan sebuah *game* yaitu:

2.3.6.1 *Rules*

Rules merupakan aturan yang terdapat pada sebuah *game* yang bertujuan untuk menentukan alur permainan yang ada pada sebuah *game*, dan bersifat mengikat serta membatasi *action* pemain (Salen & Zimmerman, 2004).

2.3.6.2 *Play*

Play merupakan komponen yang ada pada sebuah *game* yang terikat dengan *rules* yang mana akan terjadi apabila pemain

melakukan eksplorasi lanjutan sebagai sistem dari pengalaman, dan kepuasan dalam bermain (Salen & Zimmerman, 2004).

2.3.6.3 Culture

Culture merupakan hal yang bergerak melampaui *rules*, dan *play* pada sebuah game, karena *culture* sendiri merupakan representasi dari budaya yang memiliki hubungan antara desain game dengan budaya yang ada (Salen & Zimmerman, 2004).

2.4 Kerja Berlebih

Kerja berlebih merupakan suatu aktivitas yang dilakukan masyarakat dalam sebuah ekosistem sosial namun dilakukan secara berlebihan dari beban kerja yang ada sehingga dapat mempengaruhi rutinitas seseorang, dan dapat berakibat pada sejumlah masalah kesehatan (Prasad & Thakur, 2019).

2.4.1 Jenis Kerja Berlebih

Menurut Stepick et al. (2023), terdapat empat jenis bentuk pada kerja berlebih berdasarkan waktu yang dihabiskan, dan jumlah istirahat yang diambil, diantaranya yaitu:

a) Long Days

Menurut data yang telah dikelola oleh Stepick et al. (2023), salah satu bentuk pertama dari *overwork* atau kerja berlebih ialah mereka yang bekerja lebih dari delapan jam per hari sehingga dampak yang ditimbulkan adalah kesusahan pekerja dalam menangani pekerjaan, dan kehidupan keluarga.

b) Long Weeks

Bentuk kedua dari kerja berlebihan ialah mereka yang bekerja selama 40 jam dalam waktu seminggu tanpa adanya istirahat dalam waktu satu minggu tersebut (Stepick et al., 2023).

c) ***Long Stretches***

Stepick et al. (2023) menyatakan bahwa bentuk ketiga dari kerja berlebihan ialah pekerja yang bekerja lebih dari satu minggu tanpa adanya hari libur, atau cuti.

d) ***Lack of Sufficient Breaks***

Bentuk keempat dari kerja berlebih menurut Stepick et al. (2023) ialah kurangnya waktu istirahat diantara jadwal shift yang telah ditetapkan pada pekerjaan yang sifatnya repetitif.

2.4.2 Penyebab Kerja Berlebih

Menurut hasil penelitian Kuroda & Yamamoto (2018), penyebab utama dari pekerja yang melakukan kerja berlebihan ialah karena adanya rasa kepuasan pada diri sendiri ketika seseorang tersebut menyelesaikan, atau mendapatkan tanggung jawab yang penting sehingga pekerja mengabaikan kesehatan, dan kesejahteraan hidup dikarenakan tanggung jawab tersebut.

2.4.3 Akibat Bagi Kesehatan Mental

Bekerja dalam waktu yang sangat panjang juga mempengaruhi kepuasan bekerja sehingga kesehatan mental para pekerja juga dapat menurun dikarenakan hal tersebut (Kuroda & Yamamoto, 2018). Menurut Prasad & Thakur (2019), kerja secara berlebihan dapat mempengaruhi system kerja saraf pada seseorang sehingga dapat menyebabkan kelelahan hingga masalah mental seperti *anxiety*, depresi, rendahnya kepuasan dalam bekerja, hingga pemikiran untuk melakukan bunuh diri.

2.4.4 Akibat Bagi Kesehatan Fisik

Dengan waktu pekerjaan yang panjang tanpa adanya waktu istirahat, sejumlah masalah kesehatan pada tubuh juga dapat terjadi diakibatkan kerja secara berlebihan, beberapa resiko penyakit seperti diabetes tipe 2, masalah jantung, stroke, masalah otak hingga tingginya kolestrol dapat terjadi dikarenakan kerja berlebihan diiringi dengan gaya hidup tidak sehat seperti

merokok, konsumsi minuman alcohol hingga BMI yang tinggi (Prasad & Thakur, 2019).

2.5 Industri Kreatif

Menurut Howkins (2013), sebuah industri kreatif merupakan suatu lingkungan ekosistem ekonomi yang mampu menghasilkan produk-produk kreatif yang memiliki nilai jual berdasarkan kreativitas yang dihasilkan. Kreativitas itu sendiri tidak mempunyai nilai jual apabila tidak dihasilkan dalam bentuk sebuah produk (Howkins,2013).

2.5.1 Pekerja Kreatif

Pada dasarnya kreativitas ada pada masing-masing individu yang dapat menciptakan, dan mengeksplorasi ide-ide baru, dan tidak harus melakukan justifikasi terhadap apa yang seharusnya dilakukan sehingga terciptanya sebuah lapangan pekerjaan yang membutuhkan kemampuan kreativitas (Howkins, 2013).

2.5.2 Jenis Pekerja Kreatif

Menurut Howkins (2013), terdapat tiga jenis sifat pada pekerja kreatif yang mampu menciptakan jaringan pekerjaan, dan ide-ide kreatif:

a) *The Thinker*

Pekerja kreatif dengan sifat *the thinker* bukan berarti secara harafiah merupakan seorang yang berpikir keras, namun pekerja kreatif yang mampu mengetahui, dan mengkalkulasi sebuah permasalahan dalam bidang ekonomi kreatif sehingga menghasilkan ide-ide yang bervariasi untuk menyelesaikan masalah tersebut (Howkins, 2013).

b) *The Just-in-Time Person*

The just-in-time person merupakan pekerja kreatif yang memiliki sifat kreatif yang spesifik dalam menentukan kapan, dan dimana mereka melakukan pekerjaan sehingga mereka dinilai memiliki fleksibilitas dalam oportunitas kerja yang tinggi, namun

tingkat tekanan, dan resiko dalam pekerjaan juga meningkat bersamaan dengan keperluan pasar kreatif terhadap pekerja kreatif yang *just-in-time* (Howkins, 2013).

c) ***The Creative Entrepreneur***

The creative entrepreneur merupakan pekerja kreatif yang memiliki karakteristik visioner, fokus, *finance-oriented*, harga diri yang tinggi, dan perhatian terhadap suatu urgensi, dengan demikian mereka memiliki tujuan untuk mengembangkan, dan menciptakan sesuatu yang unik, dan menarik di pasar kreatif sehingga mereka dapat menciptakan lapangan pekerjaan kreatif (Howkins, 2013).

2.5.3 Sektor Industri Kreatif

Ada beberapa sektor pada industri ekonomi kreatif di Indonesia sesuai dengan klasifikasi yang ditentukan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020):

a) **Pengembang Aplikasi atau Game**

Dengan adanya peningkatan pemanfaatan media elektronik tentunya masyarakat sudah menguasai penggunaan beberapa aplikasi digital sehingga timbulnya sebuah kebutuhan untuk membuat desain yang mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari, tidak heran sub sektor ini memiliki potensi yang besar diiringi dengan sejumlah tantangan seperti terbatasnya SDM baik itu secara kualitas maupun kuantitas (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

b) **Arsitektur**

Arsitek dapat diartikan sebagai sebuah ilmu pengetahuan yang diaplikasikan kedalam sebuah layanan professional dalam mendesain, atau berhubungan dengan perancangan, dan konstruksi sebuah bangunan pada suatu lingkungan (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

c) Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual tertuju pada proses desain yang memiliki tujuan utama dalam menemukan atau menyampaikan sebuah ide atau gagasan dalam bentuk visual sehingga dapat menyelesaikan tantangan seperti permasalahan etika, sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan pada masyarakat (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

d) Desain Interior

Desain interior dapat diartikan sebagai layanan yang dapat memecahkan masalah mengenai fungsi, dan kualitas interior sehingga menyediakan ruang interior yang dapat meningkatkan kualitas hidup, dan memenuhi aspek kesehatan, kenyamanan, dan keamanan (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

e) Desain Produk

Desain produk tertuju sebagai layanan yang bertujuan untuk menciptakan, dan mengembangkan sebuah konsep dengan pengoptimalan pada fungsi, dan system pada sebuah produk sehingga dapat menjadi sebuah solusi terhadap permasalahan pada kebutuhan masyarakat (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

f) Kriya

Kriya merupakan seni terapan kontemporer yang dapat berupa warisan tradisi sehingga dapat menghasilkan sebuah produk yang bersifat dekoratif atau fungsional (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

g) Fesyen

Fesyen merupakan industri yang mengedepankan pemahaman tentang sesuatu yang baru yang berkaitan dengan penanda dari perubahan gaya hidup pada satu periode (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

h) Film, Animasi, dan Video

Film, animasi, dan video merupakan salah satu bentuk karya seni gambar bergerak yang mengandung unsur audiovisual sehingga memiliki peran dalam menghibur atau tujuan lain seperti edukatif, informatif, dan persuasif (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

i) Fotografi

Fotografi merupakan bagian dari percabangan subsector film, dan video namun fotografi ini sendiri dimaknai sebagai hasil karya foto yang dihasilkan (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

j) Kuliner

Kuliner merupakan industri yang berkaitan dengan proses dalam menyiapkan makanan sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup dasar seorang manusia (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

k) Musik

Musik merupakan industri yang pada dasarnya menyampaikan ekspresi, gagasan, dan sifat melalui bunyi yang memberikan kenikmatan, dan manfaat bagi banyak orang (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

l) Penerbitan

Penerbitan adalah industri yang berfokus pada penciptaan konten secara kreatif yang menggunakan sumber daya manusia dalam mengelola informasi berdasarkan gagasan atau ide yang dibuat (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

m) Periklanan

Periklanan merupakan subsector yang menggunakan komunikasi melalui media yang membahas tentang sebuah produk

kepada target sasaran sehingga dapat membangun relasi dengan masyarakat (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

n) Seni Pertunjukan

Seni pertunjukan merupakan cabang dari bidang kesenian yang menampilkan penampilan yang mengolah, dan menyapaikan suatu gagasan dalam bentuk lisan, music, tata rupa, ekspresi, dan gestur tubuh kepada penonton (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

o) Seni Rupa

Seni rupa diartikan sebagai seni yang mengutamakan keindahan, dan konseptual sebagai tujuan penciptaannya sehingga dapat mendorong adanya perkembangan budaya, dan industri bersamaan dengan nilai ekonomi dari seni tersebut (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

p) Permainan Interaktif

Permainan interaktif dapat diartikan sebagai permainan yang memiliki konsep permainan, aturan main, *user interface*, karakter, plot, dan semestanya sendiri sehingga pemain dalam dapat merasakan dengan cara bermain sebagai tokoh di dalam *game* tersebut (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

q) Televisi dan Radio

Televisi, dan radio merupakan sebuah subsector yang bertujuan untuk mengemas sebuah informasi yang diolah secara berkualitas, dan disebarkan kepada target dalam bentuk audiovisual secara teratur, dan berkelanjutan (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

2.6 Work-Life Balance

Work-Life Balance merupakan situasi, atau kondisi dimana seorang individu mampu menyeimbangkan kehidupannya dengan memperhatikan sumber daya seperti kualitas, dan potensi dalam kinerja, dan produktivitas dalam pekerjaan (Rondonuwu, et al. 2018).

2.6.1 Kegunaan Work-Life Balance

Menurut Rondonuwu et al. (2018), semakin tinggi *work-life balance* yang ada semakin meningkat kepuasan pekerja dalam melakukan pekerjaannya sehingga hal tersebut dapat meningkatkan produktivitas pada tiap pekerja.

2.6.2 Cara Menerapkan Work-Life Balance

Menurut Rondonuwu et al. (2018), beberapa hal bisa diterapkan untuk mencapai *work-life balance* yang baik adalah dengan mengatur waktu pengerjaan suatu pekerjaan, menyesuaikan tingkatan stress atau emosional pada pekerjaan, dan mencoba untuk meningkatkan kepuasan yang ada pada pekerjaan yang dilakukan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA