

BAB II

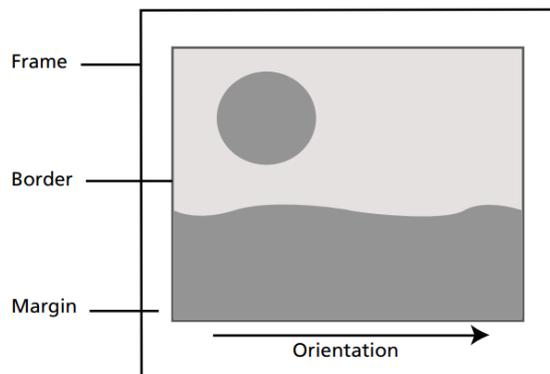
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Visual Desain

Menurut Malamed (2015) pada bukunya menjelaskan bahwa maksud tujuan utama dari desain itu adalah mengembangkan solusi yang optimal untuk suatu masalah. Komunikasi dalam bentuk visual ini juga bertujuan untuk menyampaikan ide dan informasi kepada target audiens, namun terkadang tujuan desain sendiri dapat bersifat persuasif (hlm. 14).

2.1.1 *Graphic Space*

Graphic space adalah area dua dimensi yang digunakan untuk pengerjaan atau perancangan desain visual. *Graphic space* memiliki berbagai elemen yang digunakan untuk kelancaran dalam proses perancangan sebuah desain (Malamed, 2015, hal. 47). Elemen – elemen tersebut adalah sebagai berikut.



Gambar 2.1 *Graphic Space*

Sumber: Connie Malamed, *Visual Design Solutions* (2015)

1) **Orientasi (*Orientation*)**

Merupakan elemen yang mengacu pada arah ruang tersebut, bentuk persegi merupakan ruang grafis hasil dari penerapan properti orientasi dan memiliki 2 variasi yaitu horizontal dan vertikal (Malamed, 2015, hlm. 48).

2) **Bingkai (*Frame*)**

Merupakan elemen yang mengelilingi atau menutupi ruang grafis sehingga terciptanya sebuah batasan. Bingkai memiliki hubungan dinamis yang saling berpengaruh dengan gambar, bentuk, dan tulisan (Malamed, 2015, hlm. 48).

3) ***Border***

Merupakan elemen visual yang berada di sekitar objek grafis, membuat sebuah batasan yang mengelilingi objek grafis (Malamed, 2015, hlm. 48).

4) ***Margin***

Merupakan area yang berada diantara *frame* dengan elemen visual *border*. Margin juga memiliki efek penting terhadap persepsi visual orang terhadap sebuah desain (Malamed, 2015, hlm. 48).

2.1.2 ***Positive & Negative Space***

Malamed (2015). Menyatakan bahwa *foreground* dan *background* dapat ditemukan dalam sebuah desain grafis, dalam hal ini, *foreground* biasanya disebut sebagai *positive space* sedangkan *background* disebut sebagai *negative space* atau *white space*. Menurut Malamed (2015), *white space* mencakup segala area ruang desain yang tidak digunakan dan tidak memiliki elemen desain seperti gambar, bentuk, dan teks. Kegunaan dari *white space* sendiri adalah sebagai area untuk mata beristirahat, selain itu juga dapat membantu seseorang untuk memproses sebuah informasi dengan lebih mudah dan cepat (Malamed, 2015, hlm. 48).

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 *White Space*

Sumber: Connie Malamed, *Visual Design Solutions* (2015)

2.1.3 *Layout*

Menurut Malamed (2015), layout merupakan sebuah struktur tata letak dalam area ruang desain yang menempatkan dan mempertimbangkan elemen – elemen desain grafis yang digunakan selama proses perancangan (hlm. 52). Dalam penggunaan layout, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan secara efektif, teknik - teknik tersebut adalah sebagai berikut.

1) *Visual Hierarchy*

Hierarki visual merupakan kumpulan elemen - elemen dari sebuah desain yang didasarkan sesuai dengan level elemen, secara runtutan yang dimulai dari elemen yang paling dominan. Hierarki visual dapat di kontrol melalui ukuran pada elemen dan posisi elemen yang akan digunakan pada sebuah desain (Malamed, 2015, hlm. 52).

2) *Grid*

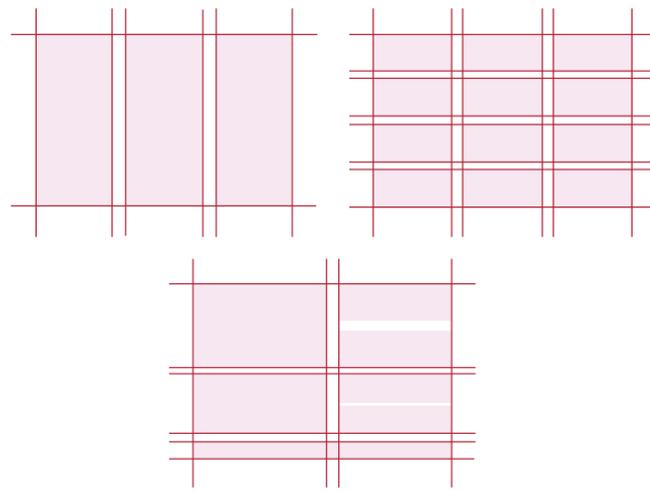
Grid merupakan struktur bergaris yang membelah secara horizontal dan vertical sehingga terciptanya berbagai seksi yang dapat memberikan posisi yang tepat dalam penggunaan elemen gambar dan teks. Penggunaan grid juga dapat membantu untuk mempercepat dan mempermudah proses perancangan sebuah desain (Malamed, 2015, hlm. 55).

3) *Rule of Thirds*

Rule of thirds adalah sebuah grid dengan pembagian 3x3 yang menciptakan 3 seksi horizontal dan vertical, 9 modul, dan 4 titik interseksi. Penggunaan *rule of thirds* melibatkan sebuah elemen desain yang dominan untuk bersentuhan dengan salah satu titik interseksi yang ada. *Rule of thirds* digunakan untuk mencegah sebuah elemen desain dominan untuk berada di tengah sehingga menciptakan sebuah desain yang lebih dinamis (Malamed, 2015, hlm. 59).

2.1.4 Tipe Grid (*Grid Types*)

Pada buku *Visual Design Solutions* (hlm. 55, 2015), Malamed menjelaskan mengenai tipe – tipe grid yang digunakan dalam perancangan sebuah visual, diketahui bahwa grid memiliki 3 tipe yaitu *column grid*, *modular grid*, dan *hierarchical grid*.



Gambar 2.3 *Grid Types: Column Grid* (kiri atas), *Modular Grid* (kanan atas), dan *Hierarchical Grid* (tengah bawah)

Sumber: Connie Malamed, *Visual Design Solutions* (2015)

1) *Column Grid*

Column grid menggunakan garis vertikal membentuk sebuah zona vertikal untuk membagi area desain. Pada umumnya, digunakan saat merancang sebuah desain yang memiliki balok teks atau paragraf yang memanjang secara vertikal.

2) *Modular Grid*

Sama seperti *column grid* yang menggunakan garis vertikal untuk membagi area desain, *modular grid* juga menggunakan garis horizontal yang menembus garis vertikal tersebut untuk membentuk zona – zona individual. Zona pada modular grid dapat digunakan sebagai penempatan teks ataupun sebuah gambar.

3) *Hierarchical Grid*

Memiliki konsep yang sama dengan *modular grid*, namun setiap zona individual dapat diatur sesuai dengan keperluan elemen atau visual yang dibutuhkan.

2.1.5 Keseimbangan & Skala Visual (*Balance & Visual Weight*)

Menurut Malamed (2015), keseimbangan pada sebuah desain diperlukan sebagai pengatur skala visual elemen – elemen sehingga didistribusikan secara merata dan keseimbangan desain juga dapat dicapai dengan menggunakan desain simetris atau asimetris (hlm. 60).

Sedangkan skala desain merujuk pada suatu objek yang dapat menarik atau mencuri perhatian audiens. Skala desain memiliki 2 properti, kedua properti tersebut adalah sebagai berikut.

1) *Skala Visual Berat (Heavy Properties)*

Menurut Malamed (2015), sebuah visual dengan skala yang berat memiliki elemen visual yang lebih besar, gelap, *high contrast*, dan kompleks. Selain itu, menempatkan sebuah objek atau elemen visual dengan menggunakan teknik rule of thirds juga dapat menimbulkan sebuah visual dengan skala yang berat (hlm. 60).

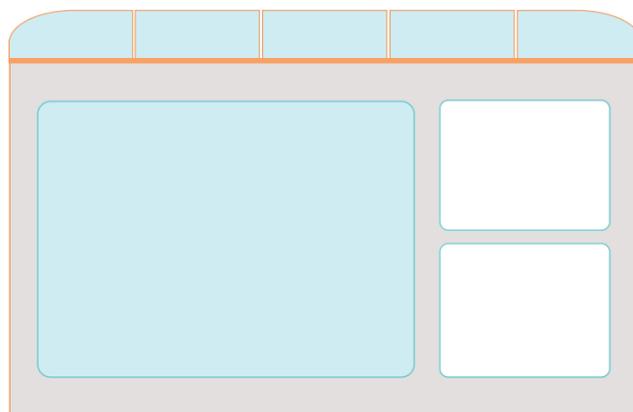
2) Skala Visual Ringan (*Light Properties*)

Menurut Malamed (2015), sebuah visual dengan skala yang ringan memiliki elemen visual dengan warna yang lebih muda, ukuran yang lebih kecil, simpel, dan tidak rumit (hlm. 60).

2.1.6 Bentuk (*Shapes*)

Menurut Malamed (2015), pada bukunya dituliskan bahwa bentuk merujuk pada garis 2 dimensi yang menutup sehingga menciptakan sebuah elemen desain dasar. Bentuk dapat bersifat geometris seperti lingkaran, persegi, dan segitiga ataupun bersifat organik. Selain itu, bentuk juga dapat diisi dengan pola desain, warna, tekstur, dan teks. Dalam perancangan sebuah desain, bentuk merupakan elemen yang akan sering digunakan, contoh - contoh penggunaan bentuk yang dapat digunakan dalam sebuah desain adalah sebagai berikut (hlm. 79).

- a) Penggunaan *background* elemen desain seperti gambar dan teks.
- b) Menciptakan sebuah penekanan terhadap elemen desain.
- c) Mendefinisikan area tata letak.
- d) Mengorganisir dan memberikan struktur terhadap suatu informasi.
- e) Menambahkan aspek visual pada sebuah desain.



Gambar 2.4 Penggunaan bentuk terhadap struktur desain
Sumber: Connie Malamed, *Visual Design Solutions* (2015)

2.1.7 Tipografi (*Typography*)

Menurut Malamed (2015), sebuah *typeface* merupakan kelompok karakter berisikan huruf, nomor, tanda baca, dan simbol yang memiliki karakteristik desain yang konsisten. *Typeface* merupakan elemen komunikasi untuk memberi informasi kepada audiens dan juga untuk mengenali huruf – huruf. Selain itu, *typeface* juga memiliki fungsi lain yaitu menghasilkan *tone*, *mood*, dan *attitude* yang dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu desain dengan penggunaan tipografi (hlm. 104).

2.1.6.1 Anatomi

Menurut Malamed (2015, hlm. 105), terdapat berbagai bagian anatomi terhadap huruf – huruf, antara lain:

1) **Baseline**

Merupakan sebuah garis transparan dimana sebuah huruf terletak.

2) **Mean line**

Merupakan sebuah garis transparan yang menandakan batasan bagian teratas untuk sebagian besar huruf kecil yang tidak memiliki *ascender*.

3) **Cap line**

Merupakan sebuah garis transparan yang menandakan batasan bagian teratas untuk sebagian besar huruf besar.

4) **Ascender**

Merupakan suatu bagian pada sebuah huruf kecil yang menjorok keatas melebihi *x-height*, namun ketinggian sebuah *ascender* dapat memiliki variasi yang berbeda – beda untuk setiap *typeface*. Huruf – huruf yang memiliki *ascender* seperti b, d, f, h, dan k.

5) **Descender**

Merupakan suatu bagian pada sebuah huruf kecil yang menjorok kebawah melebihi *baseline*. Huruf – huruf yang memiliki *descender* seperti g, j, p, q, dan y.

6) X-height

Merupakan jarak yang menjorok dari *baseline* hingga *mean line* sebuah huruf kecil tanpa sebuah *ascender* dan *descender*. *X-height* ditentukan berdasarkan ketinggian dari huruf x sebuah dari sebuah *typeface*. Semakin besar *x-height* maka akan menyebabkan dalam kemudahan untuk membaca sebuah teks.

7) Cap Height

Merupakan jarak antara *baseline* dengan *cap line*.



Gambar 2.5 Anatomi Tipografi

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

2.1.6.2 Kategori *Typeface*

Malamed (2015, hlm. 110), pada bukunya tertulis bahwa tipografi memiliki beberapa macam kategori yang berdasarkan pada perkembangan gerakan sejarah tipografi dan karakteristik terhadap huruf – huruf. Terdapat 4 kategori utama *typeface*, antara lain:

1) *Serif Typefaces*

Memiliki kaki kecil yang mengakhiri pada goresan utama sebuah huruf dan memiliki variasi seperti ketebalan kaki dan penyambung antara goresan utama huruf dengan kaki. Menurut Malamed (2015), *serif typeface* dianggap lebih mudah untuk dibaca jika digunakan pada media cetak (hlm. 111).



Baskerville
Courier
Droid Serif
Goudy Old Style
Rockwell

Gambar 2.6 *Serif Typefaces*

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

2) *Sans Serif Typefaces*

Tidak memiliki serif atau goresan kaki kecil, selain itu *sans serif typeface* juga jarang memiliki variasi goresan pada hurufnya. Pada umumnya, *sans serif typeface* memiliki *x-height* yang lebih besar. Menurut Malamed (2015), *sans serif typeface* dianggap lebih mudah untuk dibaca jika digunakan pada media digital (hlm. 111).



Franklin Gothic
Frutiger LT
Futura
Myriad Pro
Lucida Sans

Gambar 2.7 *Sans Serif Typefaces*

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

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

3) *Script Typefaces*

Memiliki garisan yang bervariasi serupa dengan tulisan tangan. *Script typefaces* dapat memiliki karakteristik yang elegan hingga kasual untuk meniru sebuah tulisan tangan (Malamed, 2015, hlm. 111).



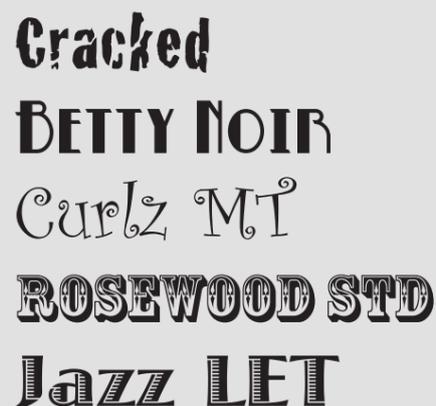
Catfish Script Pro
Brush Script
Edwardian Script
Lucida Calligraphy
Tekton Pro

Gambar 2.8 *Script Typefaces*

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

4) *Decorative Typefaces*

Merupakan kategori *typeface* yang memiliki karakteristik yang kuat, dramatis, dan *trendy*. *Decorative typefaces* cenderung digunakan dengan *point size* yang besar sebagai *headline* ataupun suatu judul, namun *decorative typefaces* sebaiknya tidak digunakan pada sebuah teks paragraf (Malamed, 2015, hlm. 114).



Cracked
BETTY NOIR
Curlz MT
ROSEWOOD STD
Jazz LET

Gambar 2.9 *Decorative Typefaces*

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

2.1.6.3 Display Type and Body Text

Menurut Malamed (2015), ukuran sebuah teks memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam perancangan hierarki visual. Dalam hal ini, Malamed mengklasifikasikan 2 tipe teks yang digunakan pada perancangan hierarki visual yaitu, *display type* dan *body text*. Pada umumnya, *display type* menggunakan ukuran *point* teks yang besar dan memiliki desain khusus untuk digunakan sebagai *headline* dan judul, *display type* memiliki peran untuk mengambil perhatian pembaca terlebih dahulu sebelum *body text*. Sedangkan *body text* pada umumnya menggunakan ukuran *point* teks yang lebih kecil dan akan lebih mudah untuk dibaca jika memiliki ukuran *point* yang kecil. *Body text* biasa digunakan pada penulisan yang panjang seperti pada paragraf (hlm. 110).

2.1.7 Warna (Colors)

Menurut Malamed (2015), warna memiliki pengaruh yang besar dalam proses pembelajaran, hal ini jika dilihat dari sudut pandang psikologis dan secara emosional. Sedangkan dalam segi desain, warna merupakan salah satu elemen terpenting karena memiliki dampak yang cukup besar terhadap desain visual (hlm. 136).

Pada buku *Visual Design Solutions* (hlm. 137, 2015), Malamed menjelaskan berbagai cara mengenai penggunaan warna yang baik untuk meningkatkan estetika desain dan meningkatkan kegunaan, Beberapa cara yang digunakan oleh Malamed adalah sebagai berikut.

1) Use color consistently

Penggunaan warna secara konsisten pada sebuah desain dapat meningkatkan kegunaan elemen desain dan membuat audiens merasakan rasa yang lebih nyaman (Malamed, 2015, hlm. 137).

2) Use color as part of visual hierarchy

Malamed (2015) menjelaskan bahwa warna merupakan salah satu faktor yang menentukan hierarki visual terhadap suatu

elemen, penggunaan warna yang paling terang akan cenderung diperhatikan terlebih dahulu dan lebih baik untuk digunakan sebagai elemen yang memiliki informasi paling penting (hlm. 137).

3) *Use a limited color set*

Penggunaan jumlah *set* warna yang berlebih akan merugikan dan tidak efektif, hal ini disebabkan oleh keterbatasan persepsi manusia terhadap jumlah warna yang berbeda secara bersamaan (Malamed, 2015, hlm. 137).

4) *Create Functional areas in a layout*

Warna juga dapat digunakan untuk mendiferensiasi dan membuat struktur terhadap area grafis. Selain itu warna juga efektif dalam memisahkan konten atau elemen visual, sebagai navigasi, dan digunakan pada balok teks (Malamed, 2015, hlm. 137).

2.1.8 Properti Warna (*Color Properties*)

Pada buku *Visual Design Solutions* (hlm. 140, 2015), Malamed menjelaskan bahwa warna memiliki 3 properti utama, yaitu *hue*, *saturation*, dan *value*.

1) *Hue*

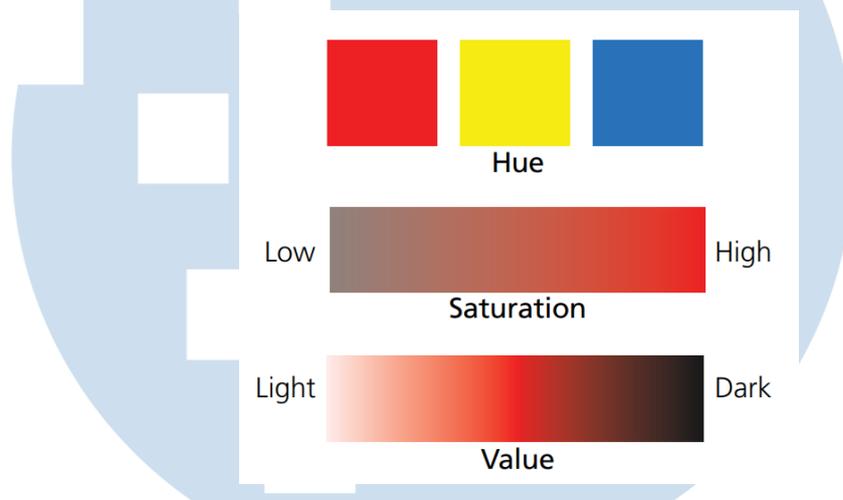
Memiliki arti yang sama dengan warna, kuning, hijau, dan biru dapat dikatakan sebagai *hue* (Malamed, 2015, hlm. 140).

2) *Saturation*

Dapat diklasifikasikan sebagai intensitas sebuah *hue*. Secara teknis, *saturation* sebuah *hue* adalah jumlah tingkat abu – abu yang ditambahkan pada *hue* tersebut. Sebuah warna akan tampil lebih mencolok jika memiliki tingkat *saturation* yang tinggi, namun warna akan berubah menjadi abu – abu jika memiliki tingkat *saturation* terendah (Malamed, 2015, hlm. 140).

3) *Value*

Merupakan tingkat kecerahan sebuah warna yang didasarkan oleh warna netral yaitu putih dan hitam. *Value* sebuah warna akan semakin gelap jika diberi *shade* hitam, sedangkan *value* sebuah warna akan semakin terang jika diberi warna *tint* putih (Malamed, 2015, hlm. 140).



Gambar 2.10 *Color Properties: Hue, Saturation, dan Value*
Sumber: Connie Malamed, *Visual Design Solutions* (2015)

2.1.9 **Harmoni Warna (*Color Harmonies*)**

Menurut Malamed (2015), harmoni warna merupakan sebuah kombinasi warna yang dapat memudahkan seseorang untuk memproses sebuah informasi serta meningkatkan estetika.

1) *Analogous Palette*

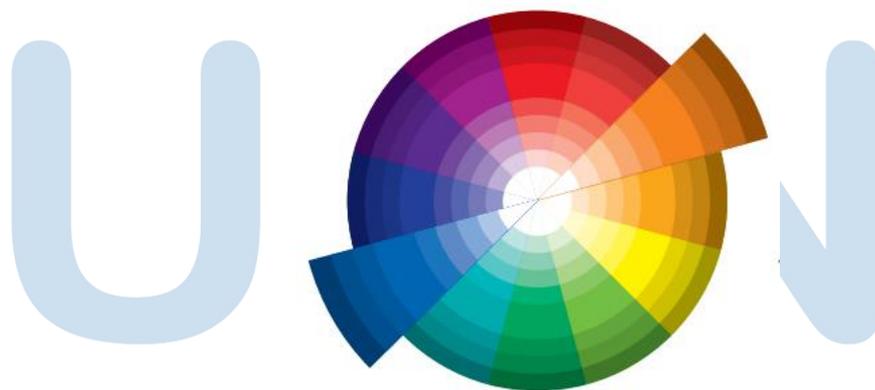
Warna analog menggunakan 3 kombinasi warna yang berdampingan pada lingkaran warna. Warna analog dapat disebut sebagai kombinasi yang harmonis dikarenakan ketiga warna yang digunakan memiliki warna yang mirip atau berdekatan. (Malamed, 2015, hlm. 148).



Gambar 2.11 *Analogous Palette*
Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

2) *Complementary Palette*

Warna komplementer menggunakan 2 warna yang saling berseberangan pada lingkaran warna. Warna komplementer memiliki profil yang sangat kontras dan dalam penggunaan warna komplementer, lebih baik untuk menggunakan saturasi yang lebih dominan pada 1 warna dan menggunakan warna kedua sebagai pendukung warna yang lebih dominan (Malamed, 2015, hlm.148).



Gambar 2.12 *Complementary Palette*
Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

3) *Triadic Palette*

Warna triadik menggunakan kombinasi 3 warna berbeda yang memiliki jarak yang sama antara satu sama lain. Sama seperti warna komplementer, warna triadik memiliki profil kontras yang

bagus dan dalam menggunakan warna triadik, lebih baik untuk menggunakan salah warna sebagai warna yang dominan dan menggunakan kedua warna lainnya sebagai warna pendukung (Malamed, 2015, hlm. 151).

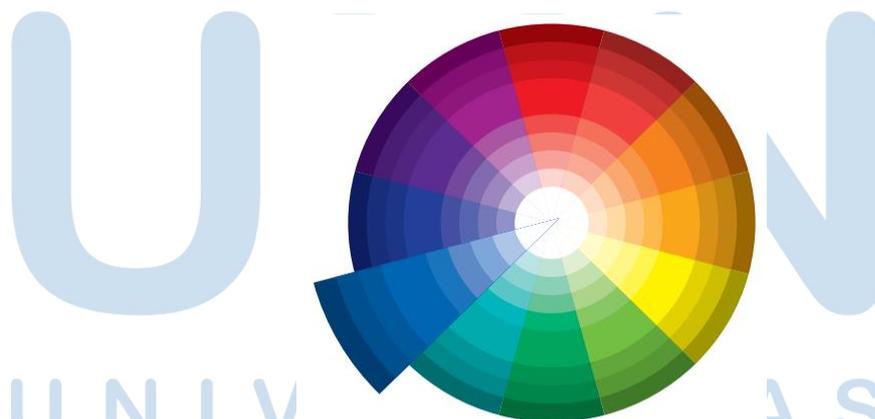


Gambar 2.13 *Triadic Palette*

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

4) *Monochromatic Palette*

Warna monokromatik merupakan kombinasi warna yang hanya menggunakan 1 warna sebagai warna dasarnya, warna yang digunakan hanya bermain pada value/gelap terang dari warna tersebut (Malamed, 2015, hlm. 151).



Gambar 2.14 *Monochromatic Palette*

Sumber: Connie Malamed, Visual Design Solutions (2015)

5) *Achromatic Palette*

Warna akromatik merupakan warna dari gradasi warna hitam ke putih (hitam, putih, abu-abu) (Malamed, 2015, hlm. 151).

2.1.10 Ilustrasi (*Illustrations*)

Menurut Malamed (2015), ilustrasi adalah sebuah representatif dari sebuah gambaran tangan terhadap suatu objek ataupun manusia secara imagnitatif ataupun rupa asli. Ilustrasi memiliki tingkat kompleksitas yang lebih rendah dibandingkan dengan fotografi namun seringkali memiliki gaya nya tersendiri. Terdapat beberapa kegunaan dari ilustrasi, beberapa kegunaan tersebut adalah menciptakan seseorang atau objek secara imagnitatif, merepresentasikan sesuatu yang tidak dapat dilihat, dan penggunaan gaya yang unik. Berikut merupakan beberapa kategori ilustrasi yang dimaksud oleh Malamed (2015).

1) *Vector Illustrations*

Merupakan grafik ilustrasi yang digambar menggunakan *vector*, penggunaan teknik penggambaran grafik ilustrasi *vector* tidak akan merusak kualitas jika terjadinya perubahan pada skala (Malamed, 2015, hlm. 71).

2) *Hand-Drawn Illustrations*

Jenis ilustrasi yang digambar menggunakan tangan yang memiliki gaya visual yang unik dan berbeda - beda mengikuti dari keunikan gaya yang dimiliki ilustrator. Walaupun bermula pada gambaran tangan, jenis ilustrasi tersebut dapat dijadikan menjadi ilustrasi digital (Malamed, 2015, hlm. 72).

3) *Comic Style Illustrations*

Penggunaan ilustrasi berjenis komik digunakan pada suatu narasi ilustratif yang memiliki suatu cerita (Malamed, 2015, hlm. 72).

4) *Line Art*

Jenis ilustrasi yang digambarkan menggunakan garis – garis yang memiliki berbagai ketebalan ataupun tekstur, *line art* pada umumnya tidak memiliki *shading* dan biasa menggunakan warna hitam ataupun putih (Malamed, 2015, hlm. 72).

2.1.11 *Image Style*

Menurut Malamed (2015), salah satu cara menampilkan produk yang rapi dan teratur adalah dengan cara mengikuti satu prinsip yaitu konsistensi dalam gaya. Gaya visual yang digunakan mencakup suatu kepribadian yang diinginkan dan dengan penggunaan konsistensi ilustrasi yang tepat, maka akan terlihat sebuah gaya visual yang bersatu padu dan memiliki koordinasi yang baik pada elemen – elemen desain lainnya. Berikut merupakan beberapa cara untuk mencapai konsistensi gaya visual.

1) *Choose the Right Style*

Pemilihan gaya visual yang tepat merupakan hal yang penting dalam menyampaikan suatu pesan atau makna. Dasarkan pemilihan gaya visual berdasarkan dengan riset dari *behaviour* atau perilaku target audiens. Gaya visual yang digunakan harus menarik bagi target audiens, meningkatkan kualitas konten dan merepresentasikan dari tema konten yang ingin dirancang (Malamed, 2015, hlm. 94).

2) *Select Consistently Unusual Images*

Dalam menciptakan gaya visual yang menarik dan unik secara konsisten, yang dapat dilakukan adalah untuk menggunakan visual yang tidak biasa atau tidak memilih gambar yang terlalu literal dengan cara melakukan *mindmapping*, penggunaan metafora ataupun pendekatan komedi dan menggunakan konsep abstrak dalam pemilihan gambar (Malamed, 2015, hlm. 96).

3) *Use One Format: Photos or Illustrations*

Salah satu cara dalam menciptakan sebuah konsistensi dalam desain adalah untuk memilih dalam penggunaan ilustrasi ataupun fotografi sebagai gambar utama atau gambar yang digunakan untuk penyampaian pesan, penggunaan gambar yang tidak konsisten akan mengganggu pengalaman/*experience* dari audiens (Malamed, 2015, hlm. 97).

4) *Use a Consistent Illustration Style*

Ilustrasi terkadang memiliki variasi yang cukup banyak, mengikuti dari gaya, alat, tema, dan konten yang digunakan oleh ilustrator. Gunakan hanya satu gaya ilustrasi namun secara konsisten seperti ilustrasi dengan *line art* yang detail, ilustrasi *simplified*, ataupun penggunaan grafik ikon yang konsisten (Malamed, 2015, hlm. 72).

5) *Use a Similar Palette*

Untuk mendapatkan tampilan visual yang terpadu dan konsisten, penggunaan warna dengan palet yang sama merupakan hal yang perlu diperhatikan. (Malamed, 2015, hlm. 72).

2.2 Media Informasi

Menurut Turow (2020), media merupakan sebuah alat atau platform yang digunakan untuk menyimpan atau menyebar suatu informasi, sedangkan informasi merupakan sebuah fakta mengenai suatu kejadian, fenomena, seseorang, tempat atau sebuah barang yang digunakan untuk disebarluaskan pada media massa. Penyebaran informasi secara massa dapat menggunakan media digital dan non digital seperti koran, majalah, brosur, video, internet, dan *smartphone*.

2.2.6 Fungsi Media Informasi

Pada buku *Media Today Mass Communication in a Converging World*, Turow (2020), juga mengatakan bahwa media informasi memiliki peran yang sangat penting dalam berkomunikasi dan membuat koneksi dengan dunia luar. Maka dari itu, berbagai fungsi dari media informasi adalah sebagai berikut.

1) *Enjoyment*

Media informasi digunakan sebagai penghibur dengan memberikan informasi yang menyenangkan dan memenuhi kepuasan manusia (Turow, 2020, hlm. 14).

2) *Companionship*

Media informasi digunakan sebagai alat untuk menemani seseorang yang merasa kesepian, membutuhkan teman ataupun

memiliki kondisi tertentu dan dapat menciptakan sebuah hubungan parasosial (Turow, 2020, hlm. 14).

3) *Surveillance*

Media informasi dapat digunakan juga sebagai pemantau terhadap segala kejadian atau fenomena yang terjadi di dunia. (Turow, 2020, hlm. 15).

4) *Interpretation*

Media informasi digunakan juga sebagai pencarian sebuah informasi terhadap suatu kejadian atau mencari tahu sumber masalah, lalu media informasi juga digunakan untuk mencari solusi dari suatu masalah (Turow, 2020, hlm. 15).

2.2.7 Jenis-jenis Media Informasi

Menurut Braesel dan Karg (2017), media informasi dapat dikategorikan menjadi 4 yaitu media cetak, media visual, media suara, dan media digital. Media-media yang termasuk dalam kategori tersebut adalah sebagai berikut.

1) **Koran dan Majalah**

Koran dan majalah biasa dikenal sebagai media cetak, namun dengan perkembangan teknologi dan internet, koran dan majalah dapat ditemukan juga secara digital melalui internet. Koran dan majalah biasa digunakan sebagai media pembawa berita terkini yang dilakukan secara harian, mingguan atau bulanan. (Turow, 2020, hlm. 20).

2) **Buku**

Buku juga biasa dikenal sebagai media cetak, namun dengan perkembangan teknologi dan internet, buku dapat ditemukan juga secara digital melalui internet dalam bentuk e-book. Pada umumnya, cover dari suatu buku merupakan pesan media yang ingin disampaikan melalui desain, judul, ilustrasi, dan informasi terkait bukunya. (Turow, 2020, hlm. 20).

3) **Radio**

Radio merupakan media suara yang biasa dapat didengar dengan menggunakan alat radio, namun dengan perkembangan jaman, radio dapat didengar melalui internet. Radio biasanya digunakan untuk menyiarkan suatu program, lagu, konten dari jurnalis, dan berita terkini. (Turow, 2020, hlm. 20).

4) **Film/Video**

Film/video merupakan media visual yang dapat ditemukan pada DVD, CD, dan internet. Media Film digunakan untuk memberikan sebuah pesan melalui genre, cerita, alur, latar, karakter, aktor, kostum, elemen suara, dan *editing*. (Turow, 2020, hlm. 20).

5) **Televisi**

Televisi merupakan media elektronik non cetak yang dapat menyampaikan sebuah pesan melalui visual dan suara. Televisi dapat digunakan untuk menyiarkan sebuah program televisi, film, dan berita. (Turow, 2020, hlm. 21).

6) **Video Games**

Video games merupakan media non cetak yang dapat dimainkan dengan menggunakan konsol gim, komputer, dan *smartphone*. Permainan juga dapat berupa media non-cetak seperti permainan papan yang memiliki tema yang berbeda – beda. Media permainan digunakan untuk memberikan sebuah pesan melalui genre, latar, karakter, cerita, interaktivitas, dan objektif dari permainan yang dimainkan. (Turow, 2020, hlm. 21).

7) **Internet**

Internet merupakan media digital yang biasa digunakan pada *smartphone*, komputer, dan tablet. Kegunaan Internet tidak memiliki batas dan Internet menyediakan berbagai macam

platform seperti *YouTube*, *Google*, *Website*, dan *Email* yang memiliki kegunaan berbeda-beda. (Turow, 2020, hlm. 21).

8) Media Sosial (*Social Media*)

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang disediakan oleh internet dan merupakan media digital. Media sosial dapat diakses melalui *smartphone*, komputer, dan tablet. Sebagian besar pesan yang disampaikan dengan menggunakan media sosial berbentuk teks, gambar, *video*, dan *audio*. (Turow, 2020, hlm. 21).

2.2.8 Media Interaktif Digital (*Interactive Digital Media*)

Pada buku *Introduction to Interactive Digital Media*, Griffey (2019) mengatakan bahwa media interaktif digital mencakup sebuah keadaan dimana pengguna melakukan interaksi dua arah antara perangkat dengan pengguna. Media interaktif digital dapat dibedakan dengan media lainnya dikarenakan memiliki *user interaction*.

2.2.9 Desain Interaksi (*Interaction Design*)

Pada buku *Interaction Design*, Preece (2019) mengatakan bahwa desain interaksi adalah sebuah produk yang mendukung seseorang untuk berkomunikasi dan berinteraksi pada kehidupan sehari – hari. Selain itu, desain interaksi juga memiliki peran untuk menciptakan sebuah *user experience* yang memudahkan seseorang dalam pekerjaannya, komunikasi dan interaksi. Dalam desain interaksi, terdapat beberapa istilah yang digunakan untuk membedakan aspek – aspek desain interaksi seperti *user interface design*, *software design*, *user-centered design*, *product design*, *web design*, *user experience design* dan *interactive system design*.

2.2.9.1 Prinsip Desain Interaksi

Menurut Preece (2019), terdapat 5 prinsip desain interaksi yang digunakan desainer untuk membantu cara mereka berpikir saat melakukan perancangan suatu desain. Prinsip – prinsip desain interaksi adalah sebagai berikut.

1) *Visibility*

Hal utama yang harus diperhatikan pada *visibility* suatu desain adalah kejelasannya, semakin jelas dan terlihat suatu fungsi atau visual, pengguna akan semakin mudah dan memahami hal apa yang harus ditindaklanjuti (Preece, 2019, hlm. 26).

2) *Feedback*

Feedback memiliki kaitan dengan *visibility*, yaitu dengan memberikan kembali informasi alhasil dari tindakan pengguna yang telah dicapai, sehingga dapat melanjutkan aktivitasnya (Preece, 2019, hlm. 27).

3) *Constraints*

Constraints merupakan sebuah konsep desain yang ditujukan untuk memberi batasan interaksi pengguna pada situasi dan waktu tertentu. Penggunaan *constraints* memiliki suatu keuntungan yaitu untuk mencegah pengguna melakukan tindakan yang salah atau memilih pilihan yang tidak benar, hal ini akan mengurangi kesempatan untuk berbuat kesalahan saat menggunakan produk (Preece, 2019, hlm. 28).

4) *Consistency*

Consistency pada desain interaksi digunakan untuk menciptakan fungsi dan elemen yang serupa untuk mencapai tujuan yang serupa. Salah satu keuntungan dari penggunaan *consistency* yaitu mempermudah pengguna untuk belajar, navigasi dan penggunaannya (Preece, 2019, hlm. 29).

5) *Affordance*

Affordance merujuk pada penggunaan atribut dari sebuah objek yang membiarkan untuk digunakan oleh pengguna tanpa mengetahui fungsinya. *Affordance* memiliki

karakteristik yang sangat jelas, maka dari itu mudah untuk digunakan atau dimengerti oleh pengguna (Preece, 2019, hlm. 30).

2.3 Board Game

Menurut Scorviano (2010) *board game* merupakan permainan yang dimainkan diatas papan dengan menggunakan alat – alat atau elemen pada permainan yang dapat ditempatkan, dipindahkan, atau digerakan berdasarkan pada permukaan papan yang telah ditandai menyesuaikan dengan aturan tertentu yang dimiliki oleh setiap permainan. *Board game* adalah sebuah permainan non-elektronik dan pada umumnya dimainkan lebih dari 1 orang dalam 1 papan dan di tempat yang sama, maka dari itu adanya interaksi sosial antar pemain saat bermain sebuah *board game* (Limantara et al., 2015). Terdapat beberapa elemen yang membentuk sebuah board game, elemen – elemen tersebut adalah sebagai berikut (Fullerton, 2019).

2.3.6 Elemen Board Game

Menurut Fullerton (2019) pada buku *Game Design Workshop*, ia menjelaskan bahwa terdapat elemen – elemen yang akan mendukung dan membentuk sebuah board game, elemen – elemen tersebut adalah sebagai berikut.

1) *Players*

Board game akan selalu memiliki pemain dan setiap pemain akan memiliki perannya tersendiri. Pemain harus mengikuti peraturan board game yang ada dan akan terlibat berinteraksi dengan pemain lainnya saat bermain (Fullerton, 2019, hlm. 33).

2) *Objectives*

Objektif merupakan komponen utama dalam sebuah *board game* untuk mencapai suatu tujuan atau konlusi dalam setiap permainan. Objektif dapat dicapai oleh setiap pemain dan terkadang *board game* memiliki objektif yang berbeda – beda untuk setiap pemainnya (Fullerton, 2019, hlm. 33).

3) *Procedures*

Board game akan selalu memiliki prosedur dalam bermain, prosedur yang dimaksud adalah suatu proses untuk mengambil tindakan atau *action* yang dapat melibatkan alat – alat atau elemen fisik pada *board game* (Fullerton, 2019, hlm. 34).

4) *Rules*

Rules atau peraturan pada board game melibatkan semua pemain untuk mengikutinya agar tidak merusak *gameplay* dari *board game* dan melancarkan proses bermain. Peraturan berisikan hal – hal yang harus dilakukan dan hal – hal yang tidak boleh dilakukan oleh pemain (Fullerton, 2019, hlm. 35).

5) *Resources*

Resources melibatkan alat – alat atau elemen dari *board game* yang digunakan selama permainan (Fullerton, 2019, hlm. 35).

6) *Conflict*

Konflik biasa digunakan pada sebuah *board game* untuk meningkatkan tingkat kesulitan dan memunculkan tantangan baru di tengah permainan. Konflik dapat berasal dari peraturan permainan itu sendiri ataupun dari pemain (Fullerton, 2019, hlm. 36).

7) *Outcome*

Outcome atau hasil merupakan tujuan akhir dari permainan atau hasil akhir yang telah difinalisasi di akhir permainan dimana syarat untuk mengakhiri permainan telah terpenuhi (Fullerton, 2019, hlm. 37).

2.3.7 Atribut Board Game

Menurut Selinker (2011) pada buku *Kobold Guide to Board Game Design*, dalam perancangan sebuah *board game* terdapat beberapa atribut yang perlu dipertimbangkan, atribut – atribut yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1) *Ease of Learning*

Kemudahan untuk mengerti sebuah permainan merupakan hal yang penting, hal ini lebih baik jika sebuah permainan dapat diajarkan secara demonstrasi dan tidak memakan waktu melebihi dari 10 menit. Hal tersebut juga termasuk di dalam penulisan peraturan atau instruksi permainan (Selinker, 2011, hlm. 51).

2) *Theme*

Pemilihan tema dari sebuah board game akan memiliki efek yang besar terhadap ketertarikan para pemain, hal ini dikarenakan tema – tema tertentu seperti tema perang atau tema cinta hanya akan menarik pemain berdasarkan jenis kelaminnya (Selinker, 2011, hlm. 51).

3) *Lack of Complexity*

Board game yang ditujukan pemain casual lebih baik untuk memiliki tingkat kompleksitas yang tidak terlalu tinggi atau *overcomplex*. Kompleksitas dari board game dapat ditentukan dari jumlah action atau tindakan yang dilakukan setiap giliran, jumlah informasi yang dipresentasikan setiap giliran, jumlah pilihan yang dapat dilakukan oleh pemain setiap gilirannya, dan tingkat keahlian dalam permainan. (Selinker, 2011, hlm. 52).

4) *Interactivity*

Tingkat interaktivitas saat bermain akan meningkatkan pengalaman pemain secara signifikan dan memberikan pemain untuk melakukan interaksi sosial terhadap pemain lain yang dapat mengubah atau menambah tantangan saat permainan berlangsung.

Namun hal ini dapat merugikan para pemain jika sebuah permainan terlalu banyak memiliki mekanik permainan yang mengkhianati atau mendorong pemain lain untuk keluar dari permainan. (Selinker, 2011, hlm. 52).

5) ***Luck***

Aspek kehokian dalam board game memiliki peran yang sangat penting yang menguntungkan para pemain. Kehokian dari pemain dapat memberikannya kesempatan untuk memenangkan atau mencapai tujuan dari permainan (Selinker, 2011, hlm. 52).

6) ***Duration***

Durasi memiliki peran untuk menentukan seberapa lama permainan akan berakhir. Durasi yang biasa dikatakan normal adalah diantara 45 menit dan 90 menit, sedangkan durasi dibawah 30 menit akan menciptakan rasa rugi terhadap para pemain dikarenakan permainan berakhir terlalu cepat (Selinker, 2011, hlm. 52).

7) ***Originality***

Dengan memiliki mekanik baru atau tema yang baru, akan menciptakan sebuah keunikan terhadap *board game* yang akan dirancang, hal ini dapat membedakan *board game* yang akan dirancang dengan *board game* lainnya dikarenakan memiliki keunikannya tersendiri (Selinker, 2011, hlm. 52).

8) ***Replay Value***

Replay value atau balik lagi bermain *board game* yang sama menunjukkan kesuksesan dari permainan tersebut. *Replay value* yang baik dilihat dari keseimbangan permainan dalam menghibur dan membuat pengalaman baru yang unik (Selinker, 2011, hlm. 52).

2.3.8 Proses Perancangan Board Game

Menurut David Silverman (2013) pada buku *How to Learn Board Game Design and Development*, dalam merancang sebuah *board game* terdapat 5 proses tahapan. Tahapan – tahapan yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1) *Coming up with the idea*

Pada tahap ini, penulis akan mengumpulkan berbagai ide, data dan elemen yang diperlukan dalam proses perancangan. Selain itu, penulis akan mengemukakan ide awal dengan membuat *draft* kasar dan memikirkan sebuah tema untuk perancangan *board game*. Penulis juga melakukan riset mengenai topik yang akan diangkat pada perancangan *board game* ini.

2) *Fleshing out the ideas*

Pada tahap ini, penulis akan mengolah data – data yang telah diperoleh dari hasil riset, lalu mengolah ide – ide awal dan data riset terhadap topik yang diangkat oleh penulis dalam merancang *board game*. Penulis akan membuat *content brief* yang berisikan elemen – elemen *board game*, mekanik *board game*, konten yang akan dirancang, *moodboard*, dan *mindmapping*.

3) *Content Development*

Pada tahap ini, penulis akan memulai perkembangan konten pada *board game* yang akan dirancang dengan mengoptimalkan *gameplay* dan mekanisme yang akan digunakan serta peraturan awal yang akan diimplementasikan pada *board game* dengan cara melakukan *paper and play*. Penulis juga akan memulai membuat sketsa awal dan menentukan elemen – elemen desain visual yang akan digunakan pada *board game*.

4) *Design and Prototype*

Pada tahap ini, penulis sudah memulai tahapan digitalisasi dan implementasi desain visual pada atribut – atribut *board game* yang akan digunakan. Dilanjutkan dengan pembuatan *prototype* awal yang sudah layak untuk dimainkan.

5) *Playtest and Analysis*

Pada tahap ini, penulis melakukan proses dokumentasi dengan menguji coba permainan *board game* yang telah dibuat terhadap para pemain, dilanjutkan dengan mengumpulkan *feedback* dan

data – data terkait kepuasan terhadap *board game* yang akan dirancang sehingga dapat dilakukan revisi terhadap *board game* tersebut

6) *Finishing and Releasing*

Pada tahap terakhir, penulis melakukan proses percetakan terakhir dengan menentukan ukuran, bahan, dan finishing pada *board game* setelah melakukan analisis dan perbaikan terhadap *board game*.

2.4 Promosi

Menurut Saladin, promosi adalah bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli agar mengenal suatu produk atau merek yang sebelumnya belum diketahui oleh mereka. Promosi memiliki tujuan agar produk dapat dibeli dan diingat oleh konsumen (Guntoro, 2018).

2.4.1 Tujuan Promosi

Menurut Malau (2017), promosi memiliki tujuan untuk memberi informasi, mempengaruhi, dan membujuk target pasar mengenai suatu produk atau merek sehingga dapat terbentuk kesadaran dari konsumen. Berikut merupakan beberapa tujuan promosi yang dimaksud.

1) *Informing*

Memberikan informasi tentang segala hal terkait produk yang ditawarkan kepada target pasar. Informasi yang terdapat pada promosi dapat mencakup harga, cara kerja, ataupun layanan yang disediakan.

2) *Persuading*

Memberikan pengaruh terhadap target pasar dengan tujuan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Pengaruh tersebut dapat berupa pembentukan preferensi merek dan perubahan persepsi terhadap merek sehingga mendorong pembelian.

3) *Reminding*

Memberikan kesan kepada target pasar sehingga dapat mengingat mengenai produk atau merek, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Ingatan yang dimaksud seperti pengingat akan kebutuhan produk dalam waktu yang dekat, lokasi ketersediaan produk dan dapat memberikan kesan agar pembeli akan terus mengingat produk tanpa menggunakan promosi yang berlebihan.

2.4.2 Jenis – Jenis Media Promosi

Menurut Kasali, dalam mempromosikan produk atau jasa yang dapat memberikan pengaruh kepada calon konsumen memiliki jenis media tersendiri dan setidaknya terdapat 4 jenis media promosi (Harun, Wibawanto, 2022).

1) **Media Cetak**

Merupakan media yang memiliki wujud fisik, media cetak dianggap memiliki kegunaan yang cukup kaku dan hanya mengutamakan pada penyampaian pesan seperti teks, gambar, warna, dan simbol. Contoh media cetak adalah buku, majalah, pamflet, surat, dan brosur.

2) **Media Elektronik**

Merupakan media yang menggunakan alat perantara yaitu *gadget* elektronik dan dapat digunakan pada jasa penyiaran. Contoh media elektronik adalah radio, televisi, dan *video tron*.

3) **Media Luar Ruangan**

Merupakan media yang digunakan pada pusat keramaian atau tempat terbuka. Contoh media luar ruangan adalah *banner*, *billboard*, dan baliho.

4) **Media Lini Bawah**

Merupakan media pelengkap atau media tambahan yang digunakan dalam mempromosikan produk. Contoh dari media lini bawah adalah *merchandise*, *doorprize*, pameran.

2.5 Brand Identity

Menurut Wheeler (2018) pada buku *Designing Brand Identity*, *brand identity* merupakan kumpulan elemen komprehensif yang digunakan untuk merepresentasikan dirinya dan dikenal oleh audiens. *Brand identity* juga memiliki wujud yang dapat dirasakan oleh indra manusia, selain itu *brand identity* juga membantu sebuah *brand* untuk meningkatkan nilai dan dapat lebih mudah untuk dikenali

2.4.3 Logo

Menurut Wheeler (2018), *logo* adalah kunci visual utama dari sebuah *brand identity* yang merupakan sebuah simbol atau desain yang merepresentasikan dari *brand*. Menurut Wheeler (2018) berikut merupakan jenis – jenis *brandmark*.

1) *Wordmarks*

Logo yang menggunakan nama perusahaan, akronim atau nama dari produk yang telah melalui proses desain yang merepresentasikan identitas dari *brand* tersebut (Wheeler, 2018, hlm. 49).

2) *Letterforms*

Logo yang menggunakan salah satu atau beberapa huruf dari *brand* atau inisial perusahaan (Wheeler, 2018, hlm. 49).

3) *Pictorial Marks*

Logo yang menggunakan simbol atau gambar yang bersifat literal dengan identitas *brand*. Memiliki atribut desain simpel dan memiliki gayanya tersendiri (Wheeler, 2018, hlm. 49).

4) *Abstract Marks*

Logo yang menggunakan simbol atau gambar yang mengikuti *big idea* dari identitas *brand* dan sering kali mengandung ambiguitas (Wheeler, 2018, hlm. 49).

5) *Emblems*

Logo yang menggunakan visual dari nama suatu *brand* dan seringkali memiliki kombinasi dengan elemen *pictorial* (Wheeler, 2018, hlm. 49).

2.5 Gangguan Kognitif Ringan (*Mild Cognitive Impairment*)

Gangguan kognitif ringan atau *mild cognitive impairment* (MCI) dapat didefinisikan sebagai penurunan kognitif atau gangguan kognitif terhadap seseorang yang menyebabkan kehilangan ingatan (Anand, Schoo, 2024). Berdasarkan dari hasil studi yang dilakukan oleh Peterson (1997) di Mayo Clinic, *mild cognitive impairment* dianggap mewakili batas antara proses penuaan normal dan tahapan *dementia* awal. *Mild Cognitive Impairment* (MCI) lebih mudah untuk dijumpai pada proses penuaan seorang individu, tidak hanya itu, tingkat edukasi seorang individu juga menentukan perkembangan dan penurunan kognitif seseorang (Venu Chippa, Kamalika Roy, 2023).

Terdapat 6 *cognitive domain* yang dapat dipengaruhi oleh MCI dan berpotensi untuk mempengaruhi satu atau lebih dari 6 *cognitive domain* yang ada, 6 *cognitive domain* yang dapat dipengaruhi adalah sebagai berikut: ingatan, bahasa, complex attention, fungsi eksekutif, fungsi sosial, dan fungsi visuospasial. Berdasarkan dari jumlah *cognitive domain* yang terpengaruhi, *Mild cognitive impairment* dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu “*amnesic*” atau “*non-amnesic*”. *Amnesic mild cognitive impairment* memiliki resiko besar terhadap kehilangan ingatan yang berujung kepada penyakit *Alzheimer*, sedangkan *non-amnesic mild cognitive impairment* memiliki ingatan relatif utuh dan lebih jarang untuk dijumpai oleh seseorang, namun dapat berujung kepada penyakit *Dementia (non-Alzheimer)* (Anand, Schoo, 2024).

2.5.1 Etiologi Gangguan Kognitif Ringan

Terdapat 2 faktor resiko utama untuk seseorang yang memiliki *mild cognitive impairment* (MCI) yaitu *non-modifiable risk factor* dan *modifiable risk factors*. *Non-modifiable risk factor* melibatkan proses penuaan seseorang

yang merupakan faktor terkuat untuk seseorang memiliki *mild cognitive impairment*. Selain itu faktor lainnya adalah genetik jenis kelamin laki – laki, keturunan dari keluarga yang memiliki gangguan kognitif, dan keberadaan *apolipoprotein E*. Sedangkan *modifiable risk factors* memiliki berbagai macam faktor (Sanford, 2017), yaitu sebagai berikut.

2.5.1.1 Faktor Kondisi Medik Kronis dan *Multimorbidity*

Hipertensi, hiperlipidemia, penyakit arteri, dan stroke merupakan beberapa faktor resiko yang terkait dengan *mild cognitive impairment*. Didukung dengan studi yang berfokus kepada *multimorbidity* dan *mild cognitive impairment* menunjukkan bahwa resiko MCI akan meningkat jika seorang pasien memiliki 4 atau lebih kondisi komorbid (hipertensi, penyakit arteri, hiperlipidemia, dan osteoarthritis). Selain itu, kondisi medik kronis seperti diabetes mellitus dan penyakit paru obstruktif kronis juga menunjukkan sebagai faktor resiko kondisi MCI seseorang. (Sanford, 2017)

2.5.1.2 Faktor *Polypharmacy*

Ingatan memiliki hubungan yang erat dengan *mild cognitive impairment*, sedangkan sejumlah kombinasi pengobatan memiliki efek buruk terhadap ingatan seseorang (Anand, Schoo, 2024). Beberapa pengobatan yang dapat memberi efek negatif terhadap MCI adalah pengobatan *anticholinergic*, *antihypertensive*, dan *antidiabetic*. Efek samping seperti kehilangan kemampuan kognitif dan penurunan kognitif dapat disebabkan oleh pengobatan tersebut. (Sanford, 2017).

2.5.1.3 Faktor Resiko Psikiatri

Depresi merupakan salah satu faktor psikiatri yang mempengaruhi gangguan kognitif serta fisik dan hadir sebagai MCI. Depresi juga akan mempercepat progresi MCI seseorang menuju penyakit *dementia* (Sanford, 2017).

2.5.1.4 Faktor Metabolik dan Infeksi

Beberapa faktor metabolik yang menyebabkan gangguan kognitif seseorang yang dapat dengan mudah diatasi mencakupi hypothyroidism, kekurangan vitamin b12, dehidrasi, hyperglycemia, dan infeksi saluran kemih (Sanford, 2017).

2.5.1.5 Faktor Gangguan Tidur

Sleep apnea yang menyebabkan kelelahan dan mengantuk pada siang hari dapat memiliki yang buruk yaitu *cognitive dysfunction*. *Sleep apnea* yang tidak diatasi akan mengganggu beberapa *cognitive domain* seperti fungsi eksekutif, perhatian, verbal, memori visual, *visuospatial ability*, dan pengolahan informasi (Anand, Schoo, 2024).

2.5.2 Patofisiologi Mild Cognitive Impairment (MCI)

Patofisiologi MCI biasa dikaitkan dengan kehilangan ingatan dan memiliki dampak yang berbeda – beda. Progresi menuju penyakit *alzheimer* atau *dementia* merupakan hal yang paling berdampak, sedangkan gejala buruk lainnya memiliki kemungkinan untuk balik seperti normal ataupun stabil. Hasil dari sebuah meta-analisis menunjukkan hasil demonstrasi terhadap perkembangan kumulatif *dementia* selama 2 tahun terhadap pasien dengan MCI berumur 65 tahun adalah sebesar 14.9% (Anand, Schoo, 2024). Sebuah studi *Risk factors for the progression of mild cognitive impairment to dementia* juga telah membuktikan bahwa penuaan umur dan amnesic MCI akan berdampak pada tingkat progresi yang lebih cepat menuju penyakit *dementia* (Campbell et al., 2013).

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