

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye

Kampanye merupakan suatu kegiatan komunikasi untuk menyampaikan informasi secara terencana, bertahap dan terkadang memuncak dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dari opini seseorang atau massa (Basri, 2020).

Kampanye merupakan serangkaian kegiatan komunikasi (*movement action*) dengan ciri sebagai berikut:

1. Sifatnya direncanakan secara teratur dan matang.
2. Disajikan melalui pesan-pesan khusus atau topik-topik yang dipilih sesuai dengan tema kampanye melalui slogan atau semboyan.
3. Dilakukan dalam waktu tertentu dan biasanya melalui tahapan prioritas.
4. Menggunakan agen perubahan (*change agent*).
5. Ditujukan kepada kelompok sasaran tertentu.
6. Keuntungan lebih ditekankan pada *audience* atau sasaran.
7. Menggunakan saluran komunikasi tertentu yang telah dirancang sebelumnya.
8. Pemanfaatan media massa populer digunakan, namun dapat dikombinasikan dengan saluran non-media massa.

Ditinjau dari macamnya, kampanye ada dua macam yaitu:

- a. Kampanye informasi untuk tujuan pencapaian kesejahteraan masyarakat.
- b. Kampanye ideologi politik untuk membangkitkan perjuangan bangsa.

Model strategi AISAS dikembangkan oleh perusahaan Dentsu sebagai perkembangan model AIDMA untuk menjelaskan pengalaman konsumen yang menentukan pembelian suatu produk (Sugiyama, 2010). Model ini dibagi menjadi 5 tahap. Pertama, konsumen melihat suatu produk, jasa, atau iklan sehingga menimbulkan rasa tertarik (*attention*) dan berusaha mencari informasi tentang

produk tersebut (*search*) baik lewat *website* hingga ulasan produk. Kemudian, informasi tersebut menentukan keputusan konsumen untuk membeli, yang mana bila berhasil maka konsumen meneruskan keinginannya untuk membeli produk tersebut (*action*) dan mampu memberikan informasi lewat percakapan dengan orang lain atau memberikan kesannya di internet lewat sosial media (*share*).

AISAS memiliki keunggulan dengan tahapan yang tidak linear sehingga seorang konsumen bisa masuk atau melewati tahap tanpa mengurangi perannya dalam berinteraksi dengan produk tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa kampanye merupakan suatu kegiatan komunikasi yang direncanakan dan dilaksanakan secara sistematis untuk menyampaikan pesan tertentu kepada kelompok sasaran dengan tujuan mempengaruhi pengetahuan, sikap, maupun perilaku mereka. Kampanye dilakukan melalui berbagai media dan saluran komunikasi yang telah dirancang sebelumnya dan berfokus pada manfaat bagi audiens. Oleh karena itu, kampanye menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif dalam menyebarkan informasi dan mendorong perubahan sosial sesuai tujuan yang telah ditetapkan.

2.2 Game Digital

Definisi *game* adalah struktur interaktif dengan makna nilai inert, dimana pemain berusaha mencapai suatu tujuan (Costikyan, 2002, hal. 32). Pemain memainkan *game* dari rasa penasaran yang menimbulkan rasa senang (Schell, 2020, hal. 30). Struktur interaktif memiliki artian pemain dan *game* saling berinteraksi dalam batasan yang dibuat dari peraturan yang ada.

2.2.1 Player

Game tidak bisa dimainkan tanpa adanya pemain dan semua orang dapat menjadi pemain, akan tetapi, setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda sehingga, untuk memudahkan menata selera tersebut, maka dibuatlah grup yang terbagi berdasarkan usia, gender, dan psikografis (Schell, 2020, hal. 99). Pemain memiliki stereotip berdasarkan cara bermain dan apa yang dicari dalam sebuah *game* (Fullerton, 2024, hal. 61).

1. Usia:

Dalam industri *game*, terdapat sistem penilaian berdasarkan usia. Contoh yang paling terkenal adalah *Pan-European Game Information* (PEGI) dan *Entertainment Software Rating Board* (ESRB) (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 25). Indonesia sendiri memiliki sistem penilaian sendiri bernama *Indonesia Game Rating System* (IGRS) yang dibuat oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Dari Schell sendiri, memilih 9 kategori usia bermain berdasarkan pola bermain dan kemampuan berpikir, namun bila disesuaikan dengan target perancangan, usia 18-25 tahun disebut dewasa muda. Usia ini sedang mengalami transisi penting sehingga masa bermainnya lebih sedikit daripada usia di bawahnya. Mereka telah membentuk selera dan minat hiburan mereka. Selain itu, mereka memiliki keseimbangan waktu dan uang sehingga mereka menjadi konsumen besar di dunia *game*.

2. Gender

Laki-laki berbeda dengan perempuan, begitu pun sebaliknya. Perbedaan tersebut bisa dari bawaan atau asuhan. *Game* perlu menjawab dan mendesain berdasarkan perbedaan tersebut. *Game* digital sudah lama diasosiasikan sebagai permainan laki-laki, namun di tahun 2024 menunjukkan bahwa pemain perempuan mencapai 46% dan terus meningkat sepanjang tahun (Bryter Global, 2024). Untuk mendeskripsikan perbedaan ketertarikan tersebut, dipecah menjadi kategori di bawah:

a. Laki-laki:

- 1) *Mastery*: Laki-laki senang mempunyai keahlian terlepas dari kegunaan atau kepentingannya selama hal tersebut

menantang. Sedangkan perempuan lebih tertarik memiliki keahlian yang bermakna.

- 2) *Competition*: Laki-laki senang menantang satu sama lain untuk membuktikan siapa yang terbaik. Sedangkan untuk perempuan, perasaan buruk yang bisa muncul karena kalah (atau menyebabkan pemain lain kalah) cenderung mengalahkan perasaan positif ketika memenangkan *game*.
- 3) *Destruction*: Laki-laki senang sekali menghancurkan barang. Maka *video game* menjadi wadah yang bisa memberikan kehancuran virtual skala besar yang tidak mungkin bisa terjadi di dunia nyata.
- 4) *Spatial puzzles*: Studi menunjukkan bahwa laki-laki cenderung memiliki penalaran spasial yang lebih tinggi daripada perempuan sehingga teka-teki 3D seringkali menarik untuk laki-laki.
- 5) *Trial & error*: Laki-laki lebih suka belajar lewat cara coba-coba daripada membaca instruksi.

b. Perempuan:

- 1) *Emotion*: Perempuan senang mengeksplorasi kekayaan emosi manusia. Sebagaimana buku romantis paling banyak dikonsumsi oleh perempuan.
- 2) *Real world*: Perempuan lebih tertarik dengan hiburan yang punya koneksi bermakna dengan dunia nyata. Bisa dari sisi sosialnya atau konten serupa simulasi. Bisa dilihat ketika sewaktu anak-anak, mereka sering bermain rumah-rumahan atau mainan berpura-pura yang merefleksikan dunia nyata.

- 3) *Nurturing*: Perempuan suka mengasuh. Mulai dari boneka bayi, mainan hewan, bahkan anak yang lebih muda. Tidak jarang perempuan merelakan posisi menangnya untuk menolong pemain yang lebih lemah karena lebih mementingkan hubungan dan perasaan para pemain daripada *game* itu sendiri.
- 4) *Dialog & verbal puzzles*: Seringkali disebut kekurangan perempuan dalam nalar spasial diimbangi dengan kemampuan verbal. Sebagaimana perempuan lebih banyak membeli buku daripada laki-laki.
- 5) *Learning by example*: Perempuan lebih suka belajar lewat contoh seperti tutorial yang jelas langkah demi langkah agar mereka tahu apa yang harus dilakukan saat diperlukan.

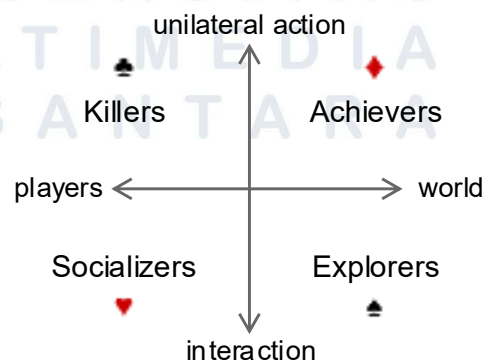
3. Psikografis

Kepribadian mempengaruhi *game* seperti apa yang memberikan rasa senang paling tinggi menurutnya dan setiap orang mempunyai nilai intrinsik berbeda. Marc LeBlanc mencatat delapan kesenangan utama yang dimiliki oleh pemain:

- 1) *Sensation*: Sensasi merangkul pancaindra manusia. Mendengarkan musik, menyentuh kotak, mencium dan mencicipi makanan lezat, dan melihat kemasan yang indah termasuk dari kesenangan dari sensasi.
- 2) *Fantasy*: Fantasi merupakan kesenangan membayangkan dunia imajinasi dan berkhayal menjadi sesuatu yang lain.
- 3) *Narrative*: Kesenangan ini bukan hanya menceritakan kisah linear yang sudah ditentukan, namun juga perkembangan dramatis dari serangkaian kejadian, bagaimana pun caranya.

- 4) *Challenge*: Bisa dibilang, tantangan adalah salah satu kesenangan inti dari bermain karena setiap *game* memiliki masalah yang perlu diselesaikan.
- 5) *Fellowship*: Segala hal yang berhubungan dengan pertemanan, kerja sama, dan komunitas termasuk dari kesenangan ini. Untuk sebagian pemain, hal ini menjadi daya tarik utama ketika memilih *game*.
- 6) *Discovery*: Kesenangan ini memiliki cakupan luas, dengan inti menemukan hal baru seperti eksplorasi dunia *game*, menemukan fitur rahasia, hingga strategi cemerlang.
- 7) *Expression*: Kesenangan ini memuat kebebasan berekspresi dan berkreasi. Tidak sedikit *game* yang memuat merancang karakter pemain meskipun hampir tidak mempengaruhi capaian tujuan *game*. Akan tetapi, untuk sebagian pemain hal inilah yang menjadi alasan mereka bermain.
- 8) *Submission*: Kesenangan ini adalah membiarkan diri pemain memasuki dunia khayalan dengan cerita dan aturan yang menyenangkan.

Dari kesenangan tersebut, pemain dapat dikategorikan sebagai 4 grup menggunakan taksonomi tipe pemain Bartle:



Gambar 2. 1 Taksonomi Pemain Bartle

Sumber: https://en.wikipedia.org/wiki/Bartle_taxonomy_of...

- a) *Archivers*: Tipe pemain yang ingin mencapai tujuan *game*. Tipe kesenangan mereka adalah *challenge*.
- b) *Explorers*: Tipe pemain yang ingin mengenal seluk-beluk *game*. Tipe kesenangan mereka adalah *discovery*.
- c) *Socializers*: Tipe pemain yang tertarik menjalin koneksi dengan orang lain. Tipe kesenangan mereka adalah *fellowship*.
- d) *Killers*: Tipe pemain yang tertarik dengan kompetisi dan mengalahkan yang lain. Tipe kesenangan mereka campuran antara *competition* dan *destruction*.

2.2.2 Genre

Genre dapat dibilang sebagai cara mudah untuk mengetahui *game* seperti apa yang akan dimainkan sekaligus menentukan segmen pasar mana yang menjadi target pembuatan *game* tersebut. Genre *game* terus berkembang dan melahirkan sub-sub genre baru, namun beberapa genre menjadi standar yang diakui dan dikenal oleh pengembang dan pemain (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 26).

1. *Role-playing*

Ciri khas dari *game role-playing* yaitu membuat dan merancang karakter. Umumnya memiliki alur cerita yang kuat yang terkait dengan *quest*. Para pemain biasanya berupaya mengembangkan karakter sambil mengelola inventaris, menjelajahi dunia, dan mengumpulkan kekayaan, status, dan pengalaman.



Gambar 2. 2 Kingdom Hearts III

Sumber: <https://www.kh13.com/news/kingdom-hearts-iii...>

Selain itu, genre ini sering digabung dengan genre lain dan menjadi *hybrid*. Contoh terkenal dari genre ini adalah *Kingdom Hearts* dan *World of Warcraft* (Fullerton, 2024, hal. 504–505). Pada game *Kingdom Hearts 3*, Pemain memainkan karakter Sora berpetualang dengan karakter-karakter dari Disney dan Pixar untuk menghentikan rencana jahat Xehanort memulai perang kembali.

2. *Adventure/Action Adventure*

Tipe genre ini berfokus pada eksplorasi, koleksi, dan menyelesaikan teka-teki dan menggabung elemen aksi seperti sistem bertarung atau bersembunyi. Akan tetapi berbeda dengan genre *role-playing*, karakter di genre ini tidak bisa dikustomisasi dan tidak berkembang berdasarkan kekayaan, status, dan pengalaman. Melainkan lewat menyelesaikan teka-teki dan aksi bertarung (Fullerton, 2024, hal. 506).



Gambar 2. 3 The Legend Of Zelda
Sumber: <https://images.igdb.com/igdb...>

The Legend Of Zelda adalah salah satu contoh game yang memiliki genre *adventure* yang kuat dengan elemen teka-teki, bertarung yang khas dengan karakter utama bernama Link seorang pahlawan yang dipilih untuk menyelamatkan dunia dari raja iblis.

2.2.3 Elemen dalam *Game*

Elemen dapat disebut sebagai bahan baku dari perancangan *game*. Schell menggunakan 4 pilar utama pembuatan *game* yaitu *story*, *mechanic*, *aesthetic*, dan *technology*.

2.2.3.1 Story

Cerita atau narasi tidak selalu menjadi fokus dalam sebuah *game*. Misalkan *game* yang lebih mementingkan *gameplay*, narasi dikesampingkan. Contohnya seperti mahjong atau *othello*. Namun *game* kontemporer biasanya memiliki narasi dalam satu bentuk dan lainnya.

1. Linear plot

Alur cerita linear dalam *game* sama dengan media narasi film dan buku di mana terdapat rangkaian kejadian yang sudah diatur secara berurutan dengan batasan untuk membuat pilihan bercabang (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 40–41). Meskipun pemain tidak bisa mengubah alur cerita, hal ini dapat membuat pemain lebih menikmati jalur cerita tersebut.

2. *Structured* non-linear

Berbeda dengan plot linear, tipe plot ini menawarkan pengalaman yang lebih membebaskan pemain mengambil pilihan di bagian tertentu dengan akhir berbeda. Tipe non-linear terstruktur sering muncul dalam dunia *game* karena memberikan tanggung jawab pemain dan tingkat pengulangan bermain yang tinggi (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 41).

3. *Open* non-linear

Plot open non-linear memiliki kebebasan pemain untuk memilih jalur bermain, akan tetapi masih dalam batasan kondisi menang-kalah dan syarat untuk mengakses porsi *game* agar menjaga alur cerita dan fokus pemain mengelola konten yang sudah tersedia tanpa membuat pemain merasa

kebingungan akan arah narasi (Kramarzewski & De Nucci, (2023, hal. 42).



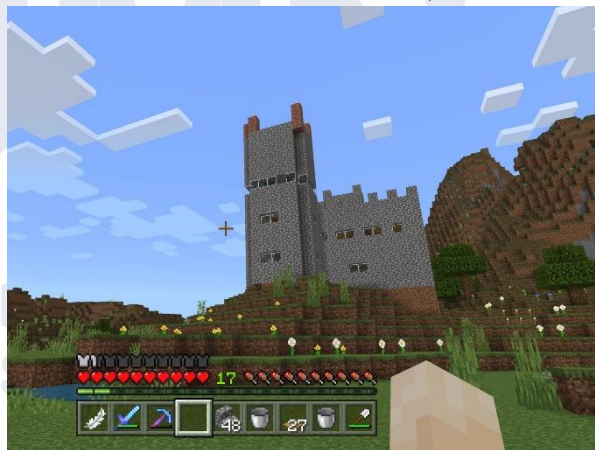
Gambar 2. 4 Elden Ring

Sumber: <https://www.theloadout.com/wp-content...>

Contoh dari open non-linear adalah *Red Dead Redemption*, *Elden Ring*, dan *Elder scroll*. Dalam *Elden Ring*, pemain dapat mengeksplorasi daerah yang telah tersedia dan dapat memilih memulai dari mana pun tanpa mengurangi pengalaman pemain.

4. *Open plot/sandbox*

Open plot memberikan kebebasan tertinggi diantara tipe plot lain karena tujuan dan arah sepenuhnya ditentukan oleh pemain. Contoh paling populer adalah Minecraft sebagai *game sandbox* sebelum mode berpetualang ditambahkan (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 43).



Gambar 2. 5 Minecraft

Sumber: <https://www.popsoci.com/diy/minecraft...>

Dalam tipe open plot, *game* biasanya memiliki pengulangan bermain yang tinggi, tanpa ketentuan menang-kalah yang jelas, dan sejauh apa pemain ingin mengeksplorasi

game sepenuhnya ditentukan oleh pemain tersebut tanpa tekanan untuk mengikuti narasi yang tersedia dalam *game*.

2.2.3.2 Mechanic

Mekanik adalah prosedur dan aturan *game*, dalam kata lain menjelaskan tujuan *game*, bisa atau tidaknya hal tersebut bisa dilakukan untuk meraih tujuan itu, dan kemungkinan apa yang terjadi ketika pemain mencoba hal tersebut.

a) *Space*:

Sebelum adanya desain atau aset, ada yang namanya “*magic circle*” atau ruang terjadinya permainan. Ruang tersebut bisa berupa 3 dimensi, 2 dimensi, 1 dimensi, atau bahkan 0 dimensi seperti *game* tebak-tebakan yang tidak memerlukan media, Selama ruang tersebut saling terhubung.

b) *Time*:

Waktu di permainan tidak selalu sama dengan waktu di dunia nyata. Beberapa *game* memang menggunakan waktu dunia nyata seperti catur atau permainan kartu. Namun dalam *game*, terutama dalam *turn-based game*, pemain dapat memanipulasi waktu dengan menghentikan atau mempercepat laju waktu (Schell, 2020).

c) *Object*:

Game yang hanya memiliki ruang tanpa objek tidak bisa dimainkan. Oleh karena itu, objek dibuat untuk mengisi ruang, baik berupa karakter yang dimainkan, musuh, benda latar belakang, peralatan dll. Setiap objek memiliki atribut atau kategori informasi tentang objek tersebut. Atribut tersebut bisa bersifat statis atau dinamis tergantung keperluan dan tidak semua perlu diinformasikan kepada pemain secara eksplisit. Selama dua objek yang berperilaku sama, terlihat sama dan jika berperilaku beda, maka perlu terlihat berbeda.

d) *Action*:

Aksi atau gerakan adalah hal yang bisa dilakukan oleh pemain dalam *game*. Gerakan terbagi menjadi dua jenis. Pertama, adalah gerakan dasar. Contohnya adalah bergerak maju-mundur, menyentuh objek, melompat, berlari. Kedua, adalah gerakan strategis. Atau bagaimana cara pemain mencapai tujuan dengan menggunakan gerakan dasar, misalkan pada *game* misteri, pemain mengurutkan potongan informasi untuk memunculkan kronologis kasus (Schell, 2020, hal. 289).

e) *Rules*:

Aturan adalah hal yang paling fundamental dari *game*. Aturan dibuat untuk menjadi batasan dalam bermain untuk mencapai tujuan. Aturan bisa dibuat tertulis atau implisit, biasanya dalam *game* digital aturan tersebut menjadi batasan fisik, contohnya jika pemain ingin menyeberangi sungai, harus lewat jembatan dan tidak bisa dengan melompat atau kemampuan khusus. Maka dari itu penting untuk mengantisipasi perbuatan curang oleh pemain karena berbuat curang bisa menurunkan keinginan bermain.

f) *Skill*:

Game memerlukan pemain memiliki beberapa *skill* atau kemampuan tergantung genre permainan. Secara umum, *skill* terbagi menjadi 3. Yang pertama adalah kemampuan fisik, contohnya seperti kekuatan, ketangkasan, koordinasi, dan stamina. Dalam hal ini termasuk ketangkasan pemain menggunakan *controller*.

Jenis kedua adalah kemampuan mental, contohnya kemampuan ingatan, observasi, pengambilan keputusan, dan memecahkan teka-teki. Ketertarikan pemain untuk menggunakan kemampuan mental dalam *game* berbeda-beda, namun tiap *game* akan selalu memerlukannya.

Jenis ketiga adalah kemampuan bersosialisasi. Baik sebagai kawan atau lawan, biasanya berupa membaca lawan, menipu lawan, dan berkoordinasi dengan rekan satu tim.

g) *Chance*

Chance atau kemungkinan atau probabilitas adalah hal yang membuat suatu *game* menarik karena memiliki elemen random. Ada alasan mengapa *game gacha* sangat populer. Hasrat pemain untuk mendapat hadiah terbaik dari kemungkinan yang ada. Teknologi membuat perhitungan probabilitas terselubung dari kalkulasi kode dalam sistem.

2.2.3.3 Aesthetic

Estetika bukan hanya menjelaskan elemen visual saja, namun pengalaman pemain menggunakan indranya ketika berinteraksi dengan *game*. Grafik, suara, *interface* harus terpadu dengan tema *game* yang dibuat (Schell, 2020. hal. 585)

Estetika yang baik perlu memberikan *feedback* kepada pemain, memperjelas informasi, dan memberi penghargaan atas aksi yang dilakukan. Detail estetika membantu mengomunikasikan pentingnya acara dan menjaga pengalaman tetap kohesif.

2.2.3.4 Technology

Teknologi adalah inti dari desain *game* kontemporer, yang memungkinkan menciptakan pengalaman interaktif yang lebih menarik dan mendalam lagi. Zaman sekarang, perancangan *game* sudah lebih banyak pilihan baik dari 2D atau 3D, yang berbayar maupun gratis.

2.3 UI/UX (User Interface/Experience)

UI adalah cara pengguna berinteraksi dengan sebuah perangkat, yang berarti termasuk *software* dan *hardware* perangkat tersebut. Tujuan utama UI adalah menyalurkan informasi dari perangkat menuju pengguna, oleh karena itu perancangan UI perlu menyeimbangkan antara informasi dan kemudahan pengguna. (Deacon, 2020, hal. 14)

UX adalah pengalaman pengguna ketika menggunakan produk atau jasa dengan tujuan memuaskan kebutuhan pengguna. Umumnya penggunaan kata UX digunakan untuk aplikasi atau *website* dan untuk kasus ini *game* digital. Untuk memuaskan pengguna, produk dirancang agar menjadi produk yang berguna dan mudah digunakan sehingga memunculkan rasa setia dan ingin selalu menggunakan produk (Deacon, 2020, hal. 8).

Pengalaman pengguna dapat didefinisikan sebagai proses mendesain produk yang berguna, mudah digunakan, dan menyenangkan bagi pengguna akhir. Dalam *game* digital, UX merangkum input mekanisme (kontrol), menu dan alur interaksi, animasi antarmuka dan efek suara, sistem kamera, dan *game feedback* (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 263).

2.3.1 Player Input

Pemegang platform besar seperti Sony, Nintendo, dan Microsoft mempopulerkan metode input spesifik yang berbeda tiap platform yang kini dikenal oleh pemain seolah hal tersebut menjadi standar wajib dalam menginput. Dalam mendesain input *game*, penting untuk mengurangi rasa penolakan pemain untuk mencoba memainkan *game* yang dibuat. Oleh karena itu perlu memaksimalkan nilai ergonomis dan keakraban pemain berdasarkan prioritas dan frekuensi penggunaan agar rasa penolakan tersebut hilang. (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 264).

Contohnya untuk platform PC tombol *keyboard* W untuk bergerak ke atas, A untuk bergerak ke kiri, S untuk bergerak ke bawah, D untuk bergerak ke kanan, dan mouse untuk menggerakkan kamera, klik kiri untuk berinteraksi dengan objek, dan klik kanan untuk membuka menu. Kramarzewski & De Nucci membagi tipe kontrol menjadi empat:

1. *Digital input:*

Tipe yang paling dasar. Terdiri dari dua status, aktif (1) atau non-aktif (0) seperti ketika menekan tombol *keyboard*, hanya bisa ditekan atau tidak ditekan.

2. *Analog input:*

Tipe ini memiliki jangkauan yang lebih luas. Contohnya stik analog di konsol modern yang bisa digerakkan atas, bawah, kiri, dan kanan serta tingkat kemiringannya. Hal ini bisa mengatur kecepatan pergerakan atau kecepatan kursor.

3. *Complex analog input:*

Beberapa konsol memiliki teknologi yang bisa melacak gerakan dan posisi yang bisa mempengaruhi kecepatan arah dan akselerasi dalam aksis 3D.

4. *Touchscreen controls:*

Beberapa layar sentuh bisa melacak hingga 10 titik kontak individu, akan tetapi hal tersebut belum tentu bisa dimiliki semua perangkat. Oleh karena itu disarankan untuk tidak membuat input yang melebihi 4 titik sentuh agar mengurangi kemungkinan salah input. Sentuhan di layar sentuh bisa digunakan sebagai ID unik untuk setiap titik kontak, posisi awal, mengubah posisi, membatalkan input, hingga menentukan intensitas sentuhan bila perangkat memadai.

2.3.2 Camera Systems

Kamera dalam *game* adalah hal penting yang menghubungkan pemain dengan dunia *game*. Selain untuk menunjukkan informasi kepada pemain, juga menyoroti hal-hal penting dan meningkatkan kemampuan pemain untuk berinteraksi dengan permainan. Pemilihan tipe kamera yang digunakan berpengaruh dengan tipe permainan yang akan dibuat. bisa saja kamera statis atau berubah-ubah bergantung konteks (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 267).

a. *Camera type*

1. *Static:*

Kamera statis sering digunakan untuk *game* yang papan permainan terlihat sepenuhnya dalam layar, seperti tetris. Contoh lain biasanya dari *game* lama semi 3D seperti

Resident Evil pertama, di mana *game* menampilkan latar secara penuh dengan pemain di dalamnya, hanya saja kamera statis yang berubah-ubah sudut pandang. Hal ini menimbulkan kesulitan bermain menggerakkan karakter. Sehingga tipe kamera ini populer di *game* teka-teki dan *game mobile* dimana pemain fokus berinteraksi dengan dunia *game* tanpa memusingkan posisi kamera.

2. *Manual camera*:

Kamera manual umumnya terdapat di *game* strategi dimana pemain bisa mengubah posisi kamera secara terbatas seperti batasan aksis 2D serta memperbesar atau memperkecil tampilan. Contohnya pada tampilan pertarungan di *game* *Arknights* di mana kamera statis, namun bisa bergerak ketika pemain memilih karakter yang akan dimasukkan ke dalam medan pertarungan.

3. *Tracking camera*:

Tipe kamera ini bisa mengikuti satu atau lebih karakter atau mengikuti aksi permainan. Kamera yang mengikuti aktor atau karakter umumnya untuk *game* yang berfokus pada karakter dan memiliki keleluasaan genre. Sedangkan kamera yang mengikuti aksi ada pada *game* arkade *shooter* seperti *House of the Dead* dimana kamera yang menentukan arah progress permainan tanpa input dari pemain dengan kelebihan pemain dapat terus melihat karakter yang dimainkan.

4. *Compound camera*:

Tipe kamera ini menggabungkan dua tipe kamera. Kondisinya bisa dipilih antara dua ini:

- a. Tipe *tracking camera* namun bisa diubah secara manual oleh pemain. Sering kali digunakan *game* 3D *action-*

adventure yang tidak bergantung pada pertarungan jarak jauh atau *platformer*.

- b. Tipe kamera manual yang bisa mengunci posisi atau opsi fokus. Pilihan yang bisa mengunci posisi kamera memudahkan pemain melacak pergerakan musuh dan mengarahkan serangan kepada musuh tersebut. Biasanya terdapat pada mekanis pertarungan *game* jarak dekat yang bertempo cepat dalam ruang 3 dimensi seperti *Elden Ring*.

b. *Viewing Perspective*

1. *First person:*

Perspektif orang pertama adalah perspektif yang sudah dikenal baik oleh manusia sebagaimana seseorang melihat dunia lewat perspektif pertama, sehingga pemain dapat memperkirakan jarak dan menavigasikan dunia tiga dimensi dengan mudah. *Game* dengan perspektif ini umumnya ada pada *game action/shooter* seperti *Doom*, *Portal* dan *Resident Evil 7*.

2. *Third person:*

Perspektif orang ketiga memiliki jangkauan yang luas dan pilihan genre yang bervariasi. Keuntungan perspektif ini adalah luasnya jangkauan pengelihatan pemain untuk melihat dunia dalam *game*, dapat melihat karakter dan interaksinya dengan karakter lain, dan cocok untuk *storytelling*. Berikut adalah variasi perspektif orang ketiga:

a) *Behind an avatar:*

Kamera diposisikan di belakang karakter atau di balik pundaknya. Hal ini menggabungkan kelebihan immersivitas perspektif orang pertama dengan penggambaran karakter melalui desain visual, kustomisasi, dan animasi avatar dari perspektif orang ketiga. Karena pemain tidak lagi terbatas lewat perspektif

karakter, pemain dapat lebih mudah menyadari keadaan di sekeliling mereka.

Dari segi perancangan, *game* yang menggunakan perspektif ini membutuhkan kemampuan merancang yang lebih sulit daripada *game single-player* dari perspektif orang pertama karena perlu membuat animasi dan desain karakter serta memastikan kamera berfungsi dengan baik di lingkungan yang sempit.

b) *Top down:*

Game yang menggunakan perspektif ini adalah *game* yang membutuhkan proyeksi dua dimensi dengan jarak penglihatan horizontal 360° seperti *game* strategi dan *management*, *dungeon crawlers*, dan aksi arcade bertempo cepat. *Game* sekarang jarang yang menggunakan perspektif atas bawah sejati, karena memiliki kemiringan sekian derajat agar bisa melihat sprite karakter dengan jelas.

c) *Isometric:*

Perspektif isometrik adalah proyeksi 2 dimensi dengan ukuran sumbu yang sama dengan kemiringan 120°. Perspektif ini sering digunakan *game* 2D untuk menciptakan ilusi kedalaman 3 dimensi. Banyak *game* yang menggunakan perspektif isometrik seperti *Farmville*, *SimCity 2*, dan *Hades*.

d) *Side view:*

Perspektif samping memudahkan pemain untuk memperhatikan lingkungan *game* dengan membatasi tampilan datar. Sehingga *game* yang sering menggunakan perspektif samping adalah *game platformer* dan *fighing*. Contohnya adalah *Ori and The Blind Forest*, *Terraria*, dan *Street Fighter*.

2.3.3 Feedback

Pada dasarnya, *game* adalah media interaktif. Sehingga komunikasi baik antar elemen dan aturan dalam *game* dengan pemain sangatlah penting untuk merancang *game* yang menyenangkan dan memuaskan. Jika pemain tidak menyadari hal dalam *game* maka sama saja elemen itu tidak ada (Kramarzewski & De Nucci, 2023, hal. 278). Timbal balik dalam *game* dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. *UI feedback:*

Antarmuka yang dirancang dengan baik harus dapat bereaksi dengan cepat dan jelas terhadap setiap input seperti memencet tombol, sentuhan, klik dll. dan juga hal-hal samar seperti menyorot objek sebelum konfirmasi input.

Contohnya saat mengarahkan kursor pada objek atau menyentuh tanpa melepas. Begitu pun jika input tidak dapat dilakukan maka umpan balik yang diberikan bisa menggunakan respons abstrak seperti menggunakan warna merah atau ikon larangan; atau respons lewat tulisan dalam layar. Umpan balik tersebut perlu menarik perhatian pemain untuk menandakan hal signifikan.

2. *Character and object animation:*

Aksi ini bisa saja mencerminkan pergerakan dunia nyata dengan melompat, berlari, meringkuk sekaligus animasi yang tidak terjadi di dunia nyata, contohnya mengubah warna, teleportasi, membesar dan mengecil dengan cepat.

3. *Physics:*

Hukum fisika dalam *game* biasanya menyimulasikan hukum fisika di dunia nyata meski tidak selalu mengikuti sepenuhnya. Contohnya hukum gravitasi yang umumnya digunakan untuk menyerupai hukum dunia nyata.

4. *Visual effect:*

Banyak cara untuk membuak efek visual dalam *game*. Mulai dari mengimpor animasi 2D, dibuat secara dinamis dalam *game engine*, hingga memasukkan efek visual dalam UI. Efek visual penting untuk menggambarkan hal abstrak yang tidak bisa diekspresikan dengan fisika dan animasi, sekaligus memperkaya level intensitas dan timbal balik aksi dalam *game*.

5. *Screen effect*:

Efek layar digunakan untuk meningkatkan dampak dan merefleksikan informasi penting seperti mengubah efek warna, kilatan cahaya, dan layar bergetar.

6. *Tactile feedback*:

Beberapa perangkat memiliki teknologi yang bisa memberikan sensasi sentuhan kepada pemain lewat getaran untuk menambah imersi bermain. Akan tetapi, tidak semua pemain menyukai efek getaran sehingga hal tersebut lebih baik menjadi hal opsional yang pemain dapat atur sesuka hati.

7. *Audio*:

Audio dapat menetapkan suasana dunia *game* dan menjadi tambahan timbal balik diluar efek visual. Baik secara efek suara seperti suara melangkah hingga musik ketika melawan musuh. Namun, selain *game* yang berfokus pada audio, jangan terlalu bergantung pada audio untuk menandakan informasi penting karena tidak semua pemain dapat mendengar atau menyalakan audio ketika bermain.

8. *Textual feedback*:

Timbal balik berupa tulisan digunakan untuk indikasi status dan *damage*, *healing*, jumlah produksi, hingga kombo skor sebagai contoh.

2.3.4 User Experience Design Principles

Prinsip desain adalah asas utama dari *user experience design* dan berupa proses atau outline untuk memandu penggunaan suatu produk agar

simpel, mudah diakses, dan memiliki desain yang menyenangkan dengan memilih dan mengatur elemen yang dimasukkan (Deacon, 2020, hal. 19). Prinsip tersebut dijelaskan di bawah ini:

1. Mengetahui kebutuhan pengguna:

Tujuan utama dari *user experience design* adalah memenuhi kebutuhan pengguna. Mempelajari apa yang pengguna inginkan dalam suatu desain diperlukan untuk membuat produk berkualitas. Dalam hal ini berupa *game* digital.

2. Mengetahui tahap proses perancangan terkini:

Merancang *user experience design* membutuhkan banyak hal yang perlu diimplementasi. Mengetahui posisi tahap yang sedang dijalani dengan jelas perlu dilakukan sebelum mencari tahu apa yang pengguna butuhkan.

3. Hierarki yang jelas:

Merancang *user experience design* membutuhkan navigasi yang jelas dengan tingkat stress terendah, hal ini ditunjukkan lewat hierarki yang jelas. Terdapat dua jenis hierarki: yang pertama adalah menjelaskan pengaturan konten diatur sepanjang proses mendesain. Sedangkan tipe kedua adalah hierarki grafis (*graphical hierarchy*) di mana pengguna dapat bernavigasi dengan mudah dalam sebuah *page* atau *section*.

4. *Consistency*:

Ketika merancang suatu produk, produk tersebut perlu terlihat familier dengan produk lain yang pengguna sering gunakan agar memudahkan pengguna dan desainer.

5. *Accessibility dan usability*:

Aksesibilitas berarti desain yang dibuat perlu dapat digunakan dan diakses oleh sebanyak mungkin pengguna, termasuk penyandang disabilitas. Sedangkan *usability* atau kegunaan berarti produk perlu dapat digunakan oleh pengguna dengan aman di atas estetika keindahan desain produk.

6. *Simple metaphor*:

Penggunaan kata yang umum diketahui oleh pengguna lebih baik daripada menggunakan jargon spesifik yang belum tentu dimengerti banyak orang.

2.3.5 Elemen Interface Design

Dalam mendesain UI, kemudahan pemain untuk berinteraksi secara mudah dan menyenangkan termasuk pertimbangan besar. Elemen ini dirancang berdasarkan analisis pengguna yang ditargetkan sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Hal tersebut memerlukan *game* dapat digunakan atau dimainkan dengan baik (Deacon, 2020, hal. 17). Kegunaan tersebut dibagi lagi menjadi komponen berikut:

1. *Learnability*: Hal ini merujuk akan kemudahan pengguna mempelajari aplikasi saat pertama kalinya. Semakin mudah untuk dipelajari maka akan semakin baik.
2. *Efficiency*: Hal ini mengukur kecepatan pengguna menyelesaikan hal yang ingin dilakukan dalam aplikasi. Pengguna perlu mencapai keinginannya dengan hasil yang diharapkan.
3. *Memorability*: Hal ini mementingkan kemampuan pengguna untuk mengingat kegunaan fitur-fitur dalam aplikasi setelah penggunaan pertama, terlepas dari frekuensi penggunaan.
4. *Errors*: Sistem aplikasi perlu mempertimbangkan ketika pengguna melakukan kesalahan. Maka kesalahan tersebut penting untuk ditangani dengan sopan dan penuh kesabaran.
5. *Satisfaction*: Dalam *game*, pemain mungkin memiliki kebebasan untuk mengeksplorasi sistem dan mekanik, akan tetapi sistem yang tetap mengatur arah permainan agar berjalan dengan mulus dan pemain mendapat hasil yang memuaskan.

Kesimpulan dari *game* digital adalah media interaktif yang mampu menggabungkan unsur cerita, mekanik, estetika, dan teknologi untuk menciptakan pengalaman yang menarik bagi pemain. Dengan mempertimbangkan karakteristik

target pengguna, genre permainan, serta prinsip UI/UX yang baik, *game* dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan informasi, membangun keterlibatan emosional, dan meningkatkan pemahaman pengguna terhadap suatu pesan atau topik yang diangkat dengan kemampuan untuk mengulang *game* kapanpun.

2.4 Folklor

Melansir dari KBBI, folklor bermakna “adat-istiadat tradisional dan cerita rakyat yang diwariskan secara turun-temurun, tetapi tidak dibukukan”. Kata ini merupakan kata serapan majemuk dari bahasa Inggris *folklore*. *Folk* berarti orang yang memiliki ciri fisik dan kebudayaan yang bisa dibedakan dengan kelompok lainnya, dan *lore* yang berarti kebiasaan atau kebudayaan (Endraswara, 2013). Dalam bukunya, ia mengutip Bascom (1965) tentang fungsi dari folklor:

1. Sebagai sistem proyeksi atau alat pencerminan angan-angan kolektif.
2. Sebagai pengesahan perilaku dan lembaga kebudayaan.
3. Sebagai alat pendidikan.
4. Sebagai alat untuk mengawasi dan mengatur agar norma masyarakat terus dipatuhi oleh keseluruhan anggotanya.

Di antara bentuk folklor, legenda merupakan bagian dari folklor lisan, yaitu cerita prosa yang diturunkan secara turun menurun yang mengisahkan tentang tokoh atau peristiwa yang benar terjadi akan tetapi ditambahkan hiperbola seperti keajaiban atau kesaktian, namun di saat yang sama tidak dianggap suci dan bisa terjadi di tiap zaman (Nurgiyantoro, 2013, hal. 182).

Sesuai dengan fungsi folklor, cerita legenda dapat digunakan sebagai media pendidikan untuk melanjutkan nilai-nilai budaya yang bermanfaat untuk kebaikan individu dalam sikap dan perilaku kehidupan sehari-hari agar terjadi keseimbangan dan keharmonisan di masyarakat (Tondang et al., 2024). Pernyataan dari Ningsih dan Rizki (2024) di jurnalnya tentang Pengaruh Cerita Rakyat dalam Pembentukan Nilai-Nilai Budaya Lokal: Pendekatan Fenomenologi, cerita rakyat memiliki peran penting dalam pembentukan

dan pemeliharaan nilai-nilai budaya lokal karena membuat generasi muda semakin paham tentang sejarah dan tradisi yang ada di daerahnya.

Cerita rakyat dapat lebih dikenal dengan generasi muda dengan menggunakan adaptasi karya. Adaptasi karya dari satu media ke media lain tidak dapat memiliki kesamaan 1:1 karena keterbatasan media mempengaruhi materi yang dapat diperlihatkan. (Hutcheon, L. 2006. hal. 16-17). Mengadaptasi folklor menjadi *video game* memiliki keunggulan atas respons emosional terhadap pengalaman mendalam yang ditimbulkan oleh efek visual dan audio (suara dan musik) menciptakan “tingkat keterlibatan yang mendalam” yang tak tertandingi oleh kebanyakan media lainnya. Berbeda dengan folklor yang diceritakan secara lisan dan bergantung pada pencerita untuk menentukan alur cerita yang disampaikan, *video game* memberikan agensi kepada audiens untuk menikmati alur cerita dalam batasan logis sebuah *game* (hal. 50-51).

Dapat dipahami bahwa folklor merupakan warisan budaya yang diwariskan secara turun-temurun dan berfungsi sebagai sarana pendidikan, pelestarian nilai budaya, serta pengatur norma sosial dalam masyarakat. Salah satu bentuk folklor, yaitu legenda, mengandung pesan moral yang dapat dijadikan media pembelajaran bagi generasi penerus. Melalui proses adaptasi ke media modern seperti *video game*, nilai-nilai yang terkandung dalam folklor dapat disampaikan dengan cara yang lebih interaktif, mendalam, dan relevan bagi masyarakat masa kini tanpa menghilangkan esensi pesan yang ingin diwariskan.

2.5 Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu mengenai media interaktif dengan topik serupa ditelusuri dan ditinjau untuk mengetahui elemen yang telah digunakan sebagai referensi sekaligus menghindari pengulangan metode yang digunakan. Sejumlah penelitian membahas topik legenda nusantara dengan aplikasi perancang *game* kontemporer sebagaimana tabel dibawah.

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Perancangan Media Informasi Interaktif Legenda Danau Batur untuk Anak Usia 9–12 Tahun di Bali	I Komang Bayu Aribawana (2022)	Mengembangkan kisah Legenda Danau Batur menjadi <i>interactive storytelling</i> dalam bentuk <i>website</i>	Mengemas kisah legenda dalam media digital interaktif tentang legenda yang berasal dari Bali
2	Rancang Bangun <i>Game</i> Edukasi Peduli Lingkungan Sebagai Media Pembelajaran Berbasis Android	Mubarak (2024)	Mengembangkan <i>game</i> edukasi berupa kuis bertopik menjaga lingkungan	Menggunakan aplikasi Constuct 2 dan Unity
3	Pengembangan <i>Game</i> Edukasi Berbasis Mitologi Nusantara	Brian Bijai Ramadhan (2024)	Mengembangkan <i>game</i> berbasis fantasi dengan menggabungkan elemen modern seperti orang modern yang terjebak di masa Majapahit.	Menggunakan RPGmaker MV dan JavaScript

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, dua judul fokus memperkenalkan budaya nusantara seperti cerita Legenda Danau Batur dan tokoh terkenal dari era Majapahit. Mekanik *game* dari “Pengembangan *Game* Edukasi Berbasis Mitologi Nusantara” berfokus dengan genre RPG klasik dengan gaya visual piksel di mana

pemain menjadi karakter modern yang terjebak di masa lalu, bertemu dengan Gajah Mada dan tokoh lain, mempelajari artifak, serta bertarung melawan makhluk mitologi era tersebut.

Sedangkan untuk media interaktif pada penelitian “Perancangan Media Informasi Interaktif Legenda Danau Batur untuk Anak Usia 9–12 Tahun di Bali” memiliki aspek *storytelling* yang kuat dan interaktivitas yang sederhana, berupa mengeklik dan mengusap laman *website* untuk melanjutkan cerita. Namun aspek visual dan narasi media tersebut yang menjadi daya tarik utama. Pada *game* penelitian “Rancang Bangun *Game* Edukasi Peduli Lingkungan Sebagai Media Pembelajaran Berbasis Android”, interaktivitas dalam *game* bervariasi dan UI *game* tersebut memiliki kepadatan informasi yang cukup.

Game yang akan dirancang menggunakan topik serupa dengan Legenda Danau Batur, akan tetapi tentang Legenda Danau Tolire dengan fokus narasi dan menggunakan aplikasi Figma untuk memudahkan perancangan aset 2D.

