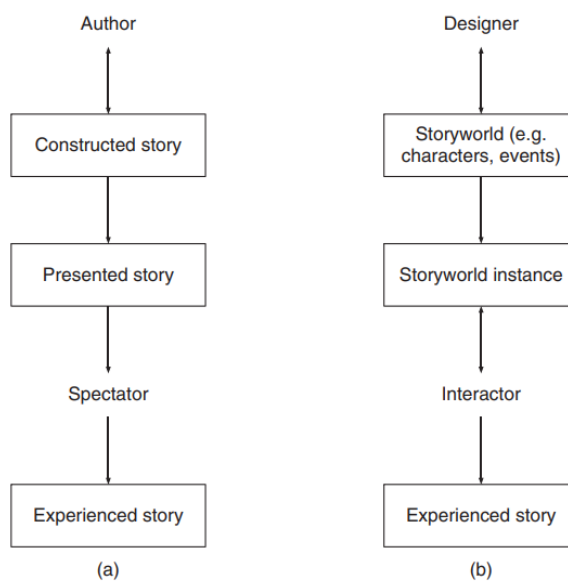


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Interactive Storytelling*

Interactive storytelling merupakan suatu proses dinamis dimana audiens dapat berintervensi, mengubah, memainkan serta dengan demikian berinteraksi dengan suatu dongeng, melalui cara mendongengnya (Crawford, 2012, h.46). Smed dkk. (2021, h.4) mengatakan bahwa *interactive storytelling* merujuk diantara *conventional storytelling* dan *simulation*. Perbandingan antara *interactive storytelling* dengan *conventional storytelling* pada gambar berikut.



Gambar 2.1 Perbandingan *Conventional Storytelling* & *Interactive Storytelling*

Sumber: <https://www.researchgate.net/figure/interactive-Storytelling-Spectrum...>

Pada gambar 2.1, dijelaskan bahwa pada *conventional storytelling*, interaksi terbatas terjadi antara penulis dan cerita pada fase konstruksi. Setelah cerita selesai dibuat, cerita tersebut disampaikan kepada audiens tanpa adanya interaksi, sehingga tidak ada *feedback loop* yang terjadi. Sedangkan *interactive storytelling* menempatkan audiens sebagai interaktor yang berperan penting dalam cerita. Desainer mengembangkan *storyworld* atau dunia cerita, dimana cerita dapat dihasilkan dan dapat dialami berdasarkan pilihan yang dipilih oleh audiens.

2.1.1 Spektrum *Interactive Storytelling*



Gambar 2.2 Spektrum *Interactive Storytelling*

Sumber: <https://www.researchgate.net/figure/interactive-Storytelling-Spectrum...>

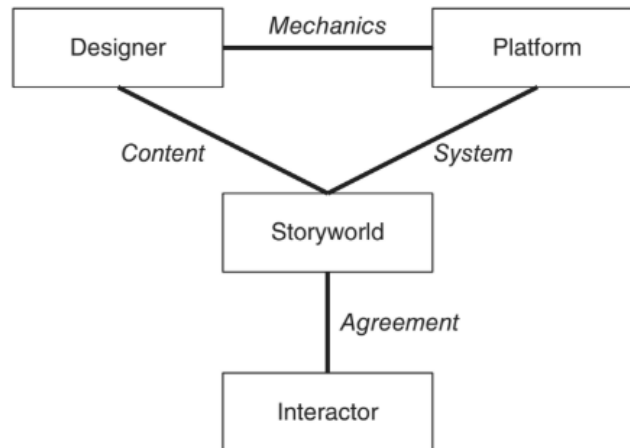
Berdasarkan Lebowitz & Klug (2011, h.119), spektum *interactive storytelling* dapat diilustrasikan seperti pada gambar 2.2. Dari sisi kiri spektrum, dimulai dengan bentuk *storytelling* yang paling tradisional, tidak berubah serta non-interaktif. Semakin bergerak ke sisi kanan dari spektrum, cerita mulai terbuka serta bersifat *player-driven*, dimana pada ujungnya pemain memiliki *control* secara keseluruhan terhadap cerita.

Salah satu spektrum dari *interactive storytelling* merupakan *interactive traditional stories*, dimana ia memungkinkan pemain untuk dapat memiliki derajat kebebasan dalam berinteraksi dengan dunia dan karakter. Meskipun seberapa besar kontrol pemain miliki dalam gim & cerita, cerita utama tidak bisa dirubah dengan cara apa pun yang signifikan (Lebowitz & Klug, 2011, h.121).

2.1.2 Elemen Dasar *Interactive Storytelling*

Smed dkk. (2021, h.4) menjelaskan bahwa ada beberapa elemen yang terdapat pada *interactive storytelling*, yakni *interactor*, *narrative* dan *interaction*. Dengan mewujudkan suatu *storyworld*, desainer menyediakan karakter, *props* serta *event* yang bersifat eksternal. Melalui adanya *storyworld* serta pilihan yang ditentukan oleh *interactor* dapat menimbulkan cerita, dimana ia dialami oleh *interactor* nya.

2.1.2.1 *Interactor*



Gambar 2.3 Peran *Interactor* Sebagai *Partakers* Dalam *Interactive Storytelling*
Sumber: Handbook on Interactive Storytelling (2021)

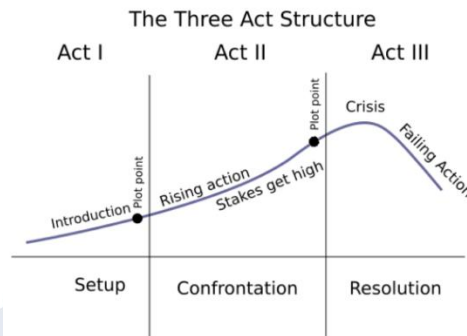
Dalam suatu *interactive storytelling*, terdapat 2 tipe *partakers* atau peserta inti pada *interactive storytelling*, yakni yang membuat karya (desainer) dan yang mengalami dalam karya tersebut. *Interactor* berupa tipe *partaker* yang secara utama mengalami cerita tersebut saat narasi tersebut diceritakan. Berdasarkan gambar 2.3, dilampirkan relasi *partakers* antara sesama dalam *interactive storytelling*. Pada gambar dijelaskan bahwa platform berperan dalam menyediakan desainer dengan mekanik yang dapat diimplementasikan dengan konten, dimana ia juga berfungsi sebagai sistem untuk menjalani dunia cerita. Konten yang dibuat oleh desainer dimasukkan pada dunia cerita dimana *interactor* dapat berinteraksi dalam dunia cerita, dimana ia berperan serta juga menjadi karakter dalam dunia cerita (Smed dkk., 2021, h. 5-6).

2.1.2.2 Narrative

Abbott (2002, h.16) menjelaskan bahwa *narrative* atau naratif merupakan representasi dari peristiwa, dimana ia terdiri dari *story* dan *narrative discourse*. *Story* atau cerita dimaksud sebagai peristiwa atau urutan kejadian sedangkan *narrative discourse* merupakan peristiwa-peristiwa tersebut sebagaimana diceritakan. Smed dkk (2021, h.6) memiliki pandangan bahwa *narrative* merujuk kepada materi yang tidak dapat diubah dimana ia disediakan kepada *interactor* dalam dunia cerita.

Berdasarkan buku *Screenplay* ditulis oleh Syn Field (2005, h.20), terdapat suatu struktur dasar linear yang mengandung semua elemen atau bagian dari alur cerita pada tempatnya, dimana ia dapat menciptakan suatu bentuk skenario. Prinsip dari suatu struktur dapat dikaitkan dengan makna dari katanya sendiri, yakni *structure*. Dalam bahasa Inggris, kata *structure* memiliki kata dasar dalamnya, yakni kata *struct*. Kata *struct* memiliki 2 definisi, dimana makna pertamanya dimaksud sebagai untuk membangun atau untuk menyatukan sesuatu. Sedangkan definisi keduanya diartikan sebagai suatu relasi antara bagian-bagian dan keutuhan.

Dikaitkan dengan cerita, keutuhan tersebut merupakan cerita secara keseluruhan, dimana bagian-bagiannya mencakup elemen yang mewujudkan suatu cerita, seperti aksi, karakter, urutan, dialog, lokasi, dan lain-lainnya. Hubungan yang dimiliki antara keseluruhan cerita serta elemen-elemen di dalamnya membentuk cerita tersebut. Relasi tersebut berperan sebagai paradigma dari struktur dramatis, dimana ia dapat dibentuk sebagai suatu model (h.21). Paradigma tersebut dapat terbagi menjadi 3 bagian, dimana pembagian tersebut sebagai berikut:



Gambar 2.4 Paradigma *Three Act Structure*
 Sumber: <https://www.setyourmuseonfire.com/blog/lets-talk-about...>

A. *Act I: Set Up*

Act I atau dalam konteks dramatis dikenal sebagai *Set-Up* merupakan suatu unit aksi dramatis yang menyediakan cerita, menentukan karakter, memasukkan premis dramatis mengenai apa cerita tersebut, mengilustrasikan situasi atau keadaan seputar aksi tersebut serta mewujudkan relasi antara tokoh utama serta tokoh lainnya yang menghuni dalam dunia cerita (h.22-23).

B. *Act II: Confrontation*

Act II atau dalam konteks dramatis diketahui sebagai *Confrontation* merupakan suatu unit aksi dramatis yang berlaku pada akhir *Act I* sampai akhir *Act II*. Periode ini berpusat pada rintangan-rintangan yang dihadapi oleh tokoh utama yang menghalanginya dalam mencapai tujuannya, yang dapat diartikan sebagai apa yang tokoh tersebut ingin memenangkan, memperoleh, atau dicapai oleh tokoh selama berjalannya skenario. Dengan mengetahui kebutuhan dramatis yang dimiliki oleh tokoh tersebut dapat membantu dalam membuat tantangan, dimana cerita tersebut menjadi karakter tersebut, dimana ia mengatasi masalah yang dihadapi untuk memenuhi kebutuhannya (h.24-25).

C. Act III: Resolution

Act III atau dalam konteks dramatis dikenal sebagai *Resolution* merupakan suatu unit aksi dramatis yang berlaku pada akhir *Act II* sampai akhir cerita. Bagian ini merupakan unit yang menyelesaikan cerita tersebut. Bagian tersebut tidak bertindak sebagai akhir dari cerita, dimana akhir cerita terjadi dalam adegan spesifik yang menyelesaikan naskah dalam cerita (h.26).

Dalam gambar 2.4, terdapat titik pada dalam cerita disebut sebagai *plot point*. *Plot point* dimaksud sebagai suatu insiden, episode, atau kejadian yang dihubungi dengan aksi serta mengarahkannya kepada arah lain. Ia berperan dalam mendorong aksi secara maju, dari satu aksi ke aksi berikutnya (h.26). *Plot point* sendiri memiliki peran dalam perkembangan narasi utama serta menjaga alur cerita sesuai pada tempatnya. Bentuk *plot point* sendiri tidak harus berupa adegan maupun rangkaian yang besar serta dinamik, melainkan dapat berbentuk adegan yang tenang, dimana suatu keputusan dibuat yang memiliki pengaruh kepada narasi (h.27).

Dalam suatu narasi, karakter memiliki suatu peran dalam setiap cerita. Menurut Nurgiyantoro (2002, h.176), terdapat dua macam tokoh yang berperan dalam suatu cerita, yakni tokoh utama dan tokoh tambahan. Tokoh utama dideskripsikan sebagai tokoh yang dipusatkan pada cerita tersebut, dimana ia menjadi tokoh yang lebih banyak diceritakan, dimana ia dapat berperan dalam terjadinya suatu peristiwa atau tokoh yang dikenai suatu peristiwa. Sedangkan tokoh tambahan digambarkan sebagai seorang tokoh yang memiliki kepentingan utama kedua di bawah tokoh utama. Pembagian tokoh juga dapat dibagikan menjadi dua macam kelompok, yakni tokoh protagonis & antagonis (h.178). Tokoh protagonis digambarkan sebagai sosok yang dikagumi oleh pembaca cerita, dimana ia

menyimbolkan karakter dengan kepribadian yang ideal untuk pembaca. Sedangkan tokoh antagonis mendeskripsikan sosok karakter yang bertentangan dengan tokoh protagonis.

2.1.2.3 *Interaction*

Smed dkk. (2021, h.8) mendefinisikan *interaction* atau interaksi sebagai suatu aksi yang timbal, dimana aksi dari suatu entitas saling mempengaruhi sesama individu. Berkaitan dengan *interactive storytelling*, *interaction* dapat dimaksud dengan kemampuan yang dimiliki oleh *interactor* dalam mempengaruhi suatu alur cerita. Jangkauan interaktivitas pada suatu sistem berupa kumpulan pilihan yang dapat dipilih oleh pengguna tersebut.

Crawford (2013, h.37-41) menjelaskan bahwa adanya 3 faktor yang menentukan derajat interaktivitas dalam *storytelling*, yakni *speed* (kecepatan), *depth* (kedalaman) serta *choice* (pilihan). *Speed* atau kecepatan dikaitkan dengan lebih cepatnya *turnaround* terjadi, maka lebih baik kemungkinannya untuk interaksi. Lebih cepatnya *turnaround* dapat memampukan pihak-pihak yang komunikasi untuk bereaksi lebih cepat serta melihat hasil dari aksi mereka lebih cepat, sehingga memampukan keadaan “gerakan” terus menerus dari kecepatan tersebut. *Depth* atau kedalaman berfokus pada interaksi yang seolah *human-like*, dimana semakin dalam, maka semakin menyerupai manusia. Sedangkan *choice* atau pilihan memiliki 2 fokus, yakni dimana seberapa besar pilihan yang disediakan dapat memenuhi keinginan *interactor* serta kelengkapan yang dirasakan terkait dengan jumlah pilihan berhubungan dengan kemungkinan yang dapat diimajinasikan oleh para *interactor*.

Interaktivitas memiliki dua sumbu, yakni *internal-external* serta *exploratory-ontological*. Sumbu *internal-external* berfokus pada model interaksi yang dapat berbentuk *avatar* (merupakan

bagian dalam dari dunia cerita) atau *omnipresent* (merupakan bagian luar dari dunia cerita). Sedangkan sumbu *exploratory-ontological* berfokus pada pengaruh interaksi yang dilakukan oleh *interactor* yang tidak merubah peristiwa dalam dunia atau dapat merubah alur cerita dunia kepada alur alternatif lainnya (Smed dkk., 2021, h.8).

Level interaktivitas terbagi menjadi 5 level, dimana perbedaannya sebagai berikut:

A. *Peripheral Interactivity*

Interaktivitas level ini tidak mempengaruhi cerita tetapi membuat penandanya terlihat.

B. *Interactivity affecting the narrative discourse and the presentation of the story*

Konten cerita dari interaktivitas sudah ditentukan dari awal tetapi urutan dari alur cerita sangat bervariasi.

C. *Interactivity creating variations in a partly predefined story*

Interaktivitas tahap ini pada umumnya merupakan bagian dari dunia cerita serta dapat mengubah cerita mereka.

D. *Interactivity leading to real-time story generation*

Interaktivitas level ini menyediakan cerita dimana cerita tersebut tidak ditentukan dari awal, melainkan yang dihasilkan. Hal ini memungkinkan cerita untuk dapat diulang berkali-kali serta memberi kebebasan untuk menghasilkan cerita-cerita yang berbeda.

E. *Meta-interactivity*

Interaktivitas pada level ini menyediakan suatu platform, dimana dapat digunakan untuk modifikasi.

Dari teori-teori yang sudah dipaparkan sebelumnya, penulis mendapatkan bahwa *interactive storytelling* merupakan suatu penyampaian mendongeng alternatif yang dapat memampukan audiens yang membaca cerita tersebut dapat melakukan interaksi terhadap cerita yang dialami. *Interactive storytelling* sendiri memiliki spektrum, terukur dalam seberapa besar interaksi pemain memiliki pengaruh kepada dunia cerita tersebut. Secara garis besar, *interactive storytelling* terdiri dari 3 elemen dasar, yakni interaktor, narasi dan interaksi. Penerapan ini dapat diterapkan pada pemaparan cerita konten media yang dirancang oleh penulis.

2.2 UI/UX

Dalam suatu media *digital*, terdapatnya penerapan *user interface* serta *user experience* dalam desain tersebut. Penerapan tersebut membantu dalam proses perancangan tampilan serta pengalaman yang ditawarkan dari suatu media *digital*. *Breakdown* dari *user interface* serta *user experience* sebagai berikut:

2.2.1 User Interface

Menurut Stone dkk (2005, h.4), *user interface* dimaksud sebagai suatu bagian dari sistem komputer dimana pengguna dapat berinteraksi agar dapat menjalankan tugas serta mencapai tujuannya. *User interface* serta cara dalam berinteraksi dengan sistem berbasis komputer berbeda untuk setiap sistem. Sistem tersebut bergantung dengan desain *interface* tersebut, dimana sistem dapat secara gampang dipelajari serta dipakai atau malah dapat bersifat *problematic* bagi pengguna.

User interface yang baik membantu mendorong pengguna untuk dapat memiliki interaksi yang gampang, natural dan menarik dengan sistem, serta memampukan pengguna untuk dapat menyelesaikan tugas yang diperlukan. *Usability* memiliki kaitan dengan mempertimbangkan *user interface* yang baik atau buruk. Ia berperan sebagai *standard* cakupan dimana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna yang spesifik dalam menyelesaikan tugas yang tertentu dengan efektivitas, efisiensi serta kepuasan pada saat konteks penggunaan tertentu. Efektivitas merupakan ketepatan dan kelengkapan tujuan yang dicapai dalam lingkungan tertentu. Efisiensi berfokus pada sumber daya

yang dikeluarkan berhubungan dengan ketepatan dan kelengkapan tujuan yang tercapai. Sedangkan kepuasan berupa rasa kenyamanan serta penerimaan sistem kerja kepada pengguna yang terpengaruh oleh fungsinya (Stone dkk, 2005, h.6). Constantine & Lockwood (1999) menjelaskan bahwa *usability* memiliki keterkaitan dengan kepuasan pengguna, dimana pengguna yang puas memiliki kemungkinan besar akan lebih produktif.

Dalam konstruksi desain *user interface*, terdapat beberapa elemen yang diimplementasikan dalam desain. Elemen *user interface* meliputi 5 elemen, yakni *layout*, *type*, *color*, *imagery* dan *controls*. *Breakdown* dari 5 elemen *user interface* sebagai berikut:

2.2.1.1 Layout

Menurut Schlatter & Levinson (2013, h. 103), *layout* berfokus pada penempatan elemen pada struktur yang dipahami orang, serta membuat keputusan tentang dan mendefinisikan *template* untuk apa yang seharusnya ditampilkan pada layar. Membuat *layout* berdasarkan alasan yang memperhitungkan penggunaan, perilaku, serta estetika membantu membangun layar untuk dapat berkomunikasi dengan cara yang bermanfaat dan menarik. Dalam mendesain suatu *layout*, beberapa prinsip perlu diperhatikan untuk menimbulkan desain yang mudah dipahami, yakni *proximity*, *scale* dan *alignment*.

Proximity berfokus pada penempatan posisi suatu tombol yang jelas sebagai bagian dari suatu grup elemen dimana jika tidak dijelaskan dengan jelas, maka dapat menimbulkan kesulitan untuk menentukan golongan mana yang cocok dengan tombol tersebut (h.110). *Scale* dikaitkan dengan ukuran relatif dari suatu elemen, dimana ia memiliki hubungan dengan *visual weight* serta interpretasi kepentingan dan hirarki dalam *interface* (h.111). Sedangkan *alignment* diterapkan dalam menimbulkan *layout* yang terlihat terorganisir, serta juga berperan dalam mengatur informasi dan mengungkap relasi antar elemen dalam *interface* (h.111).

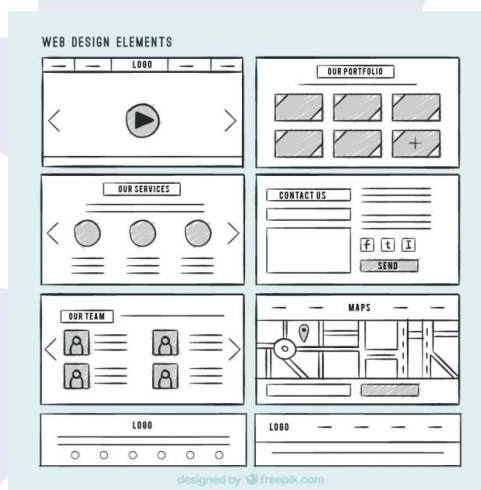
Grid merupakan suatu serangkaian garis vertikal serta horizontal tidak terlihat yang tentu, dimana ia ditetapkan kepada interval yang konsisten dimana ia menyiapkan struktur untuk *layout*. Garis *grid* menyediakan susunan modular untuk penempatan, *alignment*, serta ukuran relatif elemen. *Grid* berperan dalam menentukan aturan untuk segala elemen dalam *layout* (seperti lebar *margin*, kolom, jarak antar *item*, dan lain-lainnya), serta bagaimana semua elemen disusun untuk membimbing pandangan dalam suatu jalur tertentu dalam halaman, serta menyediakan kesempatan bagi mata untuk diam dan beristirahat (h.112).

Layout memiliki relasi terhadap 3 prinsip dasar, dimana ia mencakupi *consistency* (konstistensi), *hierarchy* (hirarki) dan *personality* (kepribadian). Menerapkan *consistency* pada *layout* membantu dalam membuat pengguna dapat dengan segera memahami sistem baru maupun yang belum dikenal. Konsistensi sendiri dari 2 macam, yakni secara internal yang berfokus pada bagaimana suatu *layout* diintegrasikan pada segala layar serta *gadget*, serta secara eksternal yang berpusat pada bagaimana *layout* aplikasi yang berkaitan maupun menyerupai menempatkan ekspektasi pada aplikasi tersebut (h.117-118). Dalam menekankan *hierarchy* konten, *layout* menciptakan urutan yang disengaja bagaimana informasi diolah terlebih dulu (h.118). Dalam menimbulkan *personality* dari suatu aplikasi, desain dari *layout* membantu dalam memperkuat kepribadian tersebut terhadap pandangan pengguna dengan identitas dari aplikasi tersebut (h.119).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

A. Wireframe

Menurut Beaird dkk (2020, h.33), *wireframe* merupakan sketsa yang sederhana atau layout dimana dilakukan rancangan desain konten-konten serta penempatannya pada suatu halaman. *Wireframe* sangat bermanfaat, dimana ia dapat memungkinkan desainer untuk memindahkan elemen-elemen dalam halaman dengan mudah serta cepat. Schlatter & Levinson (2013, h. 49) menjelaskan bahwa *wireframe* dengan warna yang sederhana seperti hitam dan putih disertai dengan suatu font yang sederhana dengan berbagai macam ketebalan dapat digunakan dalam mendefinisikan serta mengevaluasi konten, fungsionalitas serta hierarki dalam suatu halaman *website*.



Gambar 2.5 Sketsa *Wireframe Website*

Sumber: <https://www.freepik.com/vectors/website-wireframe>

2.2.1.2 Type

Beaird dkk (2020, h.167) berpendapat bahwa tipografi tidak hanya menyusun serangkaian bentuk yang sudah dikenal untuk membentuk kata, kalimat, dan paragraf. Tipografi dapat digunakan dalam berbagai substance dalam suatu *branding*, dimana ia merupakan kunci komunikasi yang tak terucapkan, serta merupakan bagian yang esensial bagi desain *website*. Beaird dkk (2020, h.182) menjelaskan bahwa tipe-tipe *font* memiliki

karakteristiknya sendiri yang unik dan mudah diidentifikasi. Tipe font memiliki kategorinya sendiri berdasarkan bentuknya, dimana pengelompokannya sebagai berikut:

A. Font Serif

Font serif merupakan tipe *font* yang memiliki *serif* pada ujung hurufnya. Tipe *font* ini dapat dikategorikan menjadi 4 kategori, yakni *old-style serif*, *transitional serif*, *modern serif* dan *slab serif*. Pada umumnya, *font serif* diasosiasikan dengan keanggunan dan kecanggihan yang abadi (h. 184-187).



Gambar 2.6 Kategori Font *Serif*
Sumber: The Principles of Beautiful Web Design (2020)

B. Font Sans-serif

Font sans-serif adalah tipe *font* yang tidak memiliki *serif* pada ujung hurufnya. Jenis *font* ini memiliki kesan yang lebih rapi serta rasa yang kontemporer. Karakteristik ini membuat *font sans-serif* sangat mudah untuk dibaca serta praktikal untuk hampir segala kegunaan (h. 187-189).

This is a
sans serif
font.

Gambar 2.7 Bentuk *Font Sans-serif*
Sumber: <https://www.postprepress.com.au/whats-the-difference-....>

C. Font Handwritten

Font handwritten merupakan tipe *font* yang memiliki ciri-ciri seolah ditulis tangan. Tipe *font* tersebut dapat bertindak sebagai simbol dari kemanusiaan, dimana ia menyampaikan kepribadian yang berwujud berdasarkan teks yang diwakilinya. (h. 189).



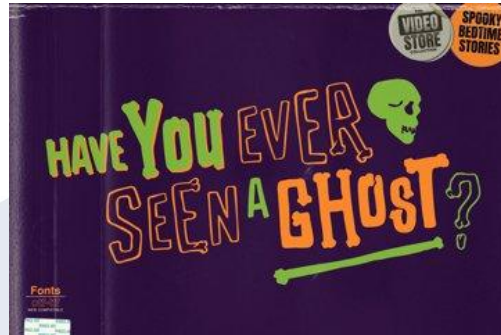
Gambar 2.8 Bentuk *Font Handwritten*

Sumber: <https://elements.envato.com/fonts/script-and-handwritten>

D. Font Novelty

Font novelty atau dikenal sebagai *font decorative* dimana jenis *font* ini dapat berperan dalam menambahkan kepribadian serta gaya pada suatu desain. *Font* jenis ini antara merupakan versi modifikasi dari *font serif* maupun *sans-serif* yang populer atau merupakan kreasi yang sangat unik dimana ia lebih baiknya

digambarkan sebagai seni konseptual dibanding sebagai tampilan *font* (h.194).

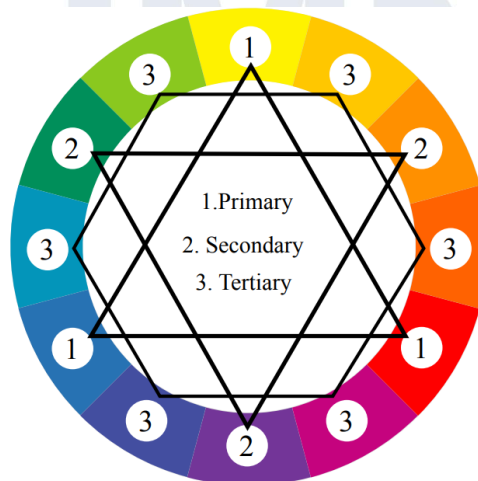


Gambar 2.9 Contoh *Font Novelty*

Sumber: <https://fontbundles.net/wings-art-studio/1730187-them-...>

2.2.1.3 *Color*

Schlatter & Levinson (2013, h.171) berpendapat bahwa *color* dapat digunakan sebagai alat yang membantu menarik perhatian. Nugroho (2008, h.1) menjelaskan bahwa setiap warna menyampaikan suatu kesan maupun identitas tertentu, walaupun persepsi tersebut bergantung kepada latar belakang dari orang yang melihat. Dalam menyediakan konsep serta terminologi mengenai teori warna, dikembangkan suatu diagram sederhana serta efisien yakni roda warna (Beaird dkk., 2020, h.94).



Gambar 2.10 Roda Warna

Sumber: *The Principles of Beautiful Web Design* (2020)

Dalam gambar 2.10, diilustrasikan bahwa dalam roda warna terdapat 3 tipe pembagian warna, yakni warna primer, warna sekunder dan warna tertier. Menurut Nugroho (2008, h.8), warna primer adalah warna-warna yang paling tangguh, dimana ia merupakan warna pokok yang berperan dalam pembuatan warna lainnya. Dikaitkan dengan gambar sebelumnya, warna primer mencakup warna merah, biru dan kuning. Sedangkan warna sekunder dimaksud sebagai warna yang diciptakan dari hasil campuran dua warna primer (h.8). Sedangkan warna tersier merupakan kombinasi antara satu warna primer dengan warna sekunder yang berdekatan (h.9).

A. Psikologi Warna

Beaird dkk (2020, h.83) menjelaskan bahwa psikologi warna merupakan suatu bidang studi yang berfokus dalam menganalisa efek emosional serta perilaku yang dihasilkan dari warna dan kombinasi warna. Dampak psikologis dari suatu warna dapat dilihat dari beberapa asosiasi, dimana respon terhadap suatu warna dibagi sebagai berikut:

1. Asosiasi Warna

Asosiasi warna dapat berupa koneksi secara emosional yang dirasakan oleh orang kepada suatu warna. Selain secara emosional, asosiasi warna juga disesuaikan berdasarkan konteks dari budaya suatu individu. Asosiasi makna dari warna sebagai berikut (Beaird dkk, 2020, h.83):

a. Merah

Warna merah memegang reputasi dalam menstimulasi adrenalin serta tekanan darah dimana ia membantu meningkatkan metabolisme manusia. Merah juga menyimbolkan rasa gairah, dramatis dan kaya (h.84).

b. Oranye

Seperti warna merah, warna oranye merupakan suatu warna yang aktif dan energetik, dimana ia berperan dalam menstimulasikan metabolisme dan nafsu makan. Walaupun ia tidak menyimbolkan rasa gairah seperti warna merah, tetapi ia lebih berarah kepada rasa kebahagiaan serta merepresentasi cahaya matahari, antusiasme dan kreativitas. Warna ini bersifat lebih informal dan kurang memiliki kesan korporat seperti merah (h.84).

c. Kuning

Kuning seperti oranye merupakan warna yang aktif serta warna yang bersifat sangat terlihat. Warna juga memiliki asosiasi dengan kegembiraan. (h.85).

d. Hijau

Warna hijau pada umumnya dikaitkan dengan alam. Secara visual, warna hijau dipandang lebih nyaman untuk dilihat serta kurang dinamis dibanding warna merah, oranye dan kuning. Warna ini bersifat menenangkan dimana ia dapat menyimbolkan pertumbuhan, kesegaran serta harapan. Selain itu, warna ini juga dapat merepresentasikan kekayaan, stabilitas dan edukasi (h.86).

e. Biru

Warna biru dapat melambangkan keterbukaan, kecerdasan serta keyakinan, dimana ia mengandung efek menenangkan. Warna tersebut juga terbukti dapat mengurangi nafsu makanan, sehingga kurang sesuai

untuk digunakan dalam mempromosikan makanan. Terkadang warna biru dapat dipandang sebagai simbol dari kesialan serta masalah. Warna ini memiliki keterkaitan dengan objek dalam realita, seperti langit dan laut. Warna biru juga dapat menyampaikan rasa stabilitas serta kejelasan tujuan (h.87-88).

f. Ungu

Warna ungu merupakan warna campuran antara warna biru dan merah, dimana ia mengandung sifat stimulasi dari warna merah serta efek menenangkan dari warna biru. Secara historis, warna ungu pada umumnya diasosiasikan dengan kerajaan dan kekuasaan. Warna ungu juga melambangkan kekayaan serta kemewahan (h.88).

g. Putih

Dalam berbagai budaya, warna putih dapat dipandang dengan makna yang berbeda. Dalam budaya Barat, warna putih dipandang sebagai warna kesempurnaan, cahaya serta kemurnian. Sedangkan dalam tradisi budaya Tionghoa, warna tersebut memiliki makna dengan kematian dan duka (h.89).

h. Hitam

Warna hitam sering dilihat memiliki konotasi negatif seperti kematian dan kejahatan, dimana ia juga dapat digunakan sebagai simbol kekuatan dan keunggulan, tergantung dengan bagaimana warna tersebut digunakan (h.90).

2. Suhu Warna

Beaird dkk. (2020, h.91) berpendapat bahwa salah satu atribut yang berlaku pada suatu spektrum merupakan suhu warna. Suhu warna sendiri terdiri dari 2 golongan, yakni warna panas dan warna dingin.

a. Warna Panas

Warna panas merupakan kelompok warna yang meliputi warna merah sampai kuning, dimana ia juga terdiri dari warna oranye, pink, coklat serta *burgundy*. Karena keterkaitan kelompok tersebut dengan matahari dan api, warna golongan tersebut diasosiasikan dengan panas serta gerak. Saat didekatkan dengan warna dingin, ia akan terlihat *pop out* serta mendominasi sehingga menimbulkan emphasis visual (h.91).

b. Warna Dingin

Warna dingin merupakan golongan warna yang meliputi warna hijau sampai biru, dimana ia juga dapat mengandung beberapa *shades* dari ungu. Warna kelompok tersebut dikaitkan dengan ketenangan serta dapat mengurangi ketegangan. Dalam suatu desain, warna dingin memiliki kecenderungan untuk *recede* (tidak dominan), dimana ia dapat digunakan dalam *background* maupun pada elemen dalam halaman yang lebih besar (h.91).

3. Chromatic Value & Saturation

Beaird dkk (2020, h.92) mendefinisikan *chromatic value* sebagai suatu ukuran dari terangnya maupun gelapnya suatu warna. Berdasarkan gambar 2.11, warna *tint* merupakan

warna yang ditimbulkan ketika ditambahkan warna putih. Sedangkan warna *shade* merupakan warna yang dihasilkan setelah ditambahkan warna hitam.



Gambar 2.11 Skala *Chromatic Value*

Sumber: <https://jasalogo.id/artikel/5-hal-tentang-kontras-dalam...>

Saturation atau saturasi merupakan kekuatan atau kemurnian dari suatu warna. Seperti pada gambar 2.12, warna yang memiliki intensitas serta keterangan tinggi cenderung menonjol, sedangkan warna yang *dull* (pudar) berperan dalam mengurangi ketegangan, serta memberikan komposisi suasana yang meditatif dan *dreamy* (h.92).



Gambar 2.12 Penggambaran Warna Kontras

Sumber: <https://shannon-brinkley.com/blogs/shannon-brinkley...>

2.2.1.4 *Imagery*

Imagery merupakan suatu alat yang berguna dalam menjawab pertanyaan, seperti penggambaran apa sesuatu itu. *Imagery* yang sesuai dapat menyampaikan pesan yang lebih lembut, seperti membantu seseorang merasa lebih terlibat atau mempertimbangkan apakah suatu aplikasi sesuai untuk mereka. *Imagery* membantu dalam mengkomunikasikan suatu informasi, bukan hanya sesuatu tentang informasi (Schlatter & Levinson, 2013, h.213).

Dalam memastikan penerapan *imagery* yang sukses, diperlukan suatu pengetahuan tentang apa yang pengguna harapkan serta menyediakan hal tersebut dalam dengan metode yang masuk akal serta menarik bagi mereka. Dengan memahami peran apa yang dapat disediakan oleh berbagai macam *imagery* serta ciri-ciri yang dimiliki membantu menentukan keputusan yang sesuai dengan desain yang dirancang (h.214). *Imagery* mencakup berbagai macam bentuk visual, dimana beberapa dari bentuk tersebut seperti ilustrasi, ikon, animasi dan logo (h.213).

A. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu alat dasar yang berperan dalam mendeskripsi ide dan konsep serta merupakan sarana yang baik untuk persuasi. Pada umumnya, ia digunakan dalam mengkomunikasikan konsep, ide atau hal-hal yang nyata dengan jelas, mengekspresikan kualitas yang tidak berwujud serta membangkitkan *mood* melalui *exaggeration* (h.227).

B. Ikon

Ikon merupakan suatu gambar dari suatu objek yang disederhanakan. Ikon harus dapat terlihat sesuai dengan apa yang ia representasi agar dapat dipahami oleh pengguna serta dapat digunakan sebagai substitusi dari kata maupun gambar yang lebih detail. Ikon digunakan dalam merepresentasikan sesuatu dengan gambar yang sederhana sebagai alternatif dari kata-kata, serta saat ingin menambahkan variasi bagi daya tarik visual (h.231).

C. Animasi

Dalam penerapan *imagery*, terdapat 2 macam animasi yang digunakan. Animasi tipe pertama berfokus dalam menyediakan konten, menggunakan abstraksi serta gerakan untuk mengomunikasikan detail dan kepribadian. Sedangkan tipe lainnya melibatkan gerakan elemen *interface* pada layar untuk

mengungkapkan suatu informasi, memberikan *feedback*, serta memperkuat hubungan. merupakan suatu gambar dari suatu objek yang disederhanakan. Animasi pada umumnya digunakan dalam mengkomunikasikan kepribadian secara efektif (h.227-228).

D. Logo

Logo pada umumnya bersifat abstrak, dimana ia berkomunikasi secara simbolis sebagai “bendara” bagi suatu organisasi maupun produk. Bentuk suatu *logo* harus mudah diingat, dimana ia juga harus dapat digunakan dalam skala sangat kecil maupun sangat besar. Biasanya *logo* digunakan dalam mewakili suatu produk, layanan yang *branded* serta produk atau layanan yang memiliki kaitan dengan suatu organisasi induk (h.230).

2.2.1.5 Controls & Affordance

Affordance merupakan suatu properti yang dirasakan oleh orang mengenai kontrol *interface*, seperti apakah tombol rasanya dapat diklik, *slider* dapat digeser serta ikon dapat disentuh. Elemen ini berperan dalam menjembatani garis antara *user experience* dengan visual desain. *Affordance* juga berperan sebagai implikasi, dimana suatu kontrol *interface* menunjukkan kebiasaan berdasarkan kesan seseorang terhadap bentuknya (Schlatter & Levinson, 2013, h.267).

Jenis *controls & affordances* meliputi 3 jenis, yakni *navigation controls*, *data manipulation controls* & *information display controls*. *Navigation controls* merupakan tombol yang menunjukkan gerakan dari satu tempat ke tempat lainnya (h.268). *Data manipulation controls* adalah tombol yang memberi kesan bagi pengguna untuk memilih serta mengelola informasi (h.269). Sedangkan *information display controls* berperan sebagai tombol dimana ia memberi kesan dapat mengungkapkan informasi sesuai permintaan pengguna (h.269).

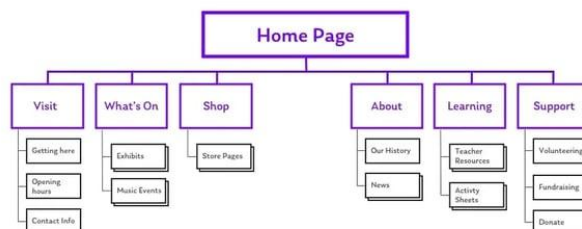
2.2.2 User Experience

Desain *user experience* dimaksud sebagai pembuatan serta koordinasi elemen yang berpengaruh pada pengalaman pengguna dengan suatu perusahaan, yang bertujuan untuk mempengaruhi persepsi serta tingkah laku pengguna. Elemen-elemen tersebut dapat meliputi berbagai macam hal, seperti sesuatu yang dapat disentuh atau didengar oleh pengguna. Interaksi yang dilakukan oleh pengguna tidak sebatas dengan fisik, dimana ia dapat dilakukan dengan *digital interface* yang mencakup media seperti *website* maupun aplikasi *handphone* (Unger & Chandler, 2012, h.3).

Untuk memastikan desain *user experience* berjalan secara sukses, perlu dilakukan pertimbangan tujuan bisnis dari produk tersebut, kebutuhan pengguna dari produk serta batasan apa pun yang dapat mempengaruhi kelayakan fitur dalam produk tersebut (h.5).

2.2.2.1 Information Architecture (IA)

Information architecture (IA) didefinisikan sebagai fondasi dalam mendesain suatu *web* dimana ia bertindak dalam menyusun struktur dan *flow* dari suatu *web* (Beaird dkk, 2020, h. 21). Ungler & Chandler (2012, h.30) menjelaskan bahwa *information architecture* bertanggung jawab dalam menciptakan model untuk struktur informasi, dimana ia digunakan dalam mendesain navigasi yang *user-friendly* serta pengelompokkan konten dalam *web*.



Gambar 2.13 *Information Architecture*

Sumber: <https://blog.hubspot.com/website/information-architecture>

2.2.2.2 *Gamification*

Menurut Hsu & Chen (2018, h.2), *gamification* atau gamifikasi dimaksud dengan penerapan elemen-elemen dari *video game*, seperti aspek mekanisme dan dinamika permainan dalam konteks non-permainan. Konsep ini mencakup implementasi pemikiran permainan dan desain yang menyenangkan dalam berbagai macam aspek, seperti bisnis, serta dapat digunakan sebagai alat motivasi. Nand dkk. (2019, h.2) berpendapat bahwa *gamification* dapat digunakan sebagai salah satu alat yang diterapkan dalam perangkat edukasi yang bersifat menyenangkan serta memotivasi bagi anak-anak seperti permainan komersial yang populer.

Ariani dkk. (2020, h.147-148) menjelaskan bahwa terdapat 4 prinsip dalam gamifikasi, yakni kebebasan untuk gagal, umpan balik cepat, kemajuan serta alur cerita. Kebebasan untuk gagal dalam konteks gamifikasi dimaksud sebagai merancang dengan pertimbangan pemberian kesempatan tambahan agar mendorong pengguna untuk dapat berani mengambil resiko dan bereksperimen dalam memutuskan suatu keputusan. Sedangkan umpan balik cepat dapat dikaitkan dengan pemberian *feedback* maupun penghargaan setelah pengguna menyelesaikan tugas yang diserahkan.

Prinsip kemajuan pada konteks gamifikasi dikaitkan dengan menilai progres pengguna saat menuju tujuan akhir dalam perjalanan mereka. Dalam menjalani tahap berikutnya, pengguna perlu menerapkan segala kemampuan yang sudah digunakan pada tahap sebelumnya untuk menyelesaikan tahap akhir. Terakhir, yakni alur cerita berkaitan dengan konten, dimana ia disusun dalam suatu cerita serta bersifat berpartisipasi, mengajak pengguna untuk menyelesaikan konten cerita tersebut.

Dari teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis mendapatkan beberapa elemen dasar dalam *user interface* yang dapat digunakan dalam perancangan media penulis pada lanjutnya. Selain elemen dasar dari *user interface*,

penulis juga lebih mengenal pada *user experience* serta cara merancang suatu *user experience* melalui *information architecture*. Salah satu bentuk *user experience* berupa gamifikasi, dimana ia menerapkan pengalaman elemen dari game. Penulis dapat menggunakan bentuk gamifikasi sebagai salah satu cara dalam membuat penyampaian konten cerita rakyat Si Pitung bersifat partisipatif antara target siswa-siswi SD bersama konten yang diceritakan.

2.3 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu medium visual yang digunakan dalam mengkomunikasikan pesan kontekstual yang bersifat spesifik dituju pada audiens tertentu. Dibanding dengan bidang studi lainnya yang memiliki keterkaitan dengan seni, ilustrasi berperan sebagai kebutuhan objektif yang antara telah dibuat oleh *illustrator* atau suatu klien berbasis komersial untuk memenuhi suatu tugas (Male, 2007, h. 10).

2.3.1 Fungsi Ilustrasi pada *Storytelling*

Male (2007, h. 138) menjelaskan bahwa ilustrasi memiliki beberapa fungsi, salah satunya penerapan dalam *storytelling* dalam fiksi naratif. Ilustrasi fiksi naratif saat ini kebanyakan terdiri pada media seperti buku anak-anak, novel grafis dan komik strip, serta publikasi khusus seperti kompilasi tematik, yang mengandung konten seperti mitologi, kisah gotik, dan fantasi. Menurut Fang (1996, h.131-136), ilustrasi terutama pada buku bergambar memiliki beberapa fungsi, yakni dalam menentukan latar, mendefinisikan serta mengembangkan karakter, memperluas atau mengembangkan *plot* cerita, memberikan suatu sudut pandang yang berbeda, berkontribusi kepada koherensi tekstual, serta menekankan teks.

Menentukan latar menggunakan ilustrasi membantu dalam penentuan lokasi serta waktu cerita, dimana ia dapat menciptakan *mood* serta membantu memperjelas latar belakang historis saat diperlu, menyediakan antagonis serta menekankan emphasis kepada suatu makna simbolis (h.131). Ilustrasi juga dapat mendefinisikan serta mengembangkan karakter, dimana karakter dalam cerita memiliki ciri tertentu yang membuat mereka menarik bagi audiens anak.

Ilustrasi juga dapat digunakan dalam mengembangkan karakter dalam cerita, melalui penggambaran situasi serta emosi yang familiar serta kredibel bagi anak-anak (h.132). Dalam memperluas atau mengembangkan *plot* cerita, ilustrasi digunakan dalam memajukan alur cerita (h.133).

Ilustrasi terkadang dapat menceritakan cerita yang sedikit atau bahkan kontradiktif dengan teks, sehingga menimbulkan sudut pandang yang berbeda (h.134). Koherensi dimaksud sebagai sejauh mana urutan maupun pengurutan ide dalam suatu teks masuk akal bagi pembaca yang dituju serta sejauh mana bahasa yang digunakan dalam membicarakan ide tersebut membuat inti dari ide dan hubungannya menjadi jelas. Ilustrasi dapat berkontribusi terhadap koherensi tekstual tersebut saat diintegrasikan dengan menyediakan tanda referensial untuk teks. Dengan menimbulkan koherensi tekstual, ilustrasi membantu menyediakan konteks visual atau sosial bagi bahasa lisan (h.135-136). Penekanan teks melalui ilustrasi, dimana ia merupakan representasi secara visual dari teks yang dilampirkan (h.136).

2.3.2 Gaya Ilustrasi

Male (2007, h.50) mendefinisikan *style* atau gaya dimaksud sebagai suatu bahasa visual yang partikular, dimana ia dapat digunakan dalam mengidentifikasi suatu ciri maupun ikonografi pribadi seseorang. Dikaitkan dengan ilustrasi, ciri-ciri maupun kualitas spesifik yang dimiliki dapat berperan dalam menentukan jenis ilustrasi yang memiliki asosiasi dengan sesuatu maupun seorang. Gaya dari suatu ilustrasi juga dapat perlu digunakan dalam menentukan penempatan ilustrasi tersebut dalam *genre* visual ilustrasi. Selain itu, gaya ilustrasi harus disesuaikan berdasarkan konten yang disampaikan, konteks penggunaannya serta memastikan keterbukaan yang sesuai dari audiens (h.51).

2.3.2.1 Kartun

Menurut Zhao dkk. (2022, h.2733), kartun merupakan suatu gaya artistik yang dapat bersifat nonrealistis ataupun semirealistis, dimana pada

umumnya secara grafis ia digambarkan melalui plot dramatis serta distorsi yang berlebihan, termasuk komik dan animasi. Prihatmoko (2021, h.6) mendefinisikan kartun sebagai suatu gambar yang berperan dalam memberi hiburan, karena mengandung humor. Tokoh dalam gambar tersebut pada umumnya dapat berbentuk manusia, binatang, tumbuhan maupun benda yang memiliki distorsi.



Gambar 2.14 Contoh Gaya Visual Kartun
Sumber: <https://pin.it/3Yv8tAPY8>

2.3.2.2 Realis

Prihatmoko (2021, h.6) mendefinisikan gaya realis sebagai suatu gambar yang berupaya dalam memperlihatkan objek suatu karya berwujud seperti pada kehidupan sehari-hari tanpa adanya tambahan maupun interpretasi tertentu. Gaya realis berupa visual yang diproduksi yang menunjukkan suatu kebenaran, dimana tidak ditampilkan emfasis terhadap konsep, simbolisme serta metafora, dimana ia difokuskan terhadap detail yang akurat (Witabora, 2012, h.663). Karena mengilustrasikan gambaran realita, ia berfokus dalam menggambarkan kondisi kehidupan manusia secara objektif tanpa adanya deviasi pada dalam visualnya (Lestariawan & Mintana, 2023, h.25).



Gambar 2. 15 Contoh Gaya Visual Realis
Sumber: <https://pin.it/7hzpKcarz>

2.3.3 Desain Karakter

Bishop dkk. (2020, h.12-13) berpendapat bahwa desain karakter merupakan suatu bagian yang integral dalam menggerakkan cerita masing-masing karakter tersebut. Di sekitar dunia, desain karakter berubah tergantung dengan negara dan budaya. Hal ini terdapat pada pengaruh Barat dari Disney dan Pixar, gaya kontinental industri Perancis serta Eropa, hingga kepada *anime* Jepang, setiap tempat memiliki interpretasi unik masing-masing terhadap karakter tersebut, dimana serta bagaimana karakter tersebut dapat menyampaikan suatu cerita. Orang-orang serta budaya di balik desain karakter dapat mempengaruhi karakter tersebut setara dengan cerita yang dimaksudkan.

Dalam mendesain suatu karakter, terdapat 2 komponen utama yang diingat, yakni apa cerita tersebut dan bagaimana menceritakan cerita melalui karakter tersebut. Dimana suatu karakter disesuaikan dalam cerita serta pengaruh apa dalam cerita yang mempengaruhi karakter tersebut. Mendesain suatu karakter perlu dapat membuat mereka dapat dipercaya serta dapat meyakinkan audiens bahwa karakter tersebut mendiami dalam dunia cerita mereka serta merupakan bagian dari dunia tersebut. Karakter yang di desain dengan baik merupakan mereka yang sesuai dengan dunia serta lingkungan cerita mereka. Karakter-karakter tersebut sudah memiliki fondasi atau landasan dalam dunia tersebut, suatu tujuan di dalam cerita yang membentuk siapa mereka sebagai individu, sehingga pada waktu kesempatannya memberi karakter tersebut bobot dalam memajukan cerita. Faktor-faktor tersebut dapat

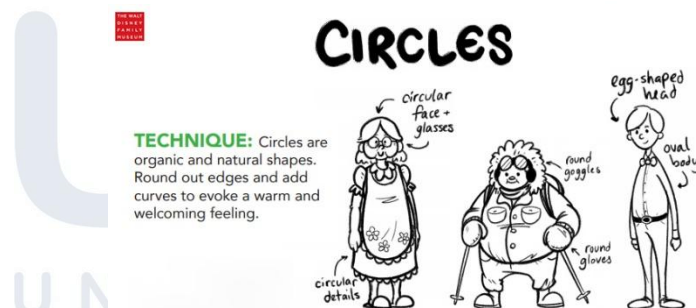
membuat suatu karakter meyakinkan dan berkesan bagi audiens (Bishop dkk., 2020, h.16).

2.3.3.1 Shape Language

Menurut Bishop dkk. (2020, h.54), *shape language* berperan dalam membantu desainer serta audiens untuk memberi gambaran siapa karakter tersebut serta juga digunakan dalam menekankan watak yang dimiliki karakter. *Shape language* bertautan dengan 3 bentuk dasar, yakni lingkaran, segitiga dan persegi.

A. Lingkaran

Bentuk lingkaran menyampaikan makna gerakan secara konstan, kehidupan serta energi yang konstan, dimana ia menimbulkan suatu kesan kelengkapan, hubungan serta kesederhanaan. Dengan menggunakan bentuk lingkaran dalam suatu desain dapat menimbulkan perasaan kemurnian dan kerentanan, atau menunjukkan bahwa karakter tersebut *approachable*, ramah serta aman (h.54).

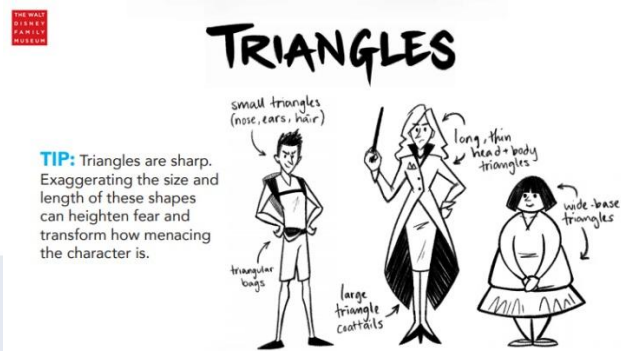


Gambar 2.16 Shape Language Lingkaran pada Karakter
Sumber: <https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in...>

B. Segitiga

Bentuk segitiga dapat dikaitkan dengan energi, kegembiraan dan bahaya. Bentuk ini dapat digunakan dalam menyampaikan rasa amarah, ketegangan serta gerakan. Bentuk yang menyerupai segitiga maupun memiliki sudut tajam pada

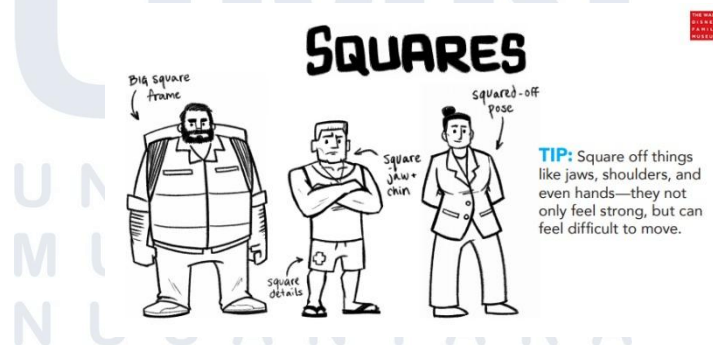
umumnya digunakan dalam membuat karakter yang jahat, tetapi dapat digunakan dalam menggambarkan kekuatan serta kepercayaan diri (h.54).



Gambar 2.17 *Shape Language* Segitiga pada Karakter
Sumber: <https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in...>

C. Persegi

Bentuk persegi dapat menunjukkan kekokohan, teguh dan berat, dimana ia juga dapat dipandang memiliki kepribadian yang membosankan. Bentuk tersebut tidak menyimbolkan sesuatu yang mencolok maupun seru. Bentuk persegi dapat memberi gambaran karakter yang terlihat keras kepala, kuat, membumi serta kepercayaan diri (h.54).



Gambar 2.18 *Shape Language* Persegi pada Karakter
Sumber: <https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in...>

Dari teori-teori yang sudah dipaparkan sebelumnya, penulis mendapatkan bahwa ilustrasi berperan dalam memberikan suatu pesan yang kontekstual berdasarkan target yang dituju. Ilustrasi memiliki peran yang penting dalam *storytelling*, dimana ia secara garis besar dapat membantu memberi konteks situasi

dari cerita yang digambarkan. Gaya visual yang digunakan dalam ilustrasi perlu disesuaikan dengan konten yang difokuskan. Dalam desain karakter, terdapat namanya *shape language* yang membantu dalam membentuk kepribadian seorang karakter dari bentuk yang dimiliki. Teori yang didapatkan dapat dipertimbangkan dalam proses perancangan ilustrasi dalam media yang disesuaikan dengan preferensi target siswa-siswi SD.

2.4 Cerita Rakyat

Menurut Asnawi (2020, h.213), cerita rakyat dimaksud sebagai suatu cerita yang diyakini serta mengalami perkembangan di suatu wilayah masyarakat.

2.4.1 Kategori Cerita Rakyat

Menurut Asnawi (2020, h.214), cerita rakyat yang disebarkan secara lisan maupun tidak pada umumnya dikategorikan menjadi tiga kategori, yakni mitos, legenda dan dongeng.

2.4.1.1 Mitos

Mitos merupakan suatu bentuk cerita rakyat yang menguraikan terbentuknya alam semesta, dunia, manusia pertama, terjadinya maut, bentuk khas binatang, terkait dengan kepercayaan, bentuk topografi, gejala alam, dan sebagainya. Selain itu, mitos juga menceritakan mengenai pertualangan para dewa, kisah percintaan mereka, hubungan kekerabatan mereka, kisah perang mereka, dan sebagainya (Asnawi, 2020, h.214).

2.4.1.2 Legenda

Legenda merupakan suatu bentuk cerita rakyat yang dianggap oleh pendongeng cerita sebagai suatu peristiwa yang sungguh-sungguh pernah terjadi. Legenda bersifat sekuler (keduniawian), dimana ia terjadi pada masa yang belum terlalu lampau serta berlatar di dunia seperti yang dikenal sekarang. Selain itu, legenda juga memiliki sifat migratoris, dimana ia dapat berpindah-pindah, sehingga dapat dikenal luas di berbagai daerah yang berbeda. Legenda juga berulang kali terserbar dalam bentuk pengelompokan yang dikenal sebagai siklus, dimana golongan cerita

berputar pada suatu tokoh atau suatu peristiwa tertentu (Asnawi, 2020, h.214).

2.4.1.3 Dongeng

Dongeng merupakan suatu bentuk cerita rakyat yang berupa kumpulan cerita pendek kesusatraan lisan, dimana cerita tersebut tidak dianggap terjadi nyata. Cerita dongeng lebih berfokus untuk hiburan, walaupun beberapa cerita juga menceritakan tentang kebenaran, mengandung nilai hingga sindiran. (Asnawi, 2020, h.214).

2.4.2 Fungsi Cerita Rakyat

Bascom (1954) menjelaskan bahwa folklor terdiri dari 4 fungsi, yakni *escape* (lepas), *validation* (validasi), *education* (edukasi) & *social control* (kontrol sosial). Fungsi *escape* dimaksud dalam melarikan diri dari batasan serta frustrasi yang dijatuhkan pada suatu individu oleh masyarakat atau lingkungannya melalui fantasi. Fungsi *validation* berfokus sebagai suatu bentuk dalam membenarkan aksi ritual serta kebiasaan dalam masyarakat. Fungsi *education* berperan dalam menanamkan nilai-nilai masyarakat kepada kalangan muda, dimana sering kali diilustrasikan prinsip-prinsip moral serta hukuman yang didapatkan ketika dilanggar. Sedangkan fungsi *social control*, dimana ia dapat berperan dalam memberikan apresiasi serta hukuman kepada individu agar memastikan keselarasan sesuai dengan standar kelompok.

2.4.3 Cerita Rakyat Si Pitung

Berdasarkan buku *Mencari Si Pitung Kontroversi Jago-Jago Betawi* (Chaer, 2020, h.27-29), tokoh Si Pitung dilahirkan di Tangerang pada 1864 dengan nama asli Salihun. Ayah Si Pitung berasal dari Cikoneng, Tangerang sedangkan ibunya berasal dari Rawa Belong, Jakarta Barat. Pada saat si Pitung berusia 8 tahun, orang tuanya bercerai, dimana si Pitung mengikuti ibunya tinggal di Rawa Belong bersama kakeknya.

Sejak kecil, si Pitung bekerja dalam menggembala kambing milik kakeknya yang berjumlah banyak. Mencapai usia dewasa, ia diandalkan

untuk menjual dua ekor kambingnya ke pasar Tanah Abang. Sayangnya, suatu hari setelah menjual kambing, ia dicopet di tengah jalan oleh tiga orang begal. Si Pitung tidak berani melawan serta tidak berani pulang, karena takut dimarahi sama ibu dan kakeknya. Menumbuh rasa dendam atas pencurian tersebut, ia memutuskan untuk mempelajari silat untuk membalas orang begal tersebut.

Si Pitung lalu belajar banyak ilmu mengenai agama serta bela diri dari beberapa guru dari kawasan Kemayoran, Pecenongan serta Jembatan Lima. Setelah merasa sudah menguasai ilmu-ilmu tersebut, ia kembali ke Rawa Belong dimana ia melakukan perlawanan terhadap tindakan jahat yang dilakukan oleh para preman di pasar, rentenir, centeng serta mandor. Ia juga melakukan perampokan terhadap harta benda orang-orang kaya tuan tanah di daerah Tangerang, Batavia, dan Meester Cornelis, dimana hasilnya dibagikan kepada rakyat miskin.

Pada awalnya dia melakukan perlawanan hanya seorang diri, dimana kemudian ia dibantu oleh Jiih, saudara sepupunya yang pandai bersilat beserta dua orang lainnya. Mereka beraksi cukup lama, dimana mereka membuat resah pihak kepolisian Belanda. Meskipun Jiih ditangkap dan dihukum mati, serta si Pitung pernah dipenjara di penjara Glodok, ia tidak menyerah. Aksi perampokan berakhir ketika ada rencana sabotase yang direncanakan oleh pemerintah Belanda, melalui Schout Hinne, dimana sosok Si Pitung tewas dibunuh oleh peluru.

2.4.3.1 Moral Cerita Rakyat Si Pitung

Menurut Ali (1993, h. 7.) berpendapat bahwa nilai yang didapatkan dari cerita rakyat Si Pitung berupa jika terdapat suatu pihak yang memiliki kekuasaan tidak memberikan toleransi, maka yang berkeliru tetap perlu diberikan hukuman yang setara. Hidayatullah dkk. (2022, h. 9280-9281) mengaitkan moral cerita tersebut dengan kerealitasan hidup, dimana Si Pitung walaupun merupakan pahlawan bagi rakyat kecil, ia tetap kalah terhadap penguasa Belanda. Walaupun kebaikan tidak akan selalu

membuahkan hasil, tetapi yang paling berharga merupakan usaha untuk melakukan kebaikan.

2.4.3.2 Identitas Cerita Rakyat Si Pitung

Menurut Till (1996, h. 462), cerita rakyat Si Pitung merupakan suatu kisah yang telah diwariskan secara turun-menurun kepada penduduk asli Jakarta saat ini, sebagai salah satu unsur kebudayaan mereka. Cerita tersebut juga sangat sering digunakan sebagai subjek dalam berbagai macam seni tradisional, seperti rancag, syair dan lenong.

2.4.3.3 Suku Bangsa Betawi

Pangesti (2021, h.488) menjelaskan bahwa suku Betawi merupakan penduduk asli dari daerah Jakarta. Dibanding dengan etnis lainnya, suku Betawi sendiri secara perlahan-lahan terpinggirkan dari kota Jakarta. Kelompok etnis tersebut pada umumnya tinggal di daerah Jakarta Raya dan sekitarnya. Menurut Shahab, etnis Betawi diperkirakan terbentuk pada abad ke-19, sekitar tahun 1815-1893, dimana ia pertama kali dikategorikan dalam sensus data populasi tahun 1930 oleh Lance Castle (h.489).

Jannah (2025, h.4562) menyatakan bahwa budaya Betawi merupakan hasil asimilasi dari berbagai macam budaya, seperti budaya Arab, Cina, Portugis serta Belanda. Mayoritas dari etnis Betawi menganut agama Islam, dimana nilai agama tersebut diintegrasikan kepada kehidupan masyarakat sehari-hari, seperti pada ibadah formal, adat istiadat serta nilai-nilai budaya. Nilai-nilai ini mencakup nilai kekeluargaan, gotong royong serta beradab. Kebiasaan tersebut yang diterapkan oleh masyarakat Betawi yang saling peduli dengan sesama membentuk masyarakat yang menjunjung solidaritas yang tinggi serta nilai kebersamaan (h. 4563).

Jubaidah (2020, h. 3) menerangkan bahwa bahasa Betawi dapat disebut sebagai bahasa Melayu Betawi. Bahasa tersebut tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan bahasa Indonesia, dimana perbedaannya terdapat pada perbedaan ucapan. Semua lafal untuk bunyi /a/ atau /ah/ pada

akhir kata dalam bahasa Melayu Betawi dirubah ucapannya menjadi /è /, seperti contohnya kata “malam” diucapkan sebagai “malem” (h.5). Bahasa Melayu Betawi yang digunakan dapat terpengaruh berdasarkan kelompok masyarakat keturunan suatu budaya tertentu. Misalnya untuk yang berketurunan Tionghoa bercampur dengan kata-kata dari bahasa Tionghoa serta sebaliknya kata Arab dicampur ketika keturunannya berasal dari budaya Arab (h.6).

Dari teori-teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis mendapatkan bahwa cerita rakyat terdiri dari beberapa kategori, dimana cerita tersebut memiliki beberapa fungsi salah satunya seperti dalam edukasi. Cerita rakyat Si Pitung sendiri merupakan suatu cerita rakyat berasal dari DKI Jakarta, yang sudah disebarkan secara turun-menurun. Moral yang didapatkan dari cerita tersebut berupa adanya hukuman yang seimbang dengan perkara yang diberikan serta mengajarkan tentang kerealitas hidup. Cerita rakyat Si Pitung berasal dari budaya Betawi, dimana etnisnya merupakan hasil perpaduan dari berbagai macam budaya yang berpengaruh pada nilai budaya hingga bahasa dari masyarakat tersebut. Teori yang didapatkan dapat digunakan dalam pertimbangan proses isi konten dari media perancangan penulis.

2.5 Penelitian Yang Relevan

Penulis mengumpulkan beberapa penelitian yang relevan yang memiliki kaitan dengan cerita rakyat Si Pitung serta secara umum. Penelitian yang dikumpulkan memiliki *novelty* tertentu, dimana hal tersebut dapat digunakan dalam kebutuhan perancangan penulis. Penelitian yang ditemukan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Rancang Bangun Game Berbasis <i>Android</i>	Nanang Husin	Penelitian ini berfokus pada perancangan <i>game</i> 2D yang berbasis <i>android</i> dengan tema cerita	Menggunakan imersivitas dalam dunia game: <i>Game</i> tersebut memungkinkan pemain untuk berperan

	Bertemakan Cerita Rakyat Betawi Si Pitung		rakyat Si Pitung. Perancangan ini bertujuan untuk menjadi solusi terhadap kurangnya minat serta pengetahuan anak-anak terkait dengan cerita rakyat Si Pitung.	sebagai tokoh dalam cerita, sehingga seolah pemain terlibat dalam dunia cerita.
2.	<i>Game</i> Edukasi Pengenalan Cerita Rakyat Lampung Pada Platform <i>Android</i>	Ardi Zulkarnais, Purnowo Prasetyawan, Adi Sucipto	Perancangan ini berfokus dalam membuat suatu aplikasi yang bertujuan untuk mengedukasi anak-anak tentang cerita rakyat Lampung dengan adanya implementasi fitur <i>game</i> , sebagai bentuk dari pelestarian budaya wilayah Lampung.	Ketersediaan konten cerita rakyat untuk edukasi: Media tersebut mengandung isi Kumpulan cerita rakyat dari Lampung serta disertai moral yang didapatkan untuk dapat dipelajari oleh anak-anak Implementasi game untuk edukasi: Dalam aplikasi tersedia beberapa <i>game</i> , dimana konten <i>game</i> dikaitkan dengan materi cerita rakyat sebagai pelajaran buat anak-anak
3.	Perancangan Buku Cerita Digital Legenda Batu Menangis Dan Game Interaktif Berbasis <i>Android</i> Untuk Penanaman Nilai Moral Usia 4-6 Tahun	Nathania Maharani Lynn Handoko, Sultan Arif Rahmadianto, Ayyub Anshari Sukmaraga	Penelitian ini membahas tentang perancangan buku cerita <i>digital</i> serta <i>game</i> yang bersifat interaktif tentang legenda Batu Menangis. Perancangan ini bertujuan untuk	Penyampaian materi cerita rakyat pada media digital: Materi cerita rakyat menggunakan narasi serta dialog, dimana juga disediakan audio narasi untuk meningkatkan perhatian serta

			membangun semangat anak-anak dalam mempelajari cerita rakyat Indonesia serta menanamkan nilai dan karakter bangsa.	pemahaman anak terhadap materi tersebut.
--	--	--	--	--

Berdasarkan analisa terhadap 3 penelitian yang relevan dengan topik penulis, dapat disimpulkan bahwa penyampaian materi dengan adanya permainan dapat meningkatkan ketertarikan anak-anak dalam mendalami konten tersebut. Semua penelitian yang dibahas sebelumnya memiliki tujuan untuk meningkatkan minat serta mengedukasi anak-anak mengenai cerita rakyat Indonesia. Media yang dirancang oleh ketiga penelitian sebelumnya menggunakan sarana *digital*, dimana penyampaian konten dari cerita rakyat disesuaikan dengan media yang dirancang.

Dari hasil analisa yang sudah dilakukan, kebaruan yang ingin diangkat oleh penulis merupakan penggabungan aspek penyampaian isi cerita dengan memasukkan unsur interaktif pada kontennya. Media tersebut berbasis *website digital*, dimana pada penceritaan konten terdapat interaksi yang berbentuk sebagai *mini game*. *Mini game* tersebut memiliki kaitan dengan cerita berdasarkan konteks skenario dalam cerita, sehingga audiens seolah terlibat dalam dunia cerita tersebut.

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