

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Game Digital*

Game adalah sebuah struktur interaktif yang memberikan pemain tujuan dan juga tantangan untuk mencapainya. *Game* memiliki beberapa ciri-ciri, yaitu *game* dapat diikuti secara sukarela, memiliki tujuan, memiliki konflik, memiliki aturan dan memiliki kondisi menang kalah (Schell, J. 2020. h.42). Dengan perkembangan zaman, *digital game* berkembang dengan berbagai macam format. *Game* digital memiliki potensi dalam membuat sebuah dunia dengan karakter dan *environment* yang lebih interaktif (Fullerton, 2019, h. 1)

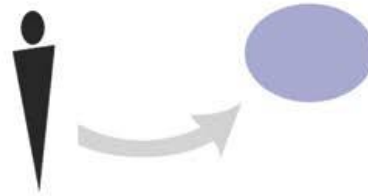
2.1.1 Elemen *Game*

Elemen formal dapat membantu desainer dalam memahami struktur dalam mendesain suatu pengalaman bermain di *game*. Elemen formal ini dapat membuat pemain tertarik dalam *game* dan membiarkan mereka membentuk koneksi emosional dengan *game*. Berikut merupakan beberapa elemen formal yang dijabarkan, yaitu:

1. *Players*

Dalam bermain *game*, pemain harus menerima batasan dan aturan *game* secara sukarela. Jika mereka sudah menerimanya, maka pemain dapat melakukan aksi yang mereka tidak akan pernah lakukan di dunia nyata atau aksi yang mencerminkan *value ideal* mereka. *Game* membutuhkan *invitation to play* sebagai bagian awal dari *game*. Di *game digital*, *invitation to play* adalah hal yang teknis seperti adanya tombol *play* atau *cutscene prolog*. Desainer juga perlu menentukan berapa banyak pemain yang bisa bermain dalam *game*, apa peran mereka dan apakah mereka akan berkompetisi, bekerja sama atau keduanya. Selain itu, desainer juga perlu mempertimbangkan *interaction patterns*. Beberapa di antaranya adalah:

- A. *Single-player versus Game*, pemain akan bermain seorang diri dan melawan sistem atau *game* yang telah dirancang oleh desainer sebelumnya.



Single Player vs. Game

Gambar 2.1 *Single-player versus game*
Sumber: Fullerton, 2019

- B. *Multiple Individual Players versus Game*. pola interaksi ini memiliki kemiripan dengan *Single-player versus game*. Namun pada pola interaksi ini, sekelompok pemain melawan sistem tanpa berinteraksi satu sama lain.

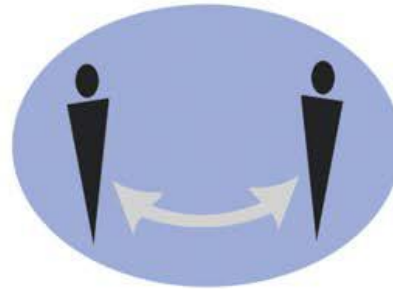


Multiple Individual Players vs. Game

Gambar 2.2 *Multiple Players versus Game*
Sumber: Fullerton, 2019

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

C. *Player versus player*, pada pola interaksi ini, pemain dapat melawan pemain lain secara *one on one*.



Player vs. Player

Gambar 2.3 *Player versus Player*

Sumber: Fullerton, 2019

D. *Unilateral competition*, pada pola interaksi ini, sekelompok dua atau lebih pemain dapat melawan seorang pemain.

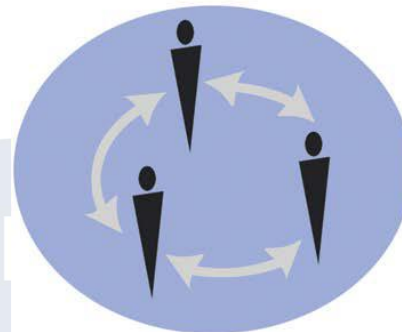


Unilateral Competition

Gambar 2.4 *Unilateral Competition*

Sumber: Fullerton, 2019

E. *Multilateral Competition*, pada pola interaksi ini, tiga atau lebih pemain saling berkompetisi dengan satu sama lain secara langsung.



Multilateral Competition

Gambar 2.5 *Multilateral Competition*

Sumber: Fullerton, 2019

F. *Cooperative Play*, dalam pola interaksi ini, sekelompok pemain dapat bekerja sama untuk melawan sistem *game*.



Cooperative Play

Gambar 2.6 *Cooperative Play*

Sumber: Fullerton, 2019

G. *Team Competition*, dalam pola interaksi ini, sekelompok pemain dapat bekerja sama untuk melawan sekelompok pemain lainnya



Team Competition

Gambar 2.7 *Team Competition*

Sumber: Fullerton, 2019

2. Objectives

Objectives dapat memberikan pemain motivasi untuk berusaha mendapatkan sesuatu. *Objectives* ini dapat memberikan tujuan kepada pemain yang dapat dilakukan dalam lingkup peraturan *game*. Dalam sisi naratif, *objectives* dapat membuat *immersion* yang dapat memperkuat aspek dramatis dan naratif dari *game*. Berikut merupakan tipe-tipe struktur *objective*:

- A. *Game* dapat memberikan objektif yang berbeda kepada pemain yang berbeda.
- B. *Game* dapat memberikan memberikan beberapa objektif dan membiarkan pemain memilih.
- C. *Game* dapat memberikan kebebasan kepada pemain akan *goals* yang ingin di capai.
- D. *Game* dapat memberikan *main objectives* didukung dengan *mini objective* sebagai progress.

Setelah memahami tipe-tipe struktur *objectives*, pemain dapat mengetahui arah dan tujuan yang harus dicapai. *Objectives* berfungsi sebagai titik acuan bermain *game* agar pemain memiliki *goals* yang jelas. Berikut merupakan kategori dari *objectives* di *game*

- A. *Capture*, untuk menghancurkan atau mengambil wilayah atau *unit* musuh. *Core idea* dari kategori ini adalah eliminasi dan dominasi.
- B. *Chase*, untuk menangkap atau melarikan diri dari musuh. Kategori objektif ini dapat dicapai dari kecepatan dan strategi.
- C. *Race*, untuk meraih garis finish sebelum musuh. Objektif ini dapat dicapai dengan skill dan strategi.
- D. *Allignment*, untuk menyusun potongan-potongan ke pola yang benar. Objektif ini dapat dicapai dengan *pattern recognition* dan logika.

- E. *Rescue or Escape*, untuk membawa karakter atau barang ke tempat aman. Objektif ini biasanya dikombinasi dengan *puzzle* dan objektif bertarung.
- F. *Forbidden Act*, mendorong lawan untuk melanggar peraturan. Contoh game yang menggunakan objektif ini adalah *Twister*, *Operation* dan *Don't Break the Ice*.
- G. *Construction*, membangun dan merawat sistem atau lingkungan. Objektif ini dapat dicapai dengan *strategic decision making* dan *resource management*.
- H. *Exploration*, untuk bergerak dan mencari sesuatu yang baru di dunia *game*. Objektif ini biasanya dikombinasi dengan pertarungan dan objektif *puzzle*.
- I. *Solution*, untuk menyelesaikan *puzzle* atau masalah. Objektif ini dapat diraih dengan analisis, logika dan *problem solving*.
- J. *Outwit*, mengalahkan lawan menggunakan pengetahuan.

3. *Rules*

Di *rules* ini, *game* akan memberikan apa yang dapat dan tidak dilakukan di *game*. Untuk *game digital*, *rules* ini kerap diberikan di tutorial. *Rules* dibuat untuk menghindari beberapa hal seperti menghindari kesalahan, menghindari perilaku yang berulang, menghindari sistem yang tidak seimbang, membuat sistem *game* yang adil dan memberikan batasan kepada pemain.

4. *Procedures*

Procedures adalah cara bermain dan cara pemain mengambil aksi untuk meraih objektif. *Procedures* di dalam *game* dapat membantu pemain dalam berinteraksi dan berprogres di *game*. Ada beberapa tipe *procedures* dalam game sebagai berikut.

- A. *Starting Action*, bagaimana cara *game* memulai permainan
- B. *Progression of Action*, *procedure* lanjutan dan *game loop* setelah *game* dimulai.
- C. *Special Action*. Aksi yang hanya tersedia di kondisi tertentu.
- D. *Resolving Actions*. Aksi yang membawa permainan ke *ending*.

5. *Resources*

Resources adalah aset yang dapat membantu pemain dalam meraih *goals*-nya. Ciri-ciri dari *resource* adalah mereka harus memiliki fungsi dan keterbatasan jumlah agar *game* tetap menantang. Ada beberapa tipe *resource* yaitu; nyawa, unit, kesehatan, uang, aksi, *power-ups*, *inventory*, *area map* khusus dan waktu.

6. *Conflict*

Conflict muncul ketika pemain berusaha untuk meraih tujuan karena adanya peraturan dan batasan yang membuat pemain tidak bisa meraih tujuan secara langsung. *Conflict* dapat menjadi elemen yang memberikan tantangan ke pemain saat bermain. Ada tiga penyebab dari *conflict* sebagai berikut.

- A. *Obstacle*, umum di *single-player* dan *multiplayer game* dapat berupa halangan secara fisik maupun secara mental berupa *puzzle*.
- B. *Opponent*, umum di *multiplayer game*. *Conflict* datang dari faktor luar yaitu pemain lain atau musuh *AI*.
- C. *Dilemmas*. *Conflict* ini biasanya muncul saat membuat suatu pilihan dengan risiko dan konsekuensi yang berbeda.

7. *Boundaries*

Boundaries atau batasan adalah hal yang membatasi apa yang tersedia dan tidak tersedia di *game*. Pemain telah menyetujui aturan dan batasan *game* sebelum memasuki permainan sehingga mereka berada di dalam *magic circle*. Keberadaan batasan ini dapat memberikan kesan keamanan karena permainan bersifat sementara dan pemain memiliki opsi untuk meninggalkan *game*. Maka dari itu, desainer harus memberikan petunjuk yang jelas dimana *game* mulai dan berakhir agar pemain dapat memahami kapan mereka memasuki dunia *game* dan kembali ke dunia nyata.

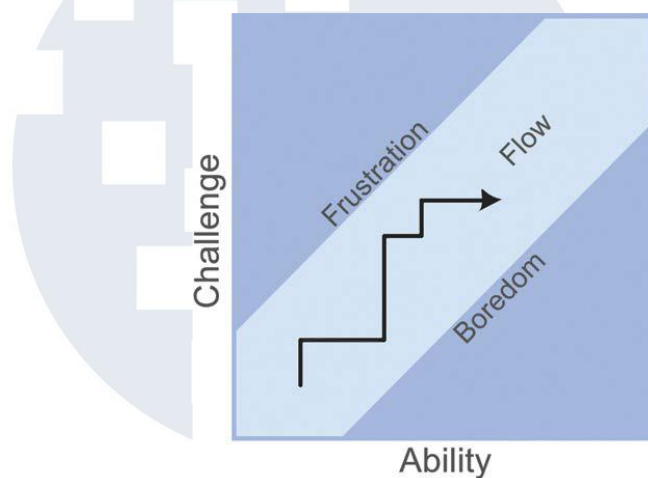
8. *Outcome*

Dalam sebuah *game*, membuat *outcome* yang tidak menentu dapat membuat pemain merasa penasaran dan terus memainkan *game*. Namun, tidak semua *game* memiliki *outcome* menang kalah atau mendapatkan *ending*. *Game* tersebut dapat memberikan *reward* kepada pemainnya melalui *progress*, eksplorasi, cerita dan pencapaian.

Dari teori di atas, dapat disimpulkan bahwa elemen formal memiliki peran penting dalam merancang alur *game* dan mekanik yang dapat memberikan pengalaman bermain yang terarah. Elemen ini mencakup dari siapa pemainnya, bagaimana mereka akan bermain, apa objektifnya, aturan dan batasan yang berlaku, pertimbangan sumber daya hingga bagaimana *outcome*-nya. Berbeda dari elemen formal yang membentuk struktur permainan, elemen dramatis diperlukan untuk membangun pengalaman secara emosional dan memperkuat imersi pemain (h.97). Berikut merupakan beberapa aspek dari elemen dramatis.

1. Challenge

Challenge atau tantangan dalam sebuah *game* adalah ketika pemain harus menyelesaikan konflik agar mendapatkan hasil yang pemain inginkan. *Challenge* digunakan untuk memberikan tekanan dengan memberikan *challenge* yang meningkat seiring berjalannya *game*. Dalam membuat tantangan yang baik, desainer harus menyeimbangkan kemampuan pemain dan tingkat kesulitan dari *game*.



Gambar 2.8 Teori *Flow*
Sumber: Fullerton (2019)

Teori Flow Csikszentmihalyi menawarkan *framework* yang membantu dalam memahami keseimbangan ini. Ketika tantangan dan kemampuan pemain meningkat, pemain akan memasuki fokus dan *enjoyment* yang lebih dalam. Dalam membangun kondisi *flow* ini, desainer perlu untuk membuat tingkat kesulitan yang sesuai dengan kemampuan pemain. Setelah pemain mulai terbiasa, *game* dapat menambahkan tantangan secara bertahap (h.98).

2. *Play*

Aktivitas *play* atau bermain dibutuhkan agar pemain dapat berinteraksi dan bergerak maju di dalam *game*. *Play* yang menarik dapat dicapai dengan memberikan pemain ruang untuk memilih, eksplorasi dan berimajinasi. Kebebasan ini dapat memberikan kesempatan kepada pemain untuk bereksperimen di *game* (h. 102). Hal ini akan membantu mereka dalam meraih objektif dan menyelesaikan masalah yang ada. Setiap pemain memiliki keinginan dan preferensi *play* yang berbeda-beda (h. 104). Berikut merupakan jenis-jenis pemain.

- A. *The Competitor*: ingin menjadi yang terbaik dari pemain lainnya.
- B. *The Explorer*: menyukai petualangan dan ingin tahu dunia luar.
- C. *The Collector*: suka mengkoleksi, memiliki atau melengkapi sesuatu. Hal tersebut dapat berupa barang, penghargaan atau pengetahuan.
- D. *The Achiever*: menikmati pencapaian dan tantangan dalam meningkatkan kemampuannya
- E. *The Joker*: tidak menganggap *game* dengan serius, lebih mencari kesenangan secara sosial.
- F. *The Artist*: termotivasi dengan kreativitas dan kreasi.
- G. *The Director*: suka mengarahkan dan mengontrol jalannya permainan.
- H. *The Storyteller*: suka membangun atau hidup di dunia imajinasi dan fantasi.
- I. *The Performer*: suka menampilkan atau menunjukkan sesuatu ke orang lain.
- J. *The Craftsman*: ingin membangun, merancang atau memecahkan *puzzle*.

3. *Premise*

Premise dapat digunakan sebagai pemberi konteks naratif yang menjelaskan aksi pemain di dalam *game*. *Premise* dapat membantu dalam menjelaskan *setting*, peran pemain, motivasi, objektif dan titik mula awalnya cerita. *Premise* yang kuat dapat membangun motivasi bermain dan pengalaman emosional yang lebih kuat serta mendukung *immersion* dan *flow* dalam bermain (h. 105).

4. *Character*

Dalam *game*, karakter dapat digunakan untuk membantu pemain memahami situasi dan inti dari cerita dalam *game* melalui aksi karakter dalam meraih tujuan dan menghadapi masalahnya (h. 108). Keberadaan karakter dapat memberikan pengalaman yang personal dan emosional kepada naratif dan *gameplay*. Seorang karakter dapat dibentuk atau dikenal melalui apa yang mereka katakan dan lakukan, bagaimana penampilan mereka dan apa opini orang lain terhadapnya. Ada dua tipe karakter dalam suatu cerita yaitu protagonis, karakter utama dari *game* dan antagonis, pihak yang melawan objektif protagonis. Selain itu, karakter dapat dikelompokkan menjadi dua tipe berdasarkan dari pengaruhnya kepada jalannya cerita yaitu karakter *major* dan karakter *minor* (h. 109).

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

5. *Story*

Story atau cerita di sebuah *game* berkembang dari titik awal hingga akhir seiring berjalannya permainan. *Story* dapat digunakan untuk melibatkan pemain secara emosional sebagai dampak dari *story* tersebut. *Story* dapat diimplementasikan dengan berbagai macam cara. Ada beberapa *game* menggunakannya hanya sebagai *backstory* sehingga *story* tidak memiliki pengaruh ke *gameplay*. Beberapa *game* juga memberikan *story* dengan pilihan yang bercabang atau *story* dapat berkembang dari karakter. Namun, terdapat beberapa *game* yang mengkombinasikan *story* dengan *gameplay*. Penggunaan *story* tersebut dapat memperkuat keterlibatan emosional pemain dengan perannya di dalam *game* tersebut.

Dalam membuat cerita, menentukan sudut pandang atau *point of view* dapat memberikan perbedaan. *Point of view* dapat dibedakan dengan kata ganti yang digunakan seperti *first person PoV* menggunakan ‘aku’ atau ‘saya’, *second person PoV* menggunakan ‘kamu’ atau ‘Anda’ dan *third person PoV* menggunakan ‘dia’ atau ‘ia’. Perbedaan yang diberikan pada *first person PoV* adalah cerita dapat memberikan pengalaman yang personal dan dekat kepada pembaca dari karakter utama yang menceritakan ceritanya sendiri. Pada *second person PoV*, narator berbicara langsung ke pembaca, memberikan informasi apa yang mereka rasakan dan lakukan di dalam cerita. Terakhir, *Third Person*, narator dapat dibedakan menjadi dua yaitu *Omniscient*, narator mengetahui perasaan dan pikiran semua karakter dan dapat melompat ke tempat dan ke waktu yang berbeda serta *Limited*, narator hanya menceritakan perasaan dan pikiran dari satu karakter (BBC Maestro, 2022).

6. *World Building*

Membangun dunia fiksi yang detail dan mendalam dapat memberikan potensi jangka panjang dari cerita yang disampaikan. *World building* dapat dibangun melalui membuat dunia yang lebih detail seperti peta dan sejarahnya, kultur, bahasa, keadaan politik dan ekonomi dan lainnya. Dari *world building* yang efektif, suatu cerita dapat berkembang dan dieksplor tidak hanya di satu karya namun ke *sequel* atau medium lain.

7. *Dramatic Arc*

Dalam membangun pengalaman emosional untuk pemain, elemen dramatis yang diperlukan adalah *conflict*. *Conflict* dapat dibangun melalui *Dramatic Arc* yang biasanya memiliki struktur cerita yaitu pertama, *Conflict*. Pada tahap ini, cerita menunjukkan *goals* protagonis dan usahanya dalam meraih *goals*. Namun, ada sesuatu yang menghalanginya. Kedua, *Rising Action*, tekanan cerita mulai meningkat. Ketiga, *Climax*, dimana *Major turning point* terjadi. Keempat, *Falling Action*, terlihatnya dampak dari *turning point* dan cerita mulai mereda. Terakhir, *Resolution*, konflik terselesaikan.

Hal yang dapat disimpulkan dari teori diatas adalah pertimbangan *challenge* yang tepat dapat membangun *flow* dan *enjoyment* yang mendalam. Sedangkan, *play* dapat memberikan ruang bagi pemain untuk bereksperimen. *Premise*, *story* dan *character* dapat memberikan konteks narasi dan ikatan emosional terhadap *game*. *World building* memperkuat dunia naratif serta *dramatic arc* dapat mengatur alur dari konflik hingga resolusi. Dari elemen dramatis yang sudah dijabarkan. kombinasi antara mekanik, narasi dan juga unsur dramatis adalah hal yang penting agar *game* dapat memiliki pengalaman yang lebih bermakna.

2.1.2 Interaktivitas

Interaktivitas di media *digital* adalah suatu cara pengguna berkomunikasi dengan mesin atau perangkat lunak yang digunakan. Interaktivitas dapat berupa menu, navigasi atau *user interface* lainnya. *User interface* membantu pengguna dalam menggapai tujuan dalam menggunakan perangkat lunak (Tidwell, 2020, h. 2).

1. *Interaction Types*

Menurut Sharp, dkk. (2023, h. 82), ada beberapa tipe interaksi yang akan menentukan *user experience* dari suatu produk maupun aplikasi. Interaksi-interaksi ini berputar kepada interaksi pengguna dengan sistem. Berikut empat tipe interaksi utama yaitu:

A. *Instructing*

Ketika pengguna memberikan instruksi ke sistem. Hal ini dalam dilakukan dengan beberapa cara, seperti menggunakan satu atau beberapa tombol, memberikan gestur, memberikan perintah verbal, ataupun dengan memilih opsi dari navigasi atau menu. Salah satu keuntungan dari *Instructing* adalah interaksi ini cepat dan juga efisien. Tipe interaksi ini biasanya digunakan untuk pekerjaan yang berulang seperti menghapus, menyimpan dan mensortir berkas

B. *Conversing*

Conversing atau yang biasanya disebut dengan *Conversational User Interface (CUI)* adalah bentuk interaksi ketika pengguna melakukan sebuah percakapan dengan sistem melalui antarmuka atau melalui input teks. Interaksi ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menyampaikan perintah atau respons secara langsung kepada sistem. Sistem kemudian akan merespon percakapan tersebut dalam bentuk teks.

C. *Manipulating*

Manipulating adalah ketika pengguna melakukan interaksi manipulasi objek menggunakan pengetahuan dan analogi dengan objek fisik dari dunia nyata (h. 86). Interaksi ini dikenal sebagai *Direct Manipulation*, dimana pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan antarmuka perangkat. *Direct Manipulation* memiliki beberapa fungsi yang mendukung kemudahan dan kejelasan interaksi pengguna. *Direct Manipulation* memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- Membantu pemula untuk mempelajari fungsi utama dengan cepat.
- Membantu pekerja handal untuk bekerja lebih cepat di pekerjaan yang lebih kompleks atau besar.
- Membantu pengguna yang tidak aktif untuk mengingat cara kerja sistem seiring berjalannya waktu.
- Menghindari atau mencegah kesalahan perintah dari pengguna.
- Menunjukkan langsung ke pengguna bagaimana aksi mereka dapat membawa mereka ke tujuan yang mereka ingin capai.
- Mengurangi kecemasan pengguna dalam berekspresikan di dalam sistem.
- Membantu pengguna meningkatkan kepercayaan diri dan rasa kontrol dalam sistem.

D. *Exploring*

Exploring adalah ketika pengguna bergerak secara virtual maupun fisik. Tipe interaksi ini memberi kesempatan kepada pengguna untuk mencari informasi dan berinteraksi dengan dunia sekitarnya, memanfaatkan pengetahuan mereka dalam bernavigasi di dunia nyata (h.87). Tipe interaksi ini banyak digunakan untuk bersosialisasi, belajar sesuatu, ataupun diaplikasikan ke dalam gim.

E. *Responding*

Responding adalah ketika sistem memberikan peringatan dan informasi tanpa diminta oleh pengguna. Tipe interaksi ini dapat mendorong pengguna dalam berinteraksi lebih sering dengan sistem, dibandingkan dengan ketika interaksi hanya terjadi jika ada permintaan pengguna (h. 88). Informasi yang dapat diberikan ke pengguna bertujuan untuk menarik perhatian berupa informasi yang faktual dan penting seperti peringatan atau notifikasi pesan, atau informasi yang menarik dan menghibur.

F. *Interactive actions and commands*

Pengguna dapat mengambil langkah dan memanfaatkan perintah untuk memenuhi tujuan pengguna. Kebanyakan dari pengguna telah terbiasa dan beradaptasi mengenai bagaimana cara mengambil langkah di aplikasi dari pengalaman pengguna sebelumnya di aplikasi lain sehingga mendesain langkah aksi yang universal dapat membantu pengguna dalam mempelajari cara kerja aplikasi dengan lebih cepat. (Tidwell, 2020:375) Berikut merupakan beberapa *actions* yang banyak digunakan oleh pengguna:

a. *Tap, swipe, pinch*

Gestur jari menjadi cara utama pengguna dalam menggunakan perangkat mobile dan aplikasinya. Ada berbagai macam cara untuk mengoperasikan perangkat mobile melalui layar sentuh. Ketiga cara utama yang paling sering digunakan adalah *Tap*, *Swipe*, dan *Pinch*. *Action Tap* dilakukan untuk menekan tombol, ikon, maupun objek yang ada di layar sentuh. *Action Swipe* biasanya digunakan untuk menggeser layar. Sedangkan *Pinch*, biasanya digunakan untuk mengontrol pandangan atau *zoom* (h. 377).

b. *Rotate and Shake*

Perangkat *mobile* dapat memberikan kesempatan kepada pengguna untuk memberikan perintah melalui aksi memutar atau menggoncangkan perangkat. Gestur ini dapat memberikan opsi interaksi tanpa memerlukan visual *UI*. Memutar *device* dari orientasi *potrait* ke *landscape* umum digunakan untuk melihat *view* yang lebih luas untuk foto atau video (h. 378).

c. *Buttons*

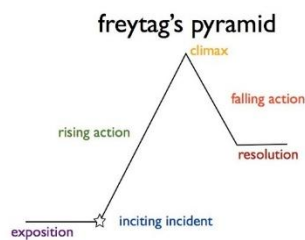
Buttons memberikan cara kepada pengguna dalam berinteraksi dengan sistem dengan visual yang intuitif, *direct*, *visible* dan mudah dimengerti. *Buttons* biasanya ditata secara berkelompok untuk menjaga kesatuan. Untuk penggunaan di *game*, tombol *Play* yang berukuran besar di main menu adalah implementasi *UI* yang baik dan sesuai (h. 378).

d. *Drag and drop*

Drag and drop ini menawarkan pengguna untuk berinteraksi dengan sistem seakan-akan berinteraksi dengan benda fisik. Tipe aksi ini memiliki dua aksi utama yaitu menggerakkan objek atau memasang sesuatu ke objek. Dalam implementasi *game*, aksi ini dapat digunakan untuk mengatur *item*, *inventory* atau menggabungkan *object* (h. 384).

2.1.3 *Storytelling*

Aristotle membagi *storytelling* menjadi beberapa konsep berdasarkan efek yang diberikan kepada penonton di teater. Konsep-konsep *storytelling* ini memiliki dampak besar di drama dan sastra barat, bahkan masih diterapkan hingga di *storytelling* modern (Smed, dkk., h. 26). Salah satu dari konsep tersebut adalah *plot tragedy*. Aristotle menekankan bahwa diperlukan adanya perubahan nasib yang drastis (*metabasis*) dalam membuat *tragedy*. Terdapat dua elemen penting dalam membangun alur cerita tragedi yaitu *Recognition*, ketika karakter menyadari sesuatu yang sebelumnya tidak diketahui dan *Reversal*, titik balik cerita.



Gambar 2.9 *Freytag's Dramatic Arc*
 Sumber: <https://writers.com/freytags-pyramid>

Kemudian, *Freytag's dramatic arc* dikembangkan dari ide gagasan *plot tragedy*. *Freytag's dramatic arc* diawali dengan menceritakan kondisi awal (*initial force*), diikuti plot yang mulai menegangkannya (*rising action*), mencapai puncak masalah (*climax*), kejatuhan atau konsekuensi yang mulai terlihat dari puncak masalah (*fall*) hingga menuju ke penyelesaian yang tragis (*catastrophe*). Berbeda dengan *story*, *narrative* adalah gabungan dari *story* (cerita) dan *discourse* (cara kejadian tersebut dipilih dan disajikan) sehingga *narrative* dapat diartikan sebagai materi cerita yang sudah disiapkan oleh desainer sebelum dimainkan (h. 6).

2.1.4 Elemen *User Experience Game*

Gamifikasi dapat membuat aktivitas yang membosankan menjadi aktivitas yang menyenangkan dengan memanfaatkan insting manusia untuk terlibat dalam sebuah permainan (Kapp, 2012, h. 10). Elemen-elemen permainan ini dapat meningkatkan keterlibatan dan motivasi pengguna. Pendekatan ini dapat menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan menyenangkan.



Gambar 2.10 *MDA Framework*
 Sumber: Leblanc, dkk (2004)

Namun dalam *MDA Framework*, desainer dan pemain memandang game dari arah yang berbeda. Dari sudut pandang desainer, *mechanics* memberikan *system dynamic* dan pengalaman *aesthetic* tertentu. Sedangkan dari sudut pandang pemain, kesan awal permainan dibentuk dari *aesthetic*, kemudian *dynamics* yang dirasakan dari *mechanics* yang dimainkan (Leblanc, dkk. 2004). *MDA Framework* ini dibuat sebagai jebatan dari sistem game yang kompleks dan sulit untuk diprediksi. Berikut merupakan elemen dari *MDA Framework*.

2.1.3.1 Mechanics

Mechanics adalah prosedur dan aturan formal yang ada di dalam game. *Mechanics* ini menjabarkan tujuan dari game, apa yang bisa dan tidak bisa dicapai oleh pemain di game dan apa yang terjadi jika pemain mencoba untuk melakukan aktivitas tersebut. Dengan konten game lain seperti level dan aset visual, *mechanics* dapat mendukung jalannya *gameplay dynamics*.

2.1.3.2 Dynamics

Dynamics adalah bagaimana *mechanics* berjalan ketika pemain berinteraksi dengan game dalam memberi *input* dan bagaimana respons sistem selama permainan berlangsung. Interaksi tersebut membentuk alur permainan yang dirasakan oleh pemain. *Dynamic* berjalan untuk membuat pengalaman *aesthetic*.

2.1.4.3 Aesthetics

Aesthetics adalah elemen yang mencakup respon emosional pemain yang dirasakan saat bermain game. Dengan menggunakan salah satu dari tipe *aesthetic*, desainer dapat mengidentifikasi jenis pengalaman utama yang ingin diwujudkan. Berikut merupakan jenis *aesthetics* dalam perancangan game.

1. *Sensation*, game sebagai pemuas indra
2. *Fantasy*, game sebagai dunia imajinatif
3. *Narrative*, game sebagai drama
4. *Challenge*, game sebagai rangkaian tantangan

5. *Fellowship, game* sebagai tempat bersosialisasi
6. *Discovery, game* sebagai eksplorasi wilayah baru
7. *Expression, game* sebagai ekspresi diri
8. *Submission, game* sebagai pengisi waktu

2.1.5 Elemen *User Interface Game*

User interface adalah tampilan *software* yang berfokus pada desain estetika yang bertujuan untuk mempermudah pengalaman pengguna dalam menggunakan *software* tersebut. Desainer perlu mempertimbangkan hardware control di seluler akan dimanfaatkan dalam merancang *user interface* untuk perangkat seluler. Hal ini dikarenakan layar seluler memiliki tipe layar yang kecil dan ruang kontrol yang lebih terbatas (Sharp, dkk., 2023, h. 226). *User interface* memiliki komponen-komponen yang saling mendukung satu dengan lainnya.

2.1.1.1 Prinsip Desain

Prinsip desain adalah hal yang fundamental dalam membuat komposisi visual. Prinsip desain terdiri dari *hiearchy, allignment, unity* dan *space* atau yang dapat disingkat dengan *HAUS* (Landa, 2019, h. 25). Prinsip ini dapat membantu desainer dalam membuat struktur visual yang menarik.

1. *Hierarchy*

Hierarchy dapat mengarahkan apa yang pengguna lihat pertama, kedua dan ketiga. Hal ini dapat ditentukan oleh ukuran, posisi dan kontras dari konten yang ditunjukkan, desainer dapat mengontrol mata pengguna saat melihat komposisi. *Hierarchy* yang baik adalah yang dapat mengambil perhatian mata pengguna secara langsung.

2. *Alignment*

Alignment adalah struktur dasar dari komposisi yang menentukan bagaimana elemen visual bisa saling berhubungan. *Alignment* yang baik membuat urutan dan visual yang saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Desainer dapat membuat *alignment* dengan menggunakan grid (h. 26) untuk mempertahankan *unity* dalam menata berbagai jenis konten dimulai dari gambar, video dan teks.

3. *Unity*

Unity terjadi disaat suatu komposisi visual terlihat satu kesatuan secara harmonis, walaupun komposisi visual tersebut terdiri dari komponen visual yang berbeda-beda. *Unity* bisa dibuat melalui repetisi dan konsistensi warna, bentuk, *typeface*, tekstur atau pola. Selain itu, desainer dapat membuat *unity* dengan mengatur *placement* dan *proximity* (h. 27).

4. *Space*

Space terjadi ketika adanya jarak antar komponen visual yang membentuk suatu ilusi (Landa, 2019, h. 28). *Space* ini dapat dibentuk dengan *positive space* yang diisi dengan elemen-elemen visual. Sedangkan *negative space* adalah area kosong yang tetap mengisi komposisi karena pola yang dibentuk oleh *positive space*.

Dari teori diatas, Landa menjelaskan bahwa prinsip desain yang telah dijabarkan dapat membantu dalam membuat komposisi visual yang kuat. Prinsip-prinsip tersebut berperan dalam mengarahkan elemen visual agar tersusun secara harmonis dan efektif. Prinsip ini dapat diaplikasikan ke ilustrasi dan media sekunder yang akan dibuat di perancangan.

2.1.1.2 Warna

Warna memiliki peran yang penting di dalam media interaktif karena perannya yang dapat memberikan arti, simbolisme dan dapat memberikan dampak ke pengguna secara emosional dan perilaku (Griffey, 2020, h. 127). Warna memiliki kemampuan untuk memicu respon, memberikan simbol dan membuat suasana tertentu berdasarkan dari intensitas dan *value* dari warna yang digunakan (Adams, 2020, h. 34). Kedua pernyataan tersebut menunjukkan fungsi warna yang dapat menyampaikan informasi ke pengguna. Berikut merupakan makna-makna warna yang bisa diinterpretasikan, yaitu:

A. Merah



Gambar 2.11 Warna Merah

Warna merah merupakan warna yang dominan secara visual dibandingkan dengan warna lainnya. Warna merah dapat diasosiasikan secara positif dengan cinta, energi, antusiasme, kegembiraan, kekuatan dan semangat. Warna merah juga dapat diasosiasikan secara negatif dengan agresi, kemarahan, kejahatan dan pertarungan (Adams, 2017, h. 26).

B. Kuning



Gambar 2.14 Warna Kuning

Warna kuning merupakan warna yang pertama kali dilihat oleh mata. Warna kuning dapat diasosiasikan secara positif dengan intelek, pengetahuan, optimisme, kesenangan dan cahaya. Sedangkan secara negatif, warna kuning dapat diasosiasikan dengan peringatan, kekecutan dan kebohongan.

C. Biru



Gambar 2.15 Warna Kuning

Warna biru dapat memberikan efek relaks dan meningkatkan fokus. Warna biru dapat diasosiasikan secara positif dengan pengetahuan, kedinginan, kedamaian, maskulinitas, kesetiaan, keadilan dan kepintaran. Sedangkan untuk makna negatif, warna biru dapat diasosiasikan dengan depresi, apatis dan perpisahan.

D. Hijau



Gambar 2.16 Warna Hijau

Warna hijau sering diasosiasikan dengan tanaman dan lingkungan alam. Warna hijau memiliki makna positif pertumbuhan, penyembuhan, alam, harmonis, kejujuran dan kemudahan. Sedangkan makna negatif dari hijau adalah iri dengki, keserakahan, perasaan mual dan racun (h. 28).

E. Ungu



Gambar 2.17 Warna Ungu

Warna ungu sering diasosiasikan secara positif dengan kemewahan, kebijaksanaan, imajinasi, kecanggihan, inspirasi, kekayaan, kebangsawanan dan kemistisan. Warna ungu dapat diasosiasi secara negatif dengan kekejaman dan kegilaan

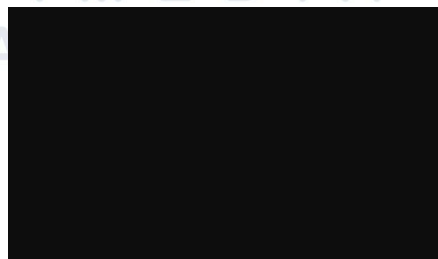
F. Oranye



Gambar 2.18 Warna Oranye

Warna oranye dapat diasosiasikan secara positif dengan musim gugur, citrus, kreativitas, keunikan, energi, stimulasi, sosiabilitas, kesehatan, kekonyolan dan kehidupan. Sedangkan untuk makna negatif, oranye diasosiasikan dengan kekasaran dan kelantangan

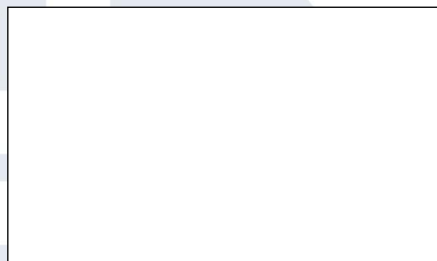
G. Hitam



Gambar 2.19 Warna Hitam

Warna hitam dapat diasosiasikan secara positif dengan kekuatan, otoritas, keberatan, elegansi, formalitas, keseriusan, keheningan, martabat dan misteri. Sedangkan untuk makna negatif, warna hitam diasosiasikan dengan ketakutan, hal negatif, kejahatan, rahasia, duka, penyesalan dan kekosongan (h. 30).

H. Putih



Gambar 2.20 Warna Putih

putih dapat diasosiasikan secara positif dengan kesempurnaan, pernikahan, kebersihan, kebaikan, kepolosan, keterangan, kelembutan, kesucian, kesederhanaan dan kebenaran. Sedangkan untuk makna negatif, warna putih diasosiasikan dengan kerapian dan isolasi

I. Abu-abu

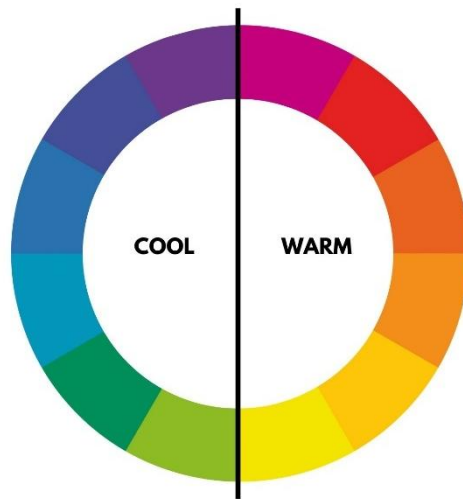


Gambar 2.21 Warna Abu-abu

Warna abu-abu dapat diasosiasikan secara positif dengan keseimbangan, keamanan, dapat diandalkan, kerendahan hati, klasisme, kedewasaan, kecerdasan dan kebijaksanaan. Sedangkan untuk makna negatif, abu-abu diasosiasikan dengan kurangnya komitmen, ketidakpastian,

ketidakstabilan emosi, cuaca berawan, usia tua, kebosanan, keraguan, cuaca buruk dan kesedihan.

Selain itu, warna juga dapat memberikan dampak yang berbeda berdasarkan suhu warna, yaitu warna hangat dan warna dingin. Warna yang hangat cenderung menonjol dan mencolok dalam suatu bidang. Sedangkan warna dingin, cenderung memberikan efek mengisi ruang serta dapat memberikan kedalaman (*depth*) dalam suatu bidang (Rhyhne, 2025, h.89).



Gambar 2.22 Cool dan Warm Color Wheel
Sumber: <https://aseasonforhome.com/warm-colors-v.....>

Sedangkan menurut Griffey (2020, h. 127), sensasi warna dapat dipengaruhi oleh posisinya di *color wheel*. Untuk warna yang dingin seperti biru, ungu dan hijau dapat memberikan kesan relaks atau tenang. Sedangkan warna hangat seperti merah, oranye, dan kuning memberikan kesan yang energik yang dapat menjadi alasan mengapa iklan atau tombol dengan warna hangat dapat memicu interaksi dan perhatian pengguna. Namun penggunaan jenis warna ini dapat disesuaikan tergantung dari konteks atau tujuan desain yang ingin dirancang.

Dari teori diatas, warna memiliki makna positif dan negatif, bergantung dari konteks yang ingin digunakan. Selain itu, jenis warna

dingin dan hangat tidak hanya dapat memberikan kesan emosional yang berbeda pada pengguna. Namun juga dapat memberikan fungsi yang berbeda secara visual.

2.1.1.2 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah gambar yang memiliki peran dalam membantu menyampaikan suatu konsep. Dalam membaca sesuatu, ilustrasi dapat membantu mengkomunikasikan isi bacaan dan menyimpulkan informasi. Selain itu, ilustrasi juga berfungsi untuk menarik perhatian pembaca untuk membaca bacaan (Houston, 2016, h. 19). Ilustrasi memiliki beberapa kategori sebagai berikut.

A. Editorial Illustration

Editorial illustration merupakan kategori ilustrasi yang luas dan memberikan kesempatan yang tidak terbatas. Editorial Illustration biasanya dirancang untuk koran, majalah, buku, cover CD dan poster. Dalam merancang ilustrasi kategori ini, ilustrator dapat merancang gambar sesuai konsep dengan memberikan warna, semiotika dan hierarki (h. 20).



Gambar 2.23 Ilustrasi *Editorial*
Sumber: <https://www.creativeboom.co...>

B. Advertising Illustration

Advertising illustration dibuat untuk mempromosikan suatu produk seperti ilustrasi *fashion*.

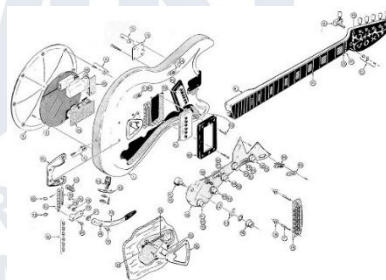
LOEWE



Gambar 2.24 Ilustrasi *Advertising*
Sumber: <https://www.behance.net/g...>

C. Technical Illustration

Technical illustration adalah kategori ilustrasi untuk kebutuhan panduan, manuals dan ilustrasi medis. Untuk menjadi ilustrator di kategori ini, diperlukan keahlian ilustrasi yang khusus karena kekomplekan ilustrasi



Gambar 2.25 Ilustrasi *Technical*
Sumber: <https://graphicdesignthoughts....>

D. Comics and Graphics Novels

Walaupun *comics* dan *graphic novels* itu merupakan kategori ilustrasi, namun kategori ini juga memiliki bidang atau porsinya tersendiri.



Gambar 2.26 *Comics and Graphics Novel*
Sumber: <https://www.kqed.org/mindshif...>

1. Desain karakter

Menurut Bishop, dkk. (2022, h. 54) mendesain karakter, penting untuk mempertimbangkan bentuk apa yang digunakan dalam desain dan kesan apa yang diberikan dari bentuk tersebut. Memberikan bentuk ke desain karakter dapat membantu menceritakan atau menonjolkan kepribadian dari karakter. Ketika bentuk dasar dari karakter telah ditentukan, detail tambahan seperti warna dapat digunakan untuk meningkatkan tampilan karakter. Berikut merupakan tiga bentuk dasar karakter:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

A. *The circle*

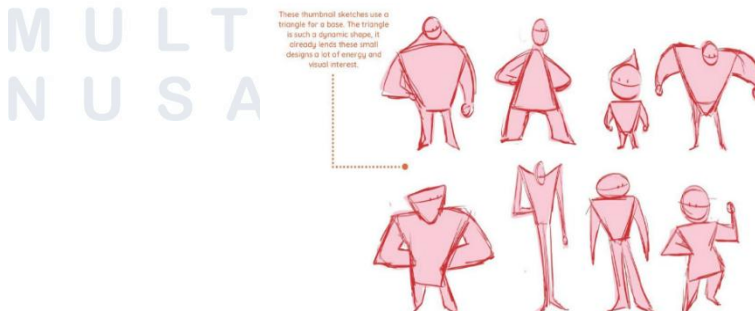
Bentuk lingkaran memberikan kesan penuh kehidupan, energi dan menciptakan kesan utuh, koneksi dan kesederhanaan. Menggunakan lingkaran di desain karakter dapat menunjukkan bahwa karakter terbuka, ramah dan aman.



Gambar 2.27 Desain Karakter *The Circle*
Sumber: Bishop (2022)

B. *The triangle*

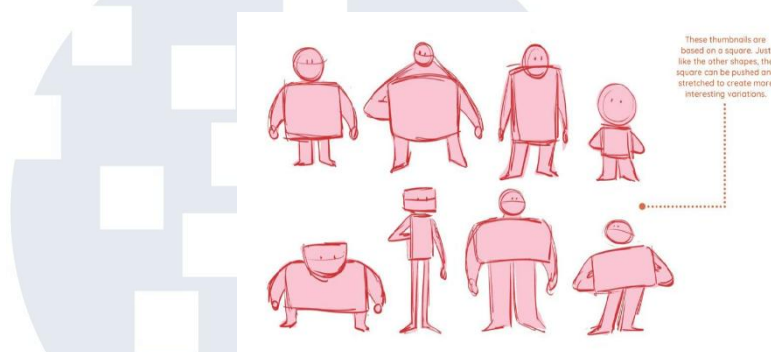
Segitiga memberikan kesan energi, semangat dan bahaya. Bentuk ini juga dapat menyampaikan kesan kemarahan dan tekanan. Segitiga atau bentuk tajam lainnya seringkali digunakan untuk karakter antagonis. Namun, bentuk ini dapat digunakan untuk memberikan kesan kekuatan dan kepercayaan diri



Gambar 2.28 Desain Karakter *The Triangle*
Sumber: Bishop (2022)

C. *The square*

Bentuk persegi dapat memberikan kesan kokoh, teguh, berat dan berkepribadian membosankan. Bentuk ini tidak melambangkan kesan yang mencolok. Persegi seringkali digunakan untuk membuat karakter yang keras kepala, *humble* dan percaya diri.



Gambar 2.29 Desain Karakter *The Square*
Sumber: Bishop (2022)

Dari teori ilustrasi di atas, ilustrasi memiliki bermacam gaya. Setiap gaya ilustrasi digunakan dengan tujuan yang berbeda. Selain itu, dalam merancang sebuah karakter yang baik, *Shape Language* dapat membantu desainer dalam menyampaikan sifat dan trait mereka melalui bentuk tubuh karakter.

2.1.1.3 Tipografi

Mayoritas dari media *digital* interaktif mengandung teks yang membuat pemilihan tipografi dapat menjadi hal yang penting. Tipografi dapat memengaruhi persepsi pengguna, memengaruhi kegunaan dan juga keterbacaan (Griffey, 2020, h. 121). Berikut merupakan beberapa klasifikasi *typeface*, yaitu:

1. *Serif*

Typeface serif memiliki karakteristik garis kecil dan lekukan di ujung hurufnya. Jenis *typeface* ini umum digunakan untuk teks berjumlah banyak. Lekukan dari garis kecil dari serif mengarahkan pembaca dari huruf ke huruf, membuat pengalaman membaca lebih tidak melelahkan (h. 266).



Serif

Gambar 2.30 Contoh *Serif*
Sumber: <https://www.litmus.com/b...>

2. *Sans serif*

Typeface sans serif tidak memiliki garis di ujung huruf-hurufnya. Tipe *typeface* ini memiliki kesan yang lebih *modern* dan memiliki keterbacaan yang baik bahkan pada ukuran yang kecil. Dengan demikian, *sans serif* seringkali digunakan untuk *user interface* (h. 267). Selain itu, *typeface* ini memiliki readability yang baik untuk anak karena desain karakternya yang berbeda antar huruf (Wilkins, A., dkk, 2009)



Sans Serif

Gambar 2.31 Contoh *Sans Serif*
Sumber: <https://www.litmus.com/b...>

3. *Display*

Typeface display adalah *typeface* dirancang untuk digunakan pada ukuran yang besar. *Typeface* ini efektif untuk menyampaikan identitas visual dan makna sebuah merek, judul, atau logo. Namun *typeface* ini kurang sesuai untuk *user interface* maupun teks dalam jumlah yang banyak. Hal ini dikarenakan *typeface display* dapat membuat mata mudah lelah dan kehilangan keterbacaannya ketika ukurannya diperkecil (h. 268).



Gambar 2.32 Contoh *Display*
Sumber: <https://www.litmus.com/b...>

4. *Monospace*

Typeface monospace memiliki huruf-huruf dengan lebar yang sama secara horizontal. *Typeface* ini banyak digunakan di masa awal perkembangan komputer dan di interface layar *LED*, interface dengan angka sebagai konten primer dan interface yang belum memiliki cara yang canggih untuk merender teks.



Gambar 2.35 Contoh *Monospaced*
Sumber: <https://www.litmus.com/b...>

Tipografi dapat menjadi media komunikasi yang lebih baik daripada isi teksnya karena bentuk dari tipografi yang baik dapat menyampaikan emosi, makna dan informasi. Selain itu, pilihan tipografi juga memengaruhi kenyamanan dan keterbacaan, terutama bagi pembaca anak. Menurut Hunt (2020, h. 155), mayoritas anak yang memiliki penglihatan bagus dan pembeli buku anak lebih memilih *font* dengan ukuran yang besar. Selain itu, buku anak juga menggunakan *spacing* lebih besar untuk meningkatkan *legibility* untuk anak dalam membaca.

2.2 Cerita Rakyat

Cerita rakyat adalah cerita yang diturunkan secara lisan dari generasi ke generasi di suatu daerah (Yuliana, 2023, h. 2). Dari cerita tersebut, terdapat nilai budaya dan moral yang terkandung di dalamnya (h.4). Namun karena diturunkan secara lisan, terdapat perubahan versi dari jarak waktu dan jarak lokasi.

2.2.1 Fungsi Cerita Rakyat

Menurut Rukayah (2018, h. 34), cerita rakyat memiliki beberapa fungsi, empat fungsi di antaranya, yaitu:

1. Sarana hiburan.

Cerita rakyat seperti legenda, mitos dan dongeng berperan membawa pendengar ke dalam dunia yang berbeda serta memberikan pengalaman imajinatif yang tidak ditemukan kehidupan sehari-hari.

2. Sarana pendidikan moral.

Cerita rakyat menyampaikan amanat dan pesan moral yang dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran karakter dan moral bagi pembacanya.

3. Membangun rasa kecintaan dan loyalitas pada tanah kelahiran.
Penyebaran cerita rakyat dapat memperkuat rasa kesetiaan, kebersamaan dan identitas daerah bagi Masyarakat yang menjadi pemilik cerita tersebut.
4. Memperkuat budaya sosial budaya setempat.
Cerita rakyat dapat membantu menjaga budaya dan norma sosial budaya bermasyarakat. Melalui pesan moralnya, cerita rakyat seringkali memberikan contoh larang yang tidak boleh dilakukan, memberikan pedoman untuk berperilaku yang sesuai dengan etika kehidupan bermasyarakat

Dari teori di atas, dapat disimpulkan bahwa cerita rakyat tidak hanya memiliki fungsi naratif namun juga sebagai pendidikan karakter dan nilai budaya. Dalam menyampaikan cerita rakyat, teori ini dapat memberikan alasan bahwa perancangan dirancang untuk memberikan pengalaman yang menarik dan dapat menyampaikan pesan moral dengan baik.

2.2.2 Jenis-jenis Cerita Rakyat

Menurut Rukayah (2018, h. 34) cerita rakyat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Mitos (mite)

Kata Mitos diambil dari Bahasa Yunani *mythos*, mitos merupakan cerita yang mengisahkan dewa-dewa atau tokoh manusia yang dipercaya kebenarannya dan kesaktiannya oleh masyarakat setempat. Kisah ini umumnya berlatar di dunia lain atau di masa lampau, digunakan sebagai panduan hidup yang berisi nasihat kehidupan. Melalui kisah-kisah mitos, pembaca seolah-olah turut terlibat dan merasakan dari kekuatan-kekuatan alam yang digambarkan.

2. Legenda

Kata legenda diambil dari bahasa Latin *legere*, legenda adalah cerita yang diyakini benar-benar terjadi. Legenda sering kali menceritakan tentang peristiwa sejarah atau tokoh terkenal namun detail dari cerita berkemungkinan akan berubah karena cerita yang diturunkan dari mulut ke mulut. Legenda seringkali melibatkan cerita tokoh manusia, terkadang mereka memiliki kekuatan yang spesial atau bantuan dari makhluk magis dan berlatar di tempat yang terkenal atau familiar di masa kini. Menurut Rukayah (2018, h. 35), legenda dibagi menjadi empat kelompok, yaitu: legenda keagamaan, legenda kegaiban, legenda perseorangan dan legenda lokal

3. Dongeng

Menurut KBBI, dongeng adalah kisah yang tidak pernah benar-benar terjadi. Sedangkan menurut Ensiklopedia Indonesia, dongeng adalah cerita yang tidak masuk akal atau mengandung keanehan. Dongeng awalnya berkembang dari bangsa Thailand, kemudian meluas ke berbagai negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Dongeng tidak hanya dijadikan media hiburan, tapi juga sebagai media ekspresi diri dan ruang berimajinasi (h. 35).

Dari teori di atas, legenda Situ Bagendit dapat masuk ke dalam klasifikasi legenda lokal. Teori ini memberikan pemahaman bahwa dalam perancangan legenda Situ Bagendit ada elemen tokoh manusia yang terkadang memiliki kemampuan magis dan berlatar di tempat yang familiar di masa kini.

2.2.3 Legenda Situ Bagendit

Legenda Situ bagendit adalah legenda yang menceritakan asal- usul danau Bagendit di Kabupaten Garut, Jawa Barat. Ada beberapa versi cerita yang beredar di masyarakat namun cerita memiliki pola cerita, awalan dan akhir yang sama. Dari buku *Legenda Situ Bagendit* karya dari Tim S.M.I.L.E. (2019), legenda ini mengisahkan tokoh bernama Nyai Endit, seorang janda tua kaya raya dan tidak mempunyai anak yang tinggal di wilayah utara Garut. Di desa itu, terdapat tanah yang subur dan wilayah yang kaya akan hasil panen. Walaupun begitu, para warga desa hidup jauh dari kata berkecukupan akibat keserakahan Nyai Endit. Ia menjadi orang yang kikir dan serakah karena warisan yang ditinggalkan oleh mediang suaminya Nyai Endit enggan untuk membantu warga yang hidup kekurangan, bahkan tak segan untuk mengusir mereka dengan kasar.

Pada suatu hari, ada seorang nenek tua yang membawa tongkat datang ke rumah Nyai Endit yang sedang bersantai menghitung hartanya. Nenek tua yang sedang kelaparan itu memohon sedikit makanan ke Nyai Endit. Merasa kesal, Nyai Endit mengusir nenek itu dengan memanggil pengawal untuk membawa nenek itu keluar. Pengawal Nyai Endit menyeret dan mengusir nenek tersebut dengan kasar hingga tongkat yang dibawanya tertinggal dan tertancap di tanah rumah Nyai Endit. Setelah nenek itu pergi, Nyai Endit menyadari keberadaan tongkat yang tertancap. ia dan pengawalnya mencoba untuk mencabut tongkatnya tersebut namun usahanya mereka semua tak kunjung berhasil. Tidak lama kemudian, nenek tersebut kembali dan menegur Nyai Endit bahwa ia adalah orang yang tidak pernah bersyukur dan tidak peduli dengan orang sekitar yang membutuhkan bantuannya. Nenek tersebut menyebutkan bahwa ia adalah jawaban dari do'a warga yang sengsara karna ulah Nyai Endit.

Akhirnya nenek tua itu mencabut tongkatnya. Seketika, air keluar dari lubang tongkat yang ada di tanah Nyai Endit secara perlahan. Dengan panik, Nyai Endit berusaha membawa dan menyelamatkan hartanya. Namun, usahanya sia-sia karena air dengan cepat memenuhi rumah dan wilayahnya.

Pengawal-penyawalnya melarikan diri dan tidak ada warga yang membantunya. Nyai Endit teriak meminta pertolongan namun semua itu sia-sia. Pada akhirnya, Nyai Endit tenggelam bersama harta-hartanya di desa tersebut dan terbentuklah danau yang bernama Situ Bagendit. Ada banyak pesan moral yang bisa didapat dari cerita tersebut. Menurut Nurlela (2023, h. 11), legenda Situ Bagendit menyampaikan beberapa pesan moral seperti perilaku dermawan, kebaikan, peduli terhadap sesama dan perhatian terhadap omongan sendiri.

2.3 Anak dan Literasi *Digital*

Generasi *alpha* adalah generasi anak tahun kelahiran dari 2010 hingga 2024 (McCrindle, 2021). Sehingga di tahun ini, usia mereka berada di kisaran <15 tahun. Generasi *alpha* adalah generasi yang paling terhubung dengan dunia *digital* dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Hal ini dikarenakan saat generasi *alpha* lahir, media *digital* terutama sosial media berkembang dengan pesat sehingga mereka tumbuh dengan mendapat banyak pengaruh dari teknologi yang canggih. Penelitian menunjukkan bahwa generasi *alpha* berusia dua tahun telah memiliki kemampuan menguasai layar sentuh dan bernavigasi ke berbagai aplikasi di dalam gadget (Turk, 2017). Kedekatan generasi *Alpha* dengan media *digital* tidak menghilangkan kebutuhannya terhadap bacaan yang sesuai dengan tahap perkembangannya. Oleh karena itu, diperlukan pedoman yang dapat menyesuaikan bacaan dengan target pembacanya.

Jenjang pembaca adalah klasifikasi yang dibagi berdasarkan kemampuan membaca seseorang sebagai acuan dalam menyesuaikan buku dengan pembacanya. Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (2022), berikut merupakan acuan Jenjang Pembaca, yaitu:

Tabel 2.1 Tabel Klasifikasi Jenjang Pembaca

Klasifikasi	Usia	Jenjang	Kemampuan kosakata dan struktur bahasa
Pembaca mahir	>16 tahun	E	Menggunakan kosakata sederhana dan akrab untuk jenjang E, >900 kosakata, menggunakan variasi kalimat tunggal dan majemuk, variasi paragraf

			(narasi, deskripsi, eksposisi, argumentasi dan persuasi) dan bentuk paragraf (deduktif dan induktif)
Pembaca Madya	13-15 tahun	D	Menggunakan kosakata sederhana dan akrab untuk jenjang D, >600 kosakata, menggunakan variasi kalimat tunggal dan majemuk, variasi paragraf (narasi, deskripsi, eksposisi, argumentasi dan persuasi) dan bentuk paragraf (deduktif dan induktif)
Pembaca Semenjana	10-12 tahun	C	Menggunakan kosakata sederhana dan akrab untuk jenjang C, >300 kosakata, menggunakan variasi kalimat tunggal dan majemuk, variasi paragraf (narasi, deskripsi, eksposisi, argumentasi dan persuasi) dan bentuk paragraf (deduktif dan induktif)
Pembaca Awal	8-10 tahun	B-3	Menggunakan kosakata sederhana dan akrab untuk jenjang B, 100-200 kosakata, menggunakan kata, frasa, klausa, kalimat tunggal, kalimat majemuk setara dan paragraf sederhana
Pembaca Awal	7-9 tahun	B-2	Menggunakan kosakata sederhana dan akrab untuk jenjang B, 25-100 kosakata, menggunakan kata, frasa, klausa, kalimat tunggal dan kalimat majemuk setara
Pembaca Awal	6-8 tahun	B-1	
Pembaca Dini	0-7 tahun	A	Menggunakan kosakata sederhana dan akrab untuk jenjang A, diksi berupa kata umum, 5-20 kosakata, Menggunakan kata, frasa, klausa atau kalimat tunggal

Dari teori di atas, generasi *alpha* adalah generasi dan dekat dengan teknologi. Namun, mereka tetap membutuhkan media baca yang sesuai dengan perkembangan kognitif mereka. Oleh karena itu, jenjang pembaca dibuat agar konten membaca dapat sesuai dengan target pembaca.

2.4 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dilakukan untuk mengetahui penelitian serupa yang terdahulu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami topik penelitian lebih dalam. Penelitian relevan akan berfokus kepada hasil penelitian dan kebaruan yang diberikan.

Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Buku Cerita Bergambar Legenda Situ Bagendit dari Jawa Barat sebagai Salah Satu Sarana Pendidikan Karakter pada Anak 4-7 tahun	Juanita Gunawan, Drs. Hartono Karnadi, Luri Renaningtyas	Merancangan buku cerita bergambar legenda Situ Bagendit untuk anak 4-7 tahun.	Menggunakan gaya <i>booble head</i> dan karikatural dengan gabungan teknik fotografi dan <i>digital imaging</i> di perancangan.
2.	Analisis Unsur Intrinsik Legenda Situ Bagendit	Analisis Unsur Intrinsik Legenda Situ Bagendit	Analisis unsur instrinsik legenda Situ Bagendit untuk menggali nilai luhur dan makna yang terkandung di dalam cerita.	Menjabarkan simbolisme, nilai moral dan budaya yang ada di legenda Situ Bagendit mulai dari tokoh, alur, latar hingga amanat legenda.
3.	Perancangan Animasi Cerita Rakyat <i>Situ Bagendit</i> Sebagai Media Pembelajaran Karakter untuk Anak Usia Dini	Rachadian Azi Kusumah	Merancang animasi cerita rakyat Situ Bagendit.	Membuat media ajar animasi dengan Teknik <i>tweening</i> dan <i>in-betweening</i> untuk mempercepat proses produksi dan memberi ruang eksplorasi untuk anak. Bahasa yang berkarakter dan nilai budaya dari cerita ini juga ditonjolkan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa legenda Situ Bagendit memiliki nilai moral dan budaya yang kaya. Nilai moral ini baik untuk diajarkan ke anak-anak yang berada di dalam masa-masa emas untuk belajar pendidikan karakter. berkomunikasi melalui visual adalah salah satu cara untuk

menyampaikan kepada anak. Dalam menargetkan anak-anak, media yang dirancang perlu ada kebaruan yang menyenangkan untuk anak karena kecenderungan anak untuk mudah merasa jenuh. Tiga penelitian ini menekankan pentingnya melestarikan legenda Situ Bagendit dan pentingnya pemilihan media perlu pertimbangan target audiens.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA