



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Game Design*

Interaktivitas telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Menurut *English Oxford Living Dictionary*, interaktivitas (*interactivity*) adalah kemampuan komputer dalam merespon masukan dari pengguna. Di era modern yang diperkaya dengan pesatnya perkembangan teknologi ini, interaktivitas menjadi kunci utama dari berbagai aspek kehidupan manusia, dimulai dari telepon genggam, laptop atau komputer, kendaraan, mesin pabrik, berbagai peralatan elektronik, dan lain-lain.

Di dalam dunia *game*, interaktivitas merupakan salah satu kunci untuk menarik perhatian pemain. Menurut Miller (2004), jika tidak ada interaktivitas, maka hiburan digital hanya akan menjadi sebuah duplikat dari hiburan tradisional. Keunggulan yang signifikan dari hiburan digital dibandingkan dengan hiburan tradisional adalah bagaimana media hiburan digital dapat memberikan respon bagi pengguna sehingga terjadi interaksi dari kedua pihak.

Weber, Behr, dan DeMartino mengatakan bahwa interaktivitas sendiri adalah sebuah konsep yang umum dalam literatur *game* (p. 2). Interaktivitas pada *game* dapat menambah efek dari *game* tersebut dengan memberikan *feedback* yang konstan dan cepat kepada pemainnya (Carnagey & Anderson dalam Weber, Behr, & DeMartino, 2004). Seorang desainer *game* harus dapat menyesuaikan *game* karyanya dengan orang-orang yang akan memainkannya, karena itu interaktivitas merupakan salah satu kunci dari pembuatan sebuah *game*.

Game adalah sebuah permainan yang bertujuan untuk dinikmati para pemainnya. Dalam hal ini, *game* memiliki persamaan dengan film dan literatur, yang dibuat untuk menstimulasi pikiran dan perasaan. Bedanya, *game* dapat memberikan kepuasan dalam partisipasi dan proses memainkannya, sedangkan film dan literatur hanya dapat dibaca dan ditonton (Pagulayan, Keeker, Wixon, Romero, dan Fuller, 2000).

Sejak tahun 1980an, orang-orang sudah mulai memiliki impian untuk membuat sebuah kajian teori mengenai *game*. Hal ini terkait dengan perkembangan dunia digital sebelum menjadi semaju yang kita kenal sekarang. Teori-teori seperti bagaimana perkembangan kreativitas di industri *game digital*, bagaimana industri ini dapat membantu orang-orang dengan keterbelakangan untuk belajar, bagaimana proses mendapatkan keahlian dalam industri digital, sampai teori tentang pengaruh *game* “Space Invader” terhadap pergelangan tangan pemain (Bryce & Rutter, 2006, p. 1).

Menurut Brathwaite dan Schreiber (2009), *game design* adalah sebuah proses menciptakan aturan dan isi dari suatu *game*. Desain *game* yang baik adalah proses menciptakan suatu tujuan di mana pemain akan termotivasi untuk mencapainya dan suatu aturan yang harus dipatuhi selama pemain membuat keputusan-keputusan dalam mencapai tujuan tersebut. Bates (2004) berpendapat *game design* adalah sebuah seni yang kolaboratif. Desain dari suatu *game* harus benar-benar dipikirkan secara matang, dari sebuah ide, karakter, *gameplay*, dan lain-lain. Hal ini dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen dengan

sesuatu yang baru. Pemain *game* biasanya tertarik untuk mencoba sesuatu yang baru dan berbeda, tetapi mereka tidak mau mengambil resiko. (Bates, 2004)

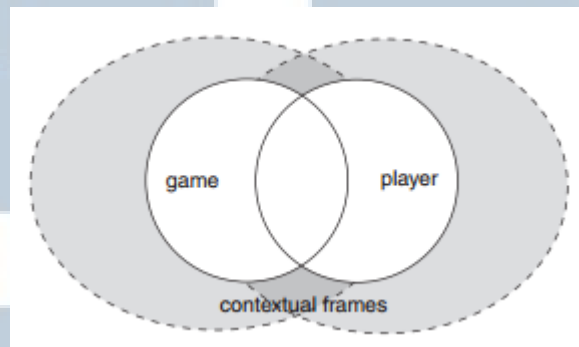
Game design terdiri dari proses mengimajinasikan sebuah *game*, mendefinisikan bagaimana *game* tersebut akan bekerja, mendeskripsikan elemen-elemen yang membuat *game* (konsep, fungsi, *art*, dan lain-lain), memberitahukan informasi mengenai *game* tersebut kepada tim yang akan membuatnya, dan menyempurnakan *game* tersebut melalui pengembangan dan berbagai tes (Adams, 2014). Tiap-tiap proses tersebut sangatlah penting dalam pembuatan *game* dan tidak ada yang bisa dilewatkan.

Menurut Rouse (2005), *game design* adalah sebuah faktor penentu mengenai setiap detail bagaimana *gameplay* akan berfungsi, baik dari bentuk *gameplay*, pilihan yang akan disediakan untuk pemain beserta cabang-cabangnya, kriteria bagi kemenangan atau kekalahan pemain, seberapa besar kontrol pemain dalam *game*, informasi apa yang akan disampaikan, dan seberapa susah *game* tersebut

Salah satu hal yang paling penting dalam membuat *game* ialah bagaimana pembuat *game* harus memposisikan diri mereka sebagai pemain. Para desainer *game* harus memikirkan pandangan pemain mengenai cerita dari *game*, cara memainkannya, cara untuk memenangkan atau menyelesaikannya, hal yang harus dilakukan di dalamnya, dan alasan mengapa pemain ingin memainkan *game* tersebut (Brathwaite & Schreiber, 2009, p. 2).

Mayra (2008) berpendapat bahwa unsur *game*, pemain, beserta konteks dari keduanya tidak dapat terpisahkan dan saling melengkapi satu sama lain.

Konteks yang dimaksud adalah berbagai informasi yang relevan untuk mengembangkan *game* tersebut untuk bisa dinikmati oleh para pemain.



Gambar 2.1. Diagram Venn Untuk Mengilustrasikan Interaksi Antara *Game* dan Pemain (F. Mayra, 2008)

Selain memposisikan diri sebagai pemain, riset juga merupakan suatu hal yang penting dalam mendesain sebuah *game*. Mayra (2008) mengatakan bahwa riset dapat memberikan berbagai pilihan alternatif mengenai arah dari *game* yang sedang dikembangkan, dan juga pendapat dari para pemain sendiri untuk membantu proses produksi.

Riset-riset lain mungkin bertujuan untuk membuat sebuah makalah atau esai, tetapi riset *game* memiliki tujuan utama, yaitu memproduksi *game* itu sendiri. Beberapa cara riset yang bisa digunakan misalnya mewawancarai sebuah grup yang berfokus pada jenis *game* tertentu, observasi, berpartisipasi dalam suatu kegiatan yang berhubungan dengan *game* yang akan dibuat, dan lain-lain (Mayra, 2008, p. 164).

Partisipasi dari seorang desainer *game* tidak akan cukup hanya dengan memainkan satu atau dua dari ribuan atau bahkan jutaan *game* yang ada di luar sana. Untuk mendalami dunia *game*, pembuat *game* harus memainkan berbagai variasi *game* dan menganalisa unsur-unsur yang ada di dalamnya. Pandangan

yang akan didapatkan ketika seorang *gamer* biasa bermain dengan seorang *game developer* (pembuat *game*) tentunya akan berbeda.

Developer yang baik harus memperhatikan sejarah dari *game* yang dimainkan, konsepnya, dan cakupan dari *game* tersebut, lalu membuat catatan untuk dirinya sendiri dan mempertimbangkan pengalaman yang didapatkan dari sisi pemain (Mayra, 2008).

Kunci dari suatu *game* yang selalu ditanamkan para *developer* pada *game* mereka adalah sebuah desain yang baik (Oxland, 2004). Dengan menggabungkan kedua hal tersebut, yaitu bagaimana desainer harus memosisikan diri sebagai pemain dan membuat sebuah desain yang baik, maka pemain akan menikmati hasil dari *game* tersebut. Seorang desainer *game* harus dapat memahami keinginan pemain yang ditargetkan, karena itu dibutuhkan riset, survei, dan/atau wawancara untuk dapat mengetahui keinginan mereka.

2.2. Environment Design pada Game

Menurut *Cambridge Dictionary* (<http://dictionary.cambridge.org/>), *environment* (*noun/kata benda*) adalah kondisi sekitar (*surroundings*) yang mempengaruhi bagaimana perasaan atau seberapa efektif seseorang dapat hidup dan bekerja. *Environment design* adalah bagian dari *level design* yang merupakan proses mengkonstruksi pengalaman untuk pemain dengan menggunakan komponen yang disediakan oleh desainer *game* (Adams, 2014). Seorang desainer *environment* memiliki tugas untuk menciptakan sebuah ruang (3D atau 2D) dan menentukan isinya. Isi dari desain tersebut terdiri dari kondisi awal *environment*, perpindahan

pemain dari satu tempat (*level*) ke tempat lain, suasana suatu tempat yang dapat berubah karena suatu kejadian tertentu atau karena suatu pemicu, dan sebagainya.

Setiap *game* memiliki *environment* dalam satu bentuk atau yang lain, dari *game* dua dimensi yang *flat* dan terbatas hingga *game* tiga dimensi yang dunianya terus berkembang dan abadi. Sebuah *environment* yang sukses harus dibuat secara detail sebagai sarana untuk ‘mempertunjukkan’ *game* tersebut. *Environment design* bahkan dapat dibilang sebagai sebuah bentuk seni tersendiri. Hal ini karena bagian tersebut sangat berkaitan dengan fase konsep, misalnya “Resident Evil”, *game* ini memiliki *environment* yang menegangkan dan mengerikan karena *genre* yang ditentukan adalah horor (Chandler, 2007).



Gambar 2.2. *Environment* dari “Resident Evil”
(Resident Evil: Revelations 2, Episode 2, 2015)

Menurut Oxland (2004), untuk menjadi seorang desainer *environment* yang baik dibutuhkan pemahaman akan ruang yang baik, kreativitas, latihan, kerja keras, serta mengakui ketika desain yang telah dibuat tidak berhasil. Sudah menjadi tugas seorang desainer *environment* untuk membuat latar dan suasana

dari sebuah *game* untuk membuat dunia yang realistis dan dapat dioperasikan oleh karakter (Kennedy, 2013). *Environment* merupakan salah satu komponen kritikal yang harus ada di dalam sebuah *game*. Komponen tersebut memandu pemain dalam menelusuri fitur-fitur dari *game* serta menggerakkan mereka untuk memasuki level selanjutnya.

Sebagai komponen yang mempengaruhi kesan pemain terhadap *game*, dalam mendesain *environment* ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti pencahayaan dan efek spesial, unsur animasi, *modelling* dari karakter dan aset beserta teksturnya, dan lain-lain (Saulter, 2007). Gaya desain dari *environment* juga harus konsisten dan dapat dibedakan dengan gaya *game-game* lain dengan memiliki ciri khas tersendiri. Desainer *environment* bisa dikatakan sukses jika pemain dapat mengenali *game* secara cepat hanya dengan melihat visual dari *game*-nya tanpa melihat judulnya terlebih dahulu.

Oxland (2004) menyatakan bahwa *environment* adalah bagian dari sebuah *game* dengan awal dan akhir, yang diseimbangkan oleh berbagai tantangan dan memiliki klimaks yang signifikan untuk para pemain. Sebuah *game* yang ideal harus memiliki *environment* yang dapat mendukung dunia imajinasi dari *game* tersebut (Skolnick, 2014). Dengan begitu, pemain bisa mendapatkan pengalaman bermain yang imersif dan juga merasakan ketegangan dari *game* yang dimainkan. *Game* adalah bentuk imajinasi yang menjadi kenyataan bagi sebagian pemain.

Environment tidak hanya digunakan di dalam *game*. Baik film, animasi, atau bahkan sebuah ilustrasi mengaplikasikan berbagai hal yang juga diaplikasikan di dalam *game environment*. Di dalam media yang berbeda pun,

environment memiliki peran yang sama, yaitu untuk mendukung cerita dan karakter yang ada di dalamnya dan memancarkan suasana yang sesuai untuk membantu para penonton atau pemain dalam memahami dan terhubung dengan karyanya dan makna yang ingin disampaikan.

Adams (2014) menyatakan bahwa *environment* harus dispesifikasikan, baik dari *tone*, tekstur, dan hal-hal yang berhubungan dengan estetika untuk dapat mengatur suasana yang sesuai dengan *game* tersebut. Misalnya level tertentu dari *game* A adalah sebuah rumah hantu yang menakutkan, maka harus dipikirkan bagaimana desain dari *environment* di dalamnya, bagaimana bentuk rumahnya, dan hal-hal apa yang dapat ditambahkan di dalam rumah tersebut agar terlihat menakutkan.

Menurut Skolnick (2014), dalam mendesain *environment* dalam bentuk ruang arsitektural, dibutuhkan riset yang dalam untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut.

1. Orang-orang seperti apa yang hidup di dalamnya?
2. Seperti apa kehidupan mereka?
3. Seberapa makmur mereka?
4. Apa yang mereka sukai dan tidak sukai?
5. Apakah mereka lebih mementingkan bentuk atau fungsi?
6. Kapan bangunannya dibangun?
7. Seberapa banyak populasi mereka?
8. Apakah mereka fokus dengan kenyamanan mereka?
9. Apa tujuan dibangunnya tempat ini?

10. Apa tujuan dan fungsi dari masing-masing ruangan-ruangan di dalamnya?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, maka desainer dapat memahami garis besar dari hal-hal yang harus dirancang untuk *environment* dari *game* yang akan dibuat.

Biasanya, di beberapa *game*, terdapat juga benda-benda tertentu yang dapat berinteraksi dengan pemain dan terletak di *environment* itu sendiri, namun memiliki visual yang sedikit berbeda. Misalnya outline yang lebih tebal, warna yang lebih menonjol, visual yang lebih tajam, dan sebagainya agar pemain dapat dengan mudah menemukannya (Feil dan Scattergood, 2005). Hal ini menjadi hal yang lumayan signifikan dalam *gameplay* karena jika benda tersebut tidak dibedakan maka pemain akan kesulitan dalam mencari benda tersebut. Ini membuktikan bahwa *environment* berkesinambungan dengan berjalannya *gameplay* beserta rintangan-rintangan ataupun *puzzle* di tiap-tiap level yang disajikan.



Gambar 2.3. Penggunaan Warna Merah untuk *Check Point*
(Detention, 2017)

Warna sendiri memiliki peran yang penting untuk menyampaikan pesan melalui gambar (visual). Walau terkadang warna cenderung tidak begitu diperhatikan atau bahkan diremehkan, warna dapat mengkomunikasikan apa yang desainer ingin sampaikan kepada target mereka, dari tingkatan psikologis maupun emosi. Hal itu juga membuat desainer harus memperkirakan, respon apa yang dapat diberikan oleh target mereka dari warna-warna yang akan mereka pakai (Zeegen, 2009).

Bagi tiap-tiap orang, suku, budaya, warna dapat memiliki arti yang berbeda-beda. Tetapi ada juga standar yang sudah mendunia untuk beberapa jenis warna, seperti biru menandakan dingin, merah dan oranye menandakan hangat, dan sebagainya (Feil dan Scattergood, 2005). Desainer harus mempertimbangkan hal tersebut ketika ingin menyampaikan pesan di dalam desainnya, apakah ia akan membuat desain dalam tingkatan nasional atau internasional, atau ingin menargetkan kelompok tertentu. Warna juga bisa digunakan untuk membuat target berfokus kepada bagian tertentu (Pardew, 2005).

Tekstur juga adalah bagian penting dari sebuah environment. Tekstur berhubungan erat dengan konsep yang ingin disampaikan. Dari tekstur alam (terrain) sampai arsitektur, masing-masing memiliki tekniknya sendiri sendiri. Untuk tekstur pada suatu arsitektur, biasanya lebih sulit dibandingkan dengan terrain karena memiliki banyak benda-benda di dalamnya, seperti jendela, pintu, tangga, dan lain-lain (Feil dan Scattergood, 2005).



Gambar 2.4. Penggunaan Tekstur pada Rumah Kayu
(Distrain, 2015)

Seringkali kita mungkin mendengar komentar dari para *gamers* di sekitar kita, bagaimana mereka sangat menyukai suatu *game* dan ingin hidup di dalamnya. Hal tersebut merupakan salah satu kesuksesan *environment* yang dapat memikat para pemain, karena semakin interaktif suatu *environment*, maka semakin tipis garis yang memisahkan antara fiksi dan realita (Fromme dan Unger, 2012). Sebagai desainer *game*, kita tetap harus mengingatkan pemain kepada realita untuk mencegah dampak buruk yang dapat disebabkan oleh *game* yang dimainkan dengan menonjolkan obyek yang penting, misalnya obyek untuk *power-up*, yang pastinya bukan sesuatu yang dapat ditemukan di dunia nyata (p. 38).

2.3. Mitos Hantu Lokal di Indonesia

Sebuah cerita mungkin tidak hidup, tetapi mereka dapat menganimasikan kehidupan manusia. Cerita dapat bekerja dengan manusia, untuk manusia, dan selalu bekerja kepada manusia, mempengaruhi perspektif manusia dari berbagai

aspek kehidupan, bahkan dalam pengambilan keputusan (Frank dalam Zipes, 2012).

Di dalam budaya barat, cerita rakyat atau *folklore* adalah sebuah bentuk cerita/kisah, kepercayaan, praktik, kerajinan tangan, bahasa, atau legenda yang berkembang di masyarakat dan secara lisan diturunkan dari generasi ke generasi (Quinn, 2006). Suatu cerita rakyat terbentuk karena cerita yang diwariskan secara turun temurun dan bahkan menjadi bagian dari budaya daerah-daerah tertentu.

Tipe cerita yang termasuk dalam *folklore* biasanya memiliki hubungan dengan kehidupan nyata dan dapat diaplikasikan di dalamnya, karena memiliki unsur yang bisa terjadi di kehidupan sehari-hari. Cerita-cerita tersebut menjadi relevan terhadap keluarga, klan, dan suku-suku tertentu yang diwariskan baik secara lisan, atau bahkan lewat sikap dan perilaku (Zipes, 2012).

Budaya yang berbeda-beda di dunia ini memiliki pola kejadian yang sama dalam mengkomunikasikan cerita mereka, namun pengaplikasiannya meliputi referensi yang spesifik dari kenyataannya, dari kebiasaan, ritual, dan kepercayaan yang berujung kepada tipe cerita yang bervariasi. Contohnya seperti cerita Tangkuban Perahu, yang merupakan sebuah legenda tentang bagaimana gunung tersebut dibuat dengan cara yang bisa dikatakan 'gaib', namun gunung tersebut memang benar ada di Jawa Barat, sekitar 20 km dari kota Bandung. Selain itu, ada juga mitos tentang hantu atau makhluk gaib seperti Tuyul, Kuntilanak, Nyi Roro Kidul, dan sebagainya.

Salah satu contoh *game* karya anak bangsa yang mengangkat *folklore* Indonesia adalah "DreadOut", sebuah *supernatural horror game* yang

menggunakan beragam cerita hantu dari Indonesia, seperti Babi Ngepet, Sundel Bolong, Kuntilanak, dan lain-lain. *Game* tersebut dibuat oleh sekelompok anak-anak muda dari Bandung dengan nama *Digital Happiness*.



Gambar 2.5. Poster *Game* “DreadOut”
(DreadOut, 2014)

Pada *game* yang akan diproduksi, *folklore* yang akan digunakan adalah dari daerah Semarang, yaitu Wewe Gombel. Banyak *game* yang mengangkat tema hantu Indonesia, namun belum ada yang mengangkat tentang Wewe Gombel. Makhluk mitos ini adalah sebuah *folklore* yang berasal dari sebuah desa di Bukit Gombel, Semarang. Wewe Gombel adalah roh perempuan yang meninggal bunuh diri. Ia mengakhiri hidupnya setelah mengetahui bahwa suaminya selingkuh karena ia tidak bisa memiliki anak (Tim Pustaka Horor, 2012).

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



Gambar 2.6. Ilustrasi Wujud Wewe Gombel
(hantupedia.com, 2016)

Pada awalnya pasangan suami istri tersebut hidup bahagia, namun karena sang istri tidak bisa memiliki anak, sang suami kemudian selingkuh. Ketika hal itu ketahuan oleh istrinya, ia membunuh suaminya lalu kemudian bunuh diri. Ciri khas dari Wewe Gombel adalah perempuan atau wanita tua dengan payudara yang panjang menjuntai sampai ke lututnya (urbanlejen, 2013). Mitos Wewe Gombel sering dijadikan peringatan dari orangtua kepada anak-anaknya agar mereka tidak main keluar hingga larut malam. Konon, Wewe Gombel suka menculik anak-anak yang ditelantarkan dan kurang kasih sayang dari orangtuanya, dan identik pada waktu malam hari, tepatnya setelah maghrib.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA