

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye Interaktif

Dikutip dari buku Antar Venus yaitu Manajemen Kampanye (2018), Rogers dan Storey (1987) memberikan definisi kampanye sebagai aksi berkomunikasi yang tersusun dan terencana dan dilakukan terus-menerus dalam spasi waktu tertentu untuk menggugah atau menciptakan dampak bagi target audiensnya. Kampanye interaktif merupakan kampanye dengan interaksi, misalnya antara *user* dengan media-media kampanye dan lain sebagainya.

2.1.1 Tujuan Kampanye

Antar Venus (2018) membagi tujuan kampanye menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengubah pola pikiran orang,
- 2) Menimbulkan rasa suka terhadap topik ataupun masalah yang diangkat dalam kampanye tersebut,
- 3) Mengubah perilaku orang sesuai dengan yang diadvokasikan oleh kampanyenya.

2.1.2 Jenis Kampanye

Antar Venus, mengutip Larson, membagi jenis kampanye menjadi tiga, berdasarkan motivasi kampanye tersebut. Tiga jenis kampanye tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Product-oriented campaign*

Ini adalah jenis kampanye dimana dilakukan promosi untuk setiap produk yang dimiliki sebuah perusahaan untuk meningkatkan *sales* atau penjualan.

2) *Candidate-oriented campaign*

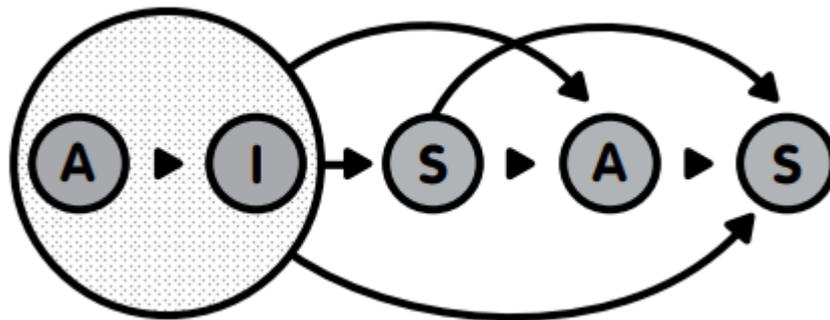
Jenis kampanye ini biasa dilakukan dalam ranah politik, dan tujuan dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan kemungkinan kandidat politik untuk berkuasa.

3) *Ideologically or cause related campaign*

Kampanye ini bertujuan untuk membuat adanya perubahan sosial dan sebagainya dengan mengubah pola pikir dan perilaku orang agar dapat menangani masalah-masalah sosial tertentu.

2.1.3 Strategi Kampanye

Strategi kampanye yang digunakan adalah strategi kampanye AISAS dari buku *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's Most Innovative Advertising Agency* (2010).



Gambar 2.1 Diagram AISAS

AISAS merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Diagram di atas menunjukkan tahapan-tahapan tersebut dan bagaimana setiap tahapan berlanjut dari satu tahap ke tahap-tahap lain. Secara sederhana, proses AISAS dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Attention*: audiens atau pembeli melihat sebuah produk, jasa, ataupun iklan
- 2) *Interest*: iklan tadi menimbulkan rasa penasaran
- 3) *Search*: mencari tahu lebih banyak tentang produk dan mengumpulkan informasi. Biasanya media di tahapan ini

beragam, dan termasuk blog serta *website* dari perusahaan itu sendiri

- 4) *Action*: tahap-tahap sebelumnya membuat audiens bertindak, misalnya dengan membeli produk atau mengikuti acara
- 5) *Share*: orang-orang yang telah mengikuti acara ataupun membeli produk menyebarkan secara *word-of-mouth* maupun lewat postingan dari internet ataupun komentar, dan lain sebagainya

2.2 Media Informasi Interaktif

Media adalah sarana atau platform yang dirancang untuk menciptakan dan menyebarluaskan informasi atau pesan tertentu (Turow, 2020). Desain informasi dapat didefinisikan sebagai materi cetak, grafis informasi, interaktif, lingkungan, dan desain eksperimental yang berisikan informasi (Baer, 2008). Media interaktif adalah media yang memfasilitasikan interaksi antara *user* dan media tersebut (Griffey, 2020).

2.2.1 Tipe Media Informasi Interaktif

Griffey (2020), membagi media interaktif (yang termasuk media informasi) menjadi beberapa bentuk, yaitu sebagai berikut:

1) *Traditional Stand-Alone Kiosks*

Stand atau gerai yang menyediakan pengalaman berbasis layar interaktif (biasanya sentuh) yang ada spesifik di lokasi tertentu. Biasanya, kios ini dirancang untuk memberikan instruksi, meningkatkan produktivitas, memfasilitasi komunikasi, memberikan hiburan, atau memungkinkan transaksi spesifik.

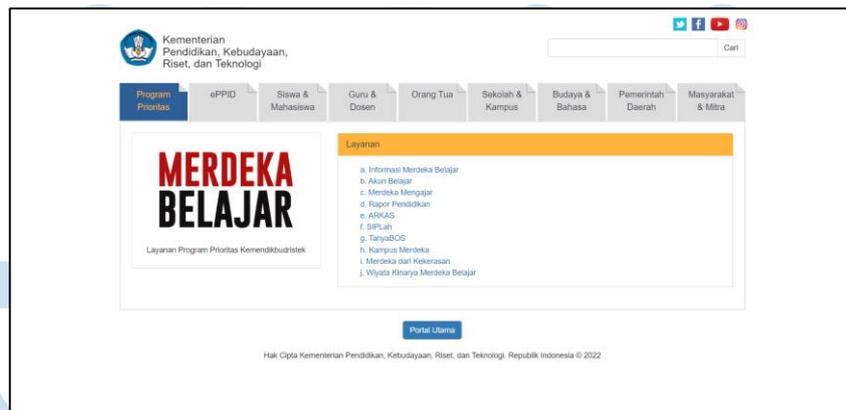
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.2 National Cowgirl Museum and Hall of Fame
 Sumber: ideum.com/portfolio/national-cowgirl-museum

2) Websites

Website adalah kumpulan halaman *web* (*webpage*) yang saling terkait dan berada di bawah *domain* dengan nama yang sama yang ditampilkan di *browser* dan dapat dibuka di perangkat manapun asalkan memiliki akses internet. Dikarenakan *website* sekarang dapat diakses dari berbagai perangkat, desain *website* harus responsif, atau berubah sesuai perangkat yang digunakan.



Gambar 2.3 Tampilan *Website* Kemdikbud
 Sumber: <https://www.kemdikbud.go.id/>

3) *Mobile Application*

Mobile application atau aplikasi adalah media interaktif yang muncul setelah kelahiran *smartphone*. Aplikasi *mobile* biasanya dirancang untuk melakukan suatu tugas spesifik tertentu.

4) *Video Game*

Video game adalah jenis *game* yang dapat dijalankan di komputer, perangkat seluler, atau konsol khusus *game* dimana interaksi pengguna dengan sistem dilakukan dengan sentuhan langsung (*touchscreen*) atau dengan sebuah pengontrol fisik. *Video game* sekarang tidak hanya digunakan sebagai hiburan, tapi juga bisa sebagai media edukasi dan pelatihan.

5) Instalasi fisik, pameran, dan pertunjukan

Mulai makin banyak pameran, instalasi fisik, dan pertunjukan yang memberikan pengalaman interaktif kepada pengunjungnya, yang biasanya berakhir pada kolaborasi antara para penonton dan instalasi tersebut.



Gambar 2.4 "Hall of Ideas" oleh Small Design Group
Sumber: Small Design Group

6) Pengalaman interaktif tanpa layar

Ini termasuk inovasi yang tercakup baru, dan yang dimaksud dengan pengalaman interaktif tanpa layar maksudnya media digital yang dapat berinteraksi dengan *user* tanpa menggunakan layar. Contohnya adalah Echo milik Amazon yang dapat

menyajikan berbagai jenis media hanya berdasarkan perintah suara pengguna.

2.2.2 Tujuan Media Informasi Interaktif

Joseph Turow (2020) menyatakan bahwa secara garis besar, tujuan media dapat dibagi menjadi 5 tujuan, yaitu:

- 1) *Enjoyment* (hiburan): menggunakan media sebagai sumber hiburan dan untuk bersenang-senang, dan juga agar dapat menjadikan media sebagai konten dalam percakapan sehari-hari.
- 2) *Companionship* (persahabatan): menggunakan media sebagai pendamping yang terasa seperti teman untuk meringankan rasa kesepian.
- 3) *Surveillance* (pengawasan): menggunakan media untuk mencari tahu tentang hal yang terjadi di sekitar kita.
- 4) *Interpretation* (penafsiran): menggunakan media untuk mencari tahu penyebab suatu hal terjadi (misalnya disebabkan oleh siapa atau apa) dan apa yang harus dilakukan tentang hal tersebut.
- 5) *Multiple use* (banyak kegunaan): menggunakan media untuk mendapatkan tujuan-tujuan yang di atas secara sekaligus atau dengan melihat berbagai aspek dari media tersebut.

2.3 UI/UX

User Interface dan *User Experience* adalah kedua hal paling penting dalam perancangan desain situs. UI dan UX ini juga saling berhubungan, namun keduanya merupakan hal yang berbeda. Sederhananya, *User Experience* adalah perasaan abstrak yang orang dapatkan saat berinteraksi dengan sebuah situs, sedangkan *User Interface* atau desain antarmuka adalah apa yang sebagai bagian dari pengalaman tersebut (Bank & Cao, 2015).

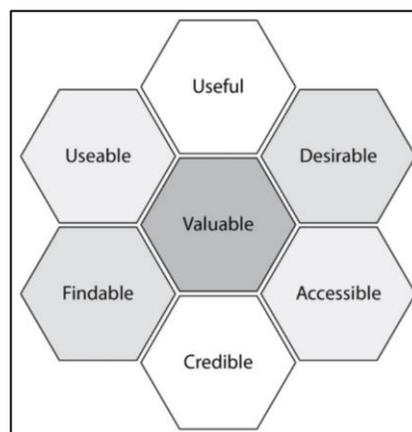
2.3.1 *User Interface*

User interface adalah tampilan, desain, dan eksekusi elemen-elemen yang ada di dalam suatu situs (Bank & Cao, 2015). *User interface* dapat dibagi menjadi kategori sebagai berikut:

- 1) *Input*: *text field forms*, *date field forms*, *dropdown lists*, *checkboxes*, *list boxes*, tombol yang dapat diklik, tombol beralih
- 2) *Navigation*: *sliders*, formulir bidang pencarian, *pagination*, bilah sisi, *tag*, ikon
- 3) *Sharing*: daftar teman, tombol mengikuti, *like/promote*, tombol berbagi, mengundang teman
- 4) *Information*: konten teks, keterangan alat, kotak pesan, notifikasi, ikon, *progress bar*, jendela modal

2.3.2 *User Experience*

User Experience yang baik adalah *user experience* yang kesannya positif dan memberikan kenyamanan pada pengguna. Dalam proses desain UX, ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Peter Morville, seperti yang dikutip dari Dane Wesolko (2016), adalah seorang desainer dan arsitek informasi yang membuat diagram bernama ‘The User Experience Honeycomb’ yang berisikan berbagai aspek dari *user experience*. Aspek-aspek tersebut adalah *useful*, *useable*, *desirable*, *findable*, *accessible*, *credible*, dan *valuable*.



Gambar 2.5 *The User Experience Honeycomb*
Sumber: Peter Morville (2016)

- 1) *Useful*: Produk ataupun jasa yang ditawarkan haruslah berguna untuk menyelesaikan masalah tertentu

- 2) *Usable*: Sistem yang digunakan untuk menaruh konten harus familiar sehingga mudah untuk dimengerti dan digunakan
- 3) *Desirable*: Estetika visual dari produk, jasa atau sistem harus menarik perhatian dan desainnya harus minim dan *to-the-point*
- 4) *Findable*: Informasi yang ada harus mudah untuk ditemukan oleh *user*, dan walaupun *user* kebingungan, ia seharusnya mudah menemukan tempat untuk mendapatkan solusi kebingungannya
- 5) *Accessible*: Produk atau jasa harus didesain sedemikian rupa sehingga orang dengan disabilitas juga bisa mendapatkan *user experience* yang sama dengan orang lain
- 6) *Credible*: Perusahaan yang bersangkutan beserta layanan dan produknya harus dapat dipercaya.
- 7) *Valuable*: Ini adalah akumulasi dari aspek-aspek yang lain, dimana jika semua aspek lain terpenuhi, *user experience* yang didapatkan akan berharga (*valuable*) dan memberi manfaat dan kesan yang diharapkan pada pengguna.

2.4 Tipografi

Landa (2013) mendefinisikan tipografi sebagai pengaturan dan desain bentuk huruf dalam ruang dua dimensi (untuk media cetak dan media *screen-based*) dan dalam ruang dan waktu (untuk media interaktif dan bergerak).

2.4.1 *Typeface*

Dikutip dari Landa (2013), *typeface* adalah desain dari satu set karakter huruf dengan properti visual yang konsisten.

- 1) Elemen *typeface*: ada 2 elemen *typeface*, yaitu pengukuran huruf dan anatomi huruf.

- a) Pengukuran huruf

Pengukuran huruf tergantung pada medianya, digital atau cetak. Huruf cetak diukur menggunakan point dan pica (point untuk tingginya dan pica untuk lebarnya), sedangkan huruf

digital diukur dengan point, pixel, persentase, atau em units (bergantung pada lebar pada huruf M kapital).

b) Anatomi huruf

Setiap huruf memiliki karakteristik yang harus dipertahankan agar dapat dikenali sebagai huruf tersebut. Istilah yang berhubungan dengan anatomi huruf adalah *x-height*, *baseline*, *counter*, dan lain sebagainya. *X-height* adalah tinggi dari huruf kecil tanpa *ascender* dan *descender*, *baseline* adalah bagian bawah huruf kapital dan huruf kecil tanpa *descender*, dan *counter* adalah ruang yang ditutup oleh bentuk huruf atau simbol.

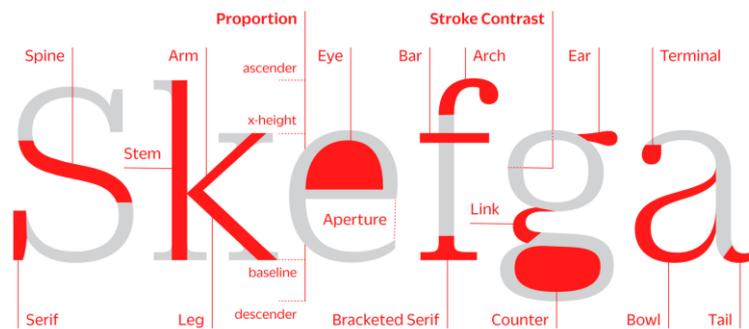


Diagram: Stephen Coles, typeanatomy.com Type: Duplicate, commercialtype.com

Gambar 2.6 Anatomi Huruf

Sumber: <https://typeanatomy.com/image/640694338958000129>

c) Klasifikasi *typeface*

a) *Old Style* atau *Humanist*

Typeface ini merupakan *typeface* tipe Romawi yang muncul di akhir abad ke-15. Contoh dari *typeface* ini adalah Garamond dan Times New Roman.



Gambar 2.7 *Typeface* Garamond

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

b) *Transitional*

Typeface serif, mulai ada pada abad-18, dan merupakan transisi dari old style ke *modern* sehingga memiliki ciri-ciri dari keduanya. Contohnya adalah Baskerville dan Century.



Gambar 2.8 *Typeface* Baskerville

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

c) *Modern*

Typeface serif, mulai dikembangkan pada akhir abad-18 dan awal abad-19. Memiliki bentuk yang cenderung geometris. Contohnya adalah Didot dan Bodoni.



Gambar 2.9 *Typeface* Bodoni

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

d) *Slab serif*

Typeface serif yang memiliki serif yang tebal, seperti lempengan, mulai ada pada awal abad ke-19. Contohnya adalah Clarendon dan Rockwell.



Gambar 2.10 *Typeface* Rockwell

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

e) *Sans serif*

Typeface ini adalah *typeface* yang tidak memiliki serif, mulai ada pada abad ke-19 awal. Contohnya adalah Futura dan Franklin Gothic.



Futura

Gambar 2.11 *Typeface* Futura

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

f) *Blackletter*

Typeface ini berdasarkan bentuk huruf di manuskrip kuno di abad 13 sampai 15. Kurvanya sedikit, karakter-karakternya rapat, dan memiliki ketebalan stroke yang berat. Contohnya adalah Rotunda dan Fraktur.



Gothic Fraktur

Gambar 2.12 *Typeface* Fraktur

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

g) *Script*

Typeface ini paling mirip dengan tulisan tangan, biasanya huruf-hurufnya agak miring dan terhubung. Contohnya adalah Bickham Script dan Shelley Allegro Script.



Bickham Script

Gambar 2.13 *Typeface* Bickham Script

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

h) *Display*

Bentuknya dekoratif, dan tujuan penggunaannya adalah untuk dekorasi, *headline*, dan judul yang dimuat dalam ukuran besar.



Gambar 2.14 *Typeface* Cuba

Sumber: <http://www.designishistory.com/1450/type-classification/>

d) Pemilihan *typeface*

Landa (2013) menyatakan bahwa ada banyak hal yang harus diperhatikan saat memilih *typeface* saat mengerjakan sebuah desain. Hal-hal tersebut misalnya: tipe media yang digunakan, audiens yang dituju, tujuan desain, memperhatikan tinggi *x-height* dan bentuk *counter*, mengecek keterbacaan, dan lain sebagainya.

2.5 Warna

Menurut buku *Art Fundamentals: Theory and Practice* oleh Ocvirk, Stinson, Wigg, Bone, dan Cayton (1994), warna merupakan salah satu elemen desain yang paling dapat menarik perhatian, termasuk perhatian orang awam. Warna adalah tampilan dari sebuah permukaan yang dibuat oleh hasil respons penglihatan terhadap panjang gelombang cahaya yang direfleksikan dari permukaan tersebut.

2.5.1 Teori Warna

Menurut Fraser dan Banks di buku '*Designer's color manual: the complete guide to color theory and application*' (2004), teori warna adalah cara untuk menggunakan warna dengan efektif yang dapat dicapai dengan mengerti cara kerja warna-warna tersebut. Isaac Newton menciptakan roda warna, atau biasa disebut *color wheel* pada tahun 1666. Ia juga menemukan bahwa warna merupakan persepsi manusia akan gelombang warna, dan bukan merupakan kualitas yang absolut. Maksudnya, warna sendiri itu relatif, dan dapat seakan 'berubah' berdasarkan warna-warna yang mengelilinginya. Warna juga ia bagi menjadi tiga grup besar, yaitu:

- Warna primer (merah, biru, kuning)
- Warna sekunder (campuran dari warna-warna primer)
- Warna tersier (campuran dari warna (primer dan warna sekunder)

2.5.2 *Color Harmony*

Juga dikutip dari Fraser dan Banks (2004), ada beberapa jenis komposisi (atau dapat dibidang juga sebagai skema) warna yang dapat dipakai untuk membuat karya ilustrasi dengan warna yang sesuai.

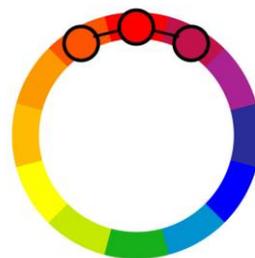
- *Monochromatic scheme*: *tint* dan *shade* dari satu warna yang berbeda di saturasi dan terangnya warna tersebut dan bukan di *hue*-nya



Gambar 2.15 *Monochromatic scheme*
 Sumber: <https://www.colorsexplained.com/color-harmony/>

Di gambar di atas, terdapat contoh *color wheel* yang menunjukkan saturasi-saturasi yang berbeda di setiap warna yang menggambarkan *monochromatic scheme*.

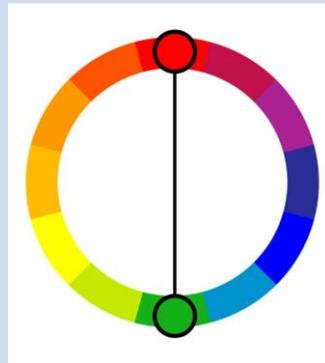
- *Analogous scheme*: 2 atau 3 warna berbeda yang bersebelahan di roda warna



Gambar 2.16 *Analogous scheme*
 Sumber: <https://www.colorsexplained.com/color-harmony/>

Di *color palette* di atas, dipilih 3 warna yang bersebelahan di *color wheel*, yaitu warna oranye-merah, merah, dan merah-ungu sebagai contoh *analogous scheme*.

- *Complementary scheme*: dua warna yang berada di sisi berlawanan di sebuah *color wheel*

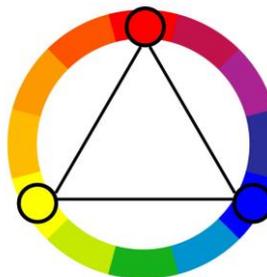


Gambar 2.17 *Complementary scheme*

Sumber: <https://www.colorsexplained.com/color-harmony/>

Color palette di atas menunjukkan contoh *complementary scheme*, yaitu merah dan hijau, yang berada di sisi berlawanan di *color wheel*.

- *Triadic scheme*: 3 warna dengan jarak-jarak yang sama di *color wheel*

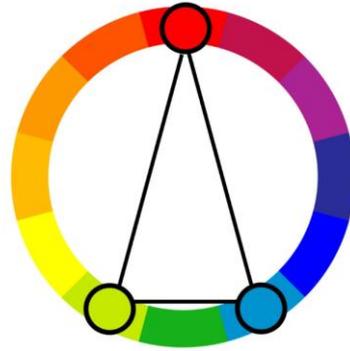


Gambar 2.18 *Triadic scheme*

Sumber: <https://www.colorsexplained.com/color-harmony/>

Triadic scheme yang ditunjukkan di gambar di atas terdiri atas warna merah, kuning, dan biru, di mana ketiga warna tersebut memiliki jarak 3 warna di *color wheel*.

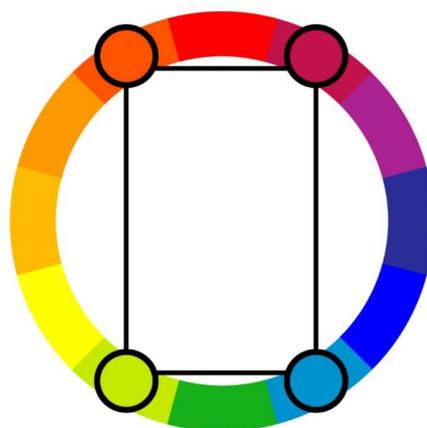
- *Hubungan split-complementary*: 1 hue dengan 2 warna yang bersebelahan dengan warna komplementernya



Gambar 2.19 Hubungan *split-complementary*
 Sumber: <https://www.colorsexplained.com/color-harmony/>

Color palette di atas merupakan salah satu contoh hubungan *split-complementary*, di mana warna merah yang merupakan komplement dari warna hijau dipasangkan dengan 2 warna yang bersebelahan dengan warna hijau di *color wheel*, yaitu warna kuning-hijau dan warna biru-hijau.

- *Hubungan double complementary*: 2 pasangan skema warna komplementer yang berada di 2 sisi berlawanan di *color wheel*



Gambar 2.20 Hubungan *double complementary*
 Sumber: <https://www.colorsexplained.com/color-harmony/>

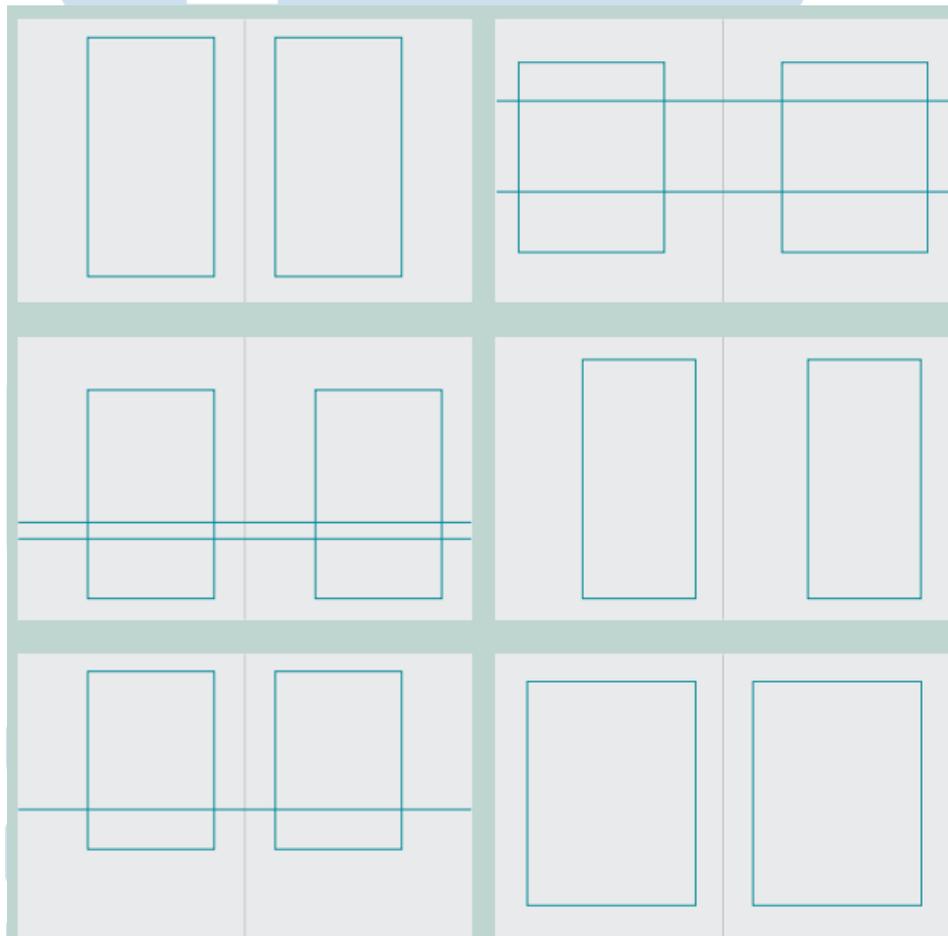
Contoh di atas menunjukkan hubungan *double complementary* yang menggunakan 2 pasangan warna komplementer, yaitu kuning-hijau yang berlawanan dengan merah-ungu dan oranye-merah yang berlawanan dengan biru-hijau.

2.6 Grid

Grid adalah fondasi gedung dalam konteks desain grafis (Roberts & Thrift, 2002). Biasanya, sebuah *grid* terdiri dari garis-garis vertikal dan horizontal. Dikutip dari Samara (2017), tipe *grid* dapat dibagi menjadi 5, yaitu:

2.6.1 *Manuscript grid*

Manuscript grid atau *block grid* adalah tipe *grid* yang strukturnya paling sederhana.

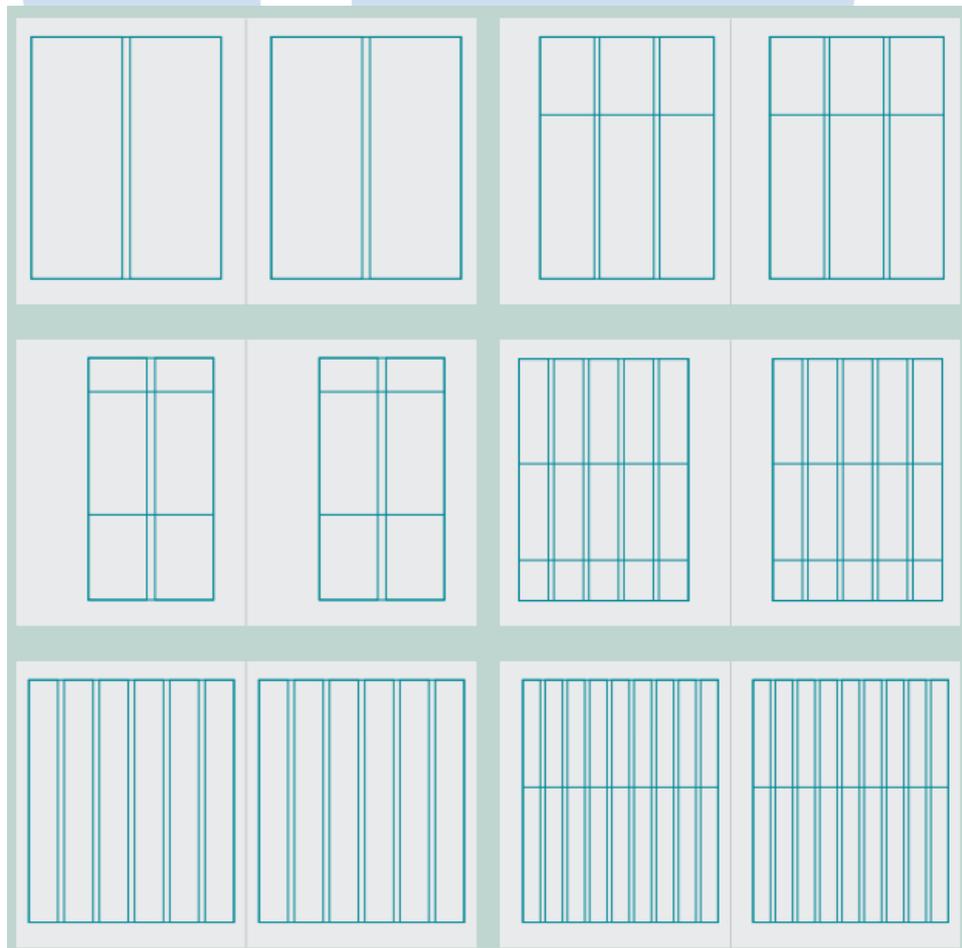


Gambar 2.21 *Manuscript grid*
Sumber: Samara (2017)

Struktur primernya adalah blok yang memenuhi hampir keseluruhan bidang yang dikelilingi oleh margin yang menentukan peletakan teks. *Grid* ini biasanya digunakan untuk teks panjang yang berkelanjutan, biasanya berisi cerita.

2.6.2 *Column grid*

Column grid merupakan jenis *grid* yang sangat fleksibel. Ini dikarenakan informasi yang dipaparkan dapat dituliskan dengan berbagai macam cara.



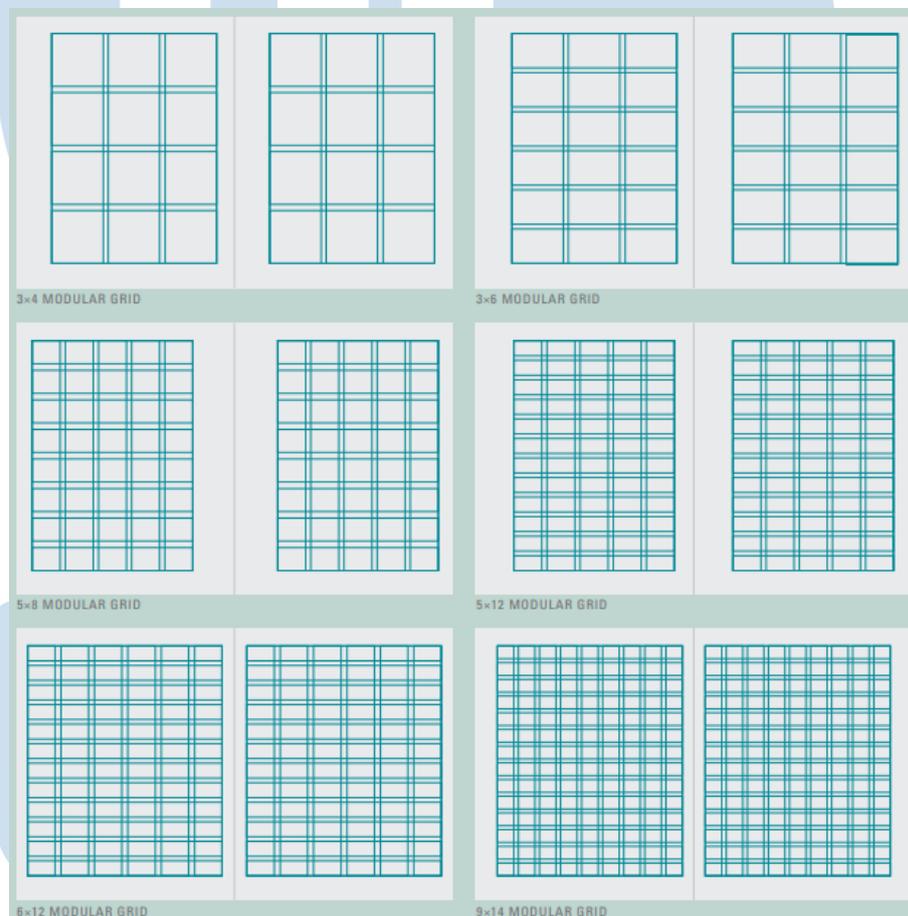
Gambar 2.22 *Column grid*
Sumber: Samara (2017)

Contohnya, informasi dapat dituliskan dengan cara bergantung pada satu sama lain untuk teks berjalan dan bisa juga dituliskan mandiri untuk

blok-blok teks yang sedikit, atau disilangkan untuk membuat kolom yang lebih lebar. Penempatan gambar menggunakan *grid* ini juga biasanya lebih bebas.

2.6.3 *Modular grid*

Modular grid adalah *column grid* dengan jumlah *flowline* horizontal yang banyak yang membagi kolom menjadi baris, membuat matriks sel yang disebut modul.

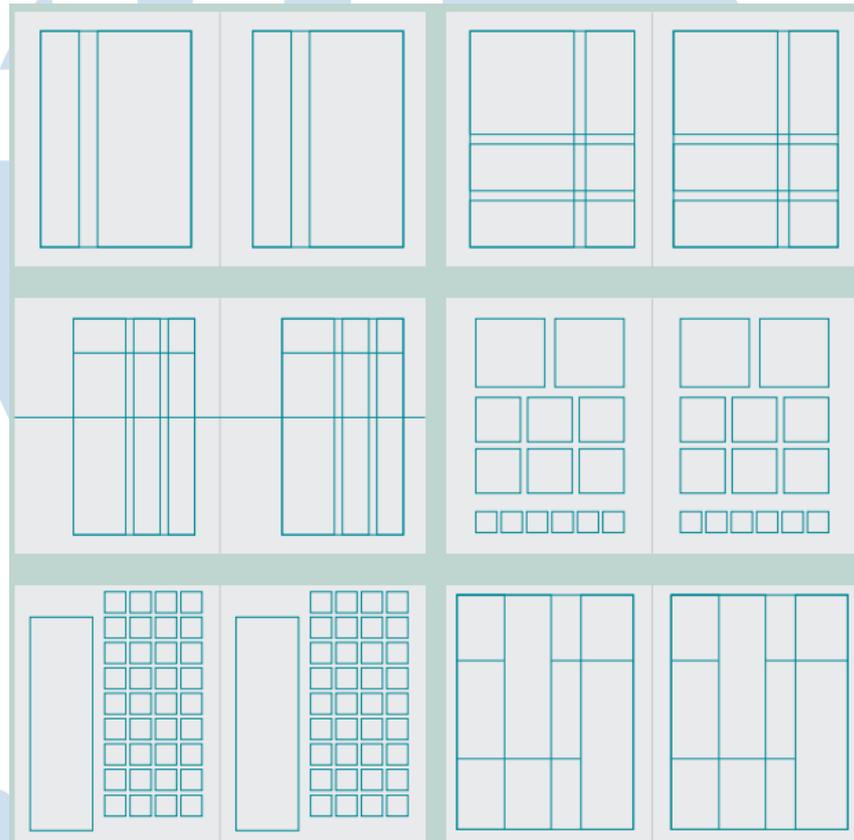


Gambar 2.23 *Modular grid*
Sumber: Samara (2017)

Setiap modul ini menggambarkan satu ruang informasi. Jenis grid ini adalah jenis grid yang paling tepat untuk proyek kompleks yang melibatkan banyak jenis informasi, namun tetap dapat dipakai untuk pengelompokan informasi yang lebih sederhana.

2.6.4 *Hierarchical grid*

Hierarchical grid adalah jenis *grid* yang digunakan untuk menyusun informasi dengan cara yang berbeda dari *grid-grid* sebelumnya yang sifatnya menggunakan interval jarak berulang yang teratur.



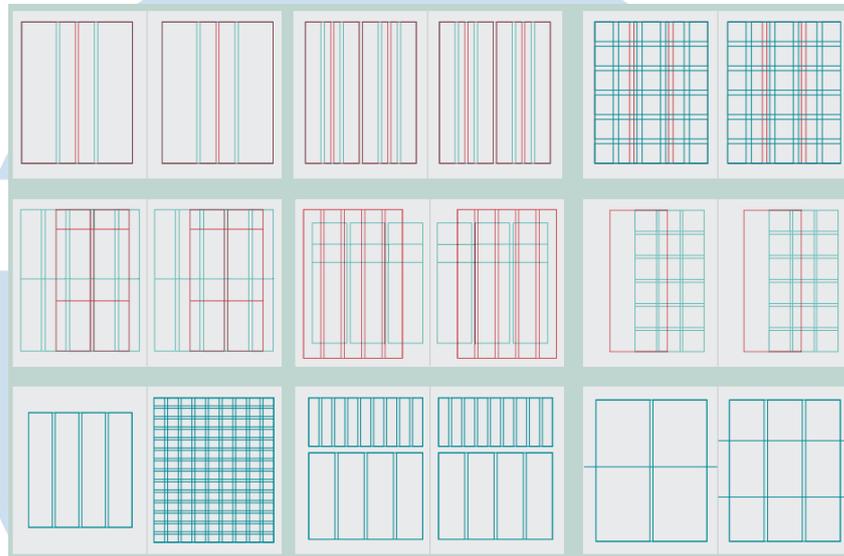
Gambar 2.24 *Hierarchical grid*
Sumber: Samara (2017)

Grid ini disusun berdasarkan informasi yang dipaparkan, dan dipaparkan secara hirarkis atau berurut. *Grid* ini tidak memiliki lebar kolom yang bervariasi sesuai kebutuhan,

2.6.5 *Compound grid*

Compound grid adalah penggunaan lebih dari satu *grid* secara langsung di dalam sebuah proyek (baik per bagian maupun dalam satu *page*

spread) untuk mencapai tampilan spesifik tertentu dan untuk mengatasi masalah konten.



Gambar 2.25 *Compound grid*
Sumber: Samara (2017)

Konten dapat dibagi agar konten yang berbeda ada di *grid* yang berbeda, atau bisa juga konten disebarakan saja di sepanjang pembagian di beberapa grid berbeda tersebut.

2.7 Ilustrasi

Ilustrasi dalam Bahasa Inggris adalah ‘illustrate’. Kata tersebut memiliki akar kata dari bahasa Latin ‘illustrare’, yang memiliki arti ‘illuminate’. Illuminate sendiri artinya menerangi, sehingga dapat disimpulkan bahwa ilustrasi digunakan untuk memperjelas atau meningkatkan pemahaman orang tentang sesuatu, misalnya tentang suatu tema ataupun konsep. Yueying Chu (2018), menyatakan bahwa ilustrasi adalah gambaran visual pembantu teks yang memiliki fungsi yaitu agar orang lebih terpicat atau tertarik terhadap subjek yang ditampilkan.

2.7.1 Jenis Ilustrasi

Male (2017) membagi ilustrasi menjadi 2 jenis, yaitu ilustrasi literal dan ilustrasi konseptual.

1) Ilustrasi literal

Ilustrasi literal, seperti namanya, merupakan ilustrasi yang menggambarkan keadaan sebenarnya dari suatu objek atau subjek yang digambar. Gambarnya akurat terhadap realita, dan bahkan ketika menggambarkan adegan fantasi, adegannya tetap kredibel.

2) Ilustrasi konseptual

Ilustrasi konseptual merupakan ilustrasi yang menggunakan metafora ataupun penggambaran ilustrasi berdasarkan ide ataupun konsep. Gambar-gambar tersebut mungkin mengandung unsur realitas, tetapi secara keseluruhan mengambil bentuk yang berbeda. Contohnya mungkin termasuk diagram, komposit, surealisme, distorsi atau abstraksi yang ekstrem.

2.8 *Microtransactions*

Dikutip dari Chandler (2020) *microtransactions* adalah sebuah model bisnis dimana pemain *game* dapat menggunakan uang asli untuk membeli barang virtual yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna di dalam *game*. Sedangkan, menurut Tomic (2017) *microtransactions* adalah semua pembelian tambahan yang dilakukan di dalam *game*, dimana kebanyakan *game* tersebut pada dasarnya diberikan secara gratis.

2.8.1 Tipe *Microtransactions*

Ada banyak tipe *microtransactions* di dalam *game*. King dkk. (2020) membagi tipe *microtransactions* menjadi 2 tipe, yaitu *appearance-based* dan *functional goods*. Selain itu, ada kategori *microtransactions* ketiga yang kontroversial dan sering dibicarakan, yaitu *loot boxes*.

1) *Appearance-based*

Appearance-based microtransaction adalah barang virtual yang berhubungan dengan penampilan dalam *game*. Berdasarkan riset-riset terdahulu, kustomisasi karakter dalam *game* meningkatkan hubungan antara pemain dan avatar mereka, yang mengarah pada peningkatan identifikasi (Dolgov dkk., 2014).

2) *Functional goods*

Functional goods adalah barang-barang virtual dan bonus-bonus yang dapat dibeli untuk meningkatkan peluang kesuksesan atau performa seorang pemain di dalam *game*. *Functional goods* juga disebut sebagai *pay-to-win goods* (Zendle dkk., 2020).

3) *Loot boxes*

Loot boxes adalah barang virtual yang dapat ditukarkan dengan barang virtual lain secara acak, dimana barang virtual langka kemungkinannya kecil untuk didapatkan sehingga dapat menyebabkan pemain untuk menghabiskan uang yang banyak untuk mendapatkannya (McCaffrey, 2019).

2.8.2 Regulasi *Microtransactions* di Indonesia

Dalam hukum Indonesia, dikutip dari Luthfan (2021), *microtransactions* di dalam *game* termasuk dalam UU ITE, UU Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah, namun peraturan-peraturan tersebut semuanya tidak spesifik. UU ITE yang dimaksud adalah Undang-Undang No.11 Tahun 2008, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang menyatakan bahwa “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. UU Perdagangan yang dimaksud adalah Undang-undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, yang mendefinisikan perdagangan melalui Sistem Elektronik sebagai Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Peraturan Pemerintah yang dimaksud adalah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PSME). Pasal 68 PP PSME menyatakan bahwa:

- 1) Pelaku Usaha yang mendistribusikan barang digital atau jasa digital baik berbayar maupun gratis wajib memastikan Barang

Digital atau Jasa Digital dimaksud dapat dioperasikan sebagaimana mestinya.

- 2) Dalam hal Barang Digital atau Jasa Digital sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menimbulkan kerugian bagi pengguna Barang Digital atau Jasa Digital, maka kerugian dimaksud menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
- 3) Pelaku Usaha harus memastikan Barang Digital atau Jasa Digital yang ditransaksikan bukan Barang Digital atau Jasa Digital yang dilarang oleh Pemerintah dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Walaupun peraturan-peraturan tersebut sudah ada di Indonesia, tidak ada peraturan khusus tentang sistem *microtransactions*. Dikarenakan hal tersebut, perlindungan konsumen di Indonesia berhubungan dengan *microtransaction* masih sangat minim.

2.9 Mobile Game

Mobile game adalah *game* yang dimainkan di *smartphone*. Namun, ia juga pernah didefinisikan sebagai *game* yang dimainkan di konsol *handheld* non-tradisional, yang termasuk telepon genggam, *smartphone*, dan *media player* (Unger & Novak, 2011).

2.9.1 Genre Game

Pada bukunya *Fundamentals of Game Design*, Ernest Adams (2014) menjelaskan tentang *genre-genre game*. *Genre-genre* tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Shooter game: genre game* dimana pemain mengambil tindakan dari jarak jauh, menggunakan senjata jarak jauh. Di jenis *game* ini, keterampilan dalam membidik sangatlah penting, terutama jika amunisi yang diberikan terbatas.



Gambar 2.26 Doom Eternal (Bethesda): Sebuah *Shooter Game*
 Sumber: <https://www.gameopedia.com/video-game-genres/>

- 2) *Action and Arcade game*: ini adalah *genre game* yang berisikan tantangan yang bersifat fisik, yang dapat berupa *puzzle*, balapan, serta berbagai tantangan yang melibatkan permasalahan dengan karakter-karakter dalam jumlah sedikit. Dua *subgenre* yang paling terkenal adalah *platform game* (menghindari rintangan dan melawan musuh di lingkungan vertical) dan *fighting game* (simulasi pertarungan tangan kosong).



Gambar 2.27 Super Meat Boy Forever: Sebuah *Platformer Game*
 Sumber: <https://www.gameopedia.com/video-game-genres/>

- 3) *Strategy game*: *game* jenis ini menggunakan kemampuan pemain untuk melakukan perencanaan, menyusun strategi, dan melatih logistik dalam melawan musuh untuk mencapai kemenangan.
- 4) *Role-playing game*: membiarkan pemain untuk berinteraksi dengan dunia di *game* secara lebih mendalam dan juga mendalami peran tertentu, misalnya menjadi lebih kuat seiring berjalannya waktu.



Gambar 2.28 Diablo III (Activision Blizzard): Sebuah RPG Game
Sumber: <https://www.gameopedia.com/video-game-genres/>

- 5) *Sports game*: game jenis ini biasanya diberi latar tempat di tempat-tempat yang memang berhubungan dengan olahraga, misalnya lapangan pertandingan. Game jenis ini juga biasanya bertujuan untuk mensimulasikan pertandingan olahraga asli.



Gambar 2.29 Fifa 21 (EA): Sebuah Sports Game
Sumber: <https://www.gameopedia.com/video-game-genres/>

- 6) *Vehicle simulation*: bertujuan untuk memberikan pemain perasaan seperti sedang mengendarai sebuah kendaraan dan biasanya dibuat akurat sehingga pemain dapat belajar tentang mesin-mesin di kendaraan tersebut sesuai keadaan di dunia nyata.



Gambar 2.30 Euro Truck Simulator 2 (SCS Software): Sebuah Vehicle Simulation Game

Sumber: <https://www.gameopedia.com/video-game-genres/>

- 7) *Construction and simulation game*: ini adalah jenis *game* yang membiarkan pemain membangun barang, misalnya sebuah kota, dalam keterbatasan ekonomi.
- 8) *Adventure game*: cerita interaktif yang biasanya bercerita tentang karakter yang dikontrol oleh pemain *game* tersebut yang merupakan protagonis dari cerita di *game*.
- 9) *Puzzle game*: *game* untuk memecahkan teka-teki, biasanya Jenis teka-teki yang ditawarkan termasuk mengenali pola, membuat deduksi logis, atau memahami suatu proses.

2.9.2 Fungsi Game

Adams (2014) membagi fungsi *game* menjadi sebagai berikut:

- 1) Hiburan: kebanyakan *game* sifatnya hiburan dan hanya untuk bersenang-senang saja.
- 2) Edukasi dan pelatihan: *game* edukasi yang baik adalah yang membuat orang belajar tentang sesuatu tanpa mereka sadar bahwa mereka sedang belajar.
- 3) Simulasi dan pembelajaran: *game* simulasi seperti simulasi penerbangan mereproduksi proses penerbangan seakurat mungkin dengan limitasi perangkat dan teknologi yang ada.
- 4) Media persuasi: bisa digunakan untuk mempromosikan suatu produk ataupun untuk menyampaikan pesan dari sudut pandang tertentu.
- 5) *Game* untuk kesehatan dan pertumbuhan: *game* seperti Wii Fit membantu orang agar tidak bosan saat melakukan terapi fisik, dan *game* juga dapat digunakan untuk membantu orang mengontrol stress mereka.