BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Game

Seorang sosiolog Perancis, Roger Caillois (Prawira, 2009, h.16) mendefinisikan *game*s sebagai sebuah aktivitas yang harus memenuhi beberapa karakteristik, yaitu:

1. *Fun*: sebuah aktivitas yang memberikan kesenangan dan tidak menyakitkan hati.
2. *Separate*: terpisah secara ruang dan waktu
3. *Uncertain*: hasil luaran dari aktivitas ini sulit untuk dilihat
4. *Non-produktive*
5. *Governed by rule*s: memiliki aturan main yang berbeda dengan kehidupan nyata
6. *Fictitious*: diciptakan sebagai dimensi kehidupan yang berbeda dengan kenyataan.

2.1.1. *Video game*

Video game merupakan permainan yang melibatkan interaksi antara pemain dan mesin (sistem), dalam bentuk visual yang bersumber dari perangkat audio video. Kata video dalam video *game* mengacu pada mesin *game* yang memiliki sarana tampilan (Prawira, 2009, h.17). Memainkannya pun tak lagi konvensional dengan mesin *video game arcade*, kali ini dengan komputer

maupun konsol (Wii, PS, Xbox) yang terkoneksi dengan internet, yang disebut dengan istilah *online game*.

Dalam Prawira (2009, h.18) beberapa istilah yang umumnya digunakan dalam dunia *videogames* adalah sebagai berikut:

1. *Platform*

   Istilah "platform" merujuk kepada kombinasi khusus dari perangkat keras dan lunak komputer yang mengoperasikan video *game. Personal computer*s merupakan platform yang populer dalam dunia video *game* sebagai PC *game*s. *Console* atau mesin adalah perangkat komputer yang diciptakan khusus untuk mengoperasikan video *game*, biasanya disertai perangkat tambahan sebagai syarat pengoperasian.

2. *Genre*

   Video *game*, seperti halnya bentuk-bentuk media lainnya, dikategorikan ke dalam jenis-jenis tertentu berdasarkan beberapa faktor, diantaranya *gameplay*, tujuan permainan dan faktor lainnya. *Genre* kemudian diartikan sebagai varian / *type game*. Industri *game* mengembangkan bentuk *game* yang mirip dengan kehidupan nyata, lengkap dengan kompleksitas jalan cerita dan kedalaman tampilan visual. Beberapa *genre* yang dikenal dalam perkembangan game saat ini adalah *Maze Game, Board Game, Card Game, Battle Card Game, Quiz*

Game, Puzzle Game, Shoot Them Up, Side Scroller Game, Fighting Game, Racing Game, Turn Based Strategy Game, Real Time Strategy Game (RTS), SIM, First Person Shooter (FPS), First Person 3D Vehicle Based, Third Person 3D Games, Role Playing Game (RPG), Adventure Game, Educational and Edutainment Sports dan *Simulation.*

3. *Types of videogames*

Video *game* dikembangkan dengan tujuan utama sebagai sarana hiburan. Namun demikian beberapa jenis video *game* dikembangkan untuk tujuan lainnya. Beberapa jenis yang dikenal luas yaitu *adventure game, educational game, propaganda game (militainment)* dan lain-lain. Sebagian besar dari jenis games tersebut dikategorikan sebagai "game serius"

2.1.2. *Gameplay*

Game dapat dikenali dari "apa yang pemain lakukan", istilah ini sering dikenal sebagai *gameplay*, suatu istilah yang muncul diantara para desainer *game* komputer di tahun 1980. Unsur utama *gameplay* dalam konteks ini adalah perangkat dan aturan-aturan yang menggambarkan keseluruhan konteks dan konten *game* yang pada gilirannya menghasilkan keterampilan, strategi, dan tantangan. Dalam Prawira (2009, h.20) Gameplay juga diartikan sebagai seluruh pengalaman yang didapatkan oleh

pemain selama berinteraksi dengan sistem *game*. Istilah ini digunakan secara luas pada bidang video *game* atau komputer *game* sejak era pengembangan *games* pada tahun 1980 yang memiliki arti sempit sebagai pola permainan.

Secara umum, istilah "*gameplay*" dalam bidang video *game* digunakan untuk menjabarkan keseluruhan pengalaman (aksi) yang didapatkan melalui permainan termasuk faktor-faktor grafis, suara dan jalan cerita. Sedangkan istilah "*games mechanics*" merujuk pada sub-elemen dari *gameplay* yaitu kendali utama dan sistem pergerakan karakter pada *game.*

2.1.3. Tema

Tema adalah dasar cerita, pokok persoalan yang ingin dipecahkan pengarang melalui hasil karyanya (Suharianto dalam Suswanto (2002, h.28) Istilah 'tematik' dalam kamus filsafat menunjukkan ciri khusus kegiatan tahu dan pengetahuan manusia. Pengetahuan tematik berarti apa yang explicit, reflex, tepat, secara konseptual. Secara khusus tema dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Yang menjadi persoalan dalam cerita.
b. Ide atau makna yang terkandung dalam keseluruhan cerita dan merupakan suatu gagasan sentral yang menjadi dasar penyusunan cerita kepada pengamatnya.

Tiga hal yang harus diperhatikan mengenai tema (Esten dalam Suswanto (2002, h.9).

a. Dilihat persoalan mana yang paling menonjol.
b. Secara kuantitatif persoalan mana yang paling banyak menimbulkan konflik, konflik yang melahirkan peristiwa-peristiwa.
c. Menentukan waktu peceritaan, yaitu yang diperlukan untuk menceritakan peristiwa-peristiwa atau tokoh-tokoh di dalam cerita.

Tema menjelaskan apa yang menjadi persoalan dalam cerita karena itu sifatnya netral dan belum ada kecenderungan untuk memihak.

2.2. Karakter

Lubis dalam Suswanto (2002, h.18) mengembangkan perwatakan atau penokohan sebagai berikut:

a. Pelukisan bentuk lahir.
b. Pelukisan jalan pikiran pelaku atau apa yang terlintas dalam pikirannya.
c. Pelukisan reaksi pelaku terhadap kejadian-kejadian tertentu.
d. Penganalisaan atau pemberian langsung watak pelaku yang bersangkutan. Biasanya karakter manusia bersifat tunggal, artinya

satu manusia memiliki satu karakter, seperti kebaikan, kebodohan, kecerdikan, dan lainnya.

e. Pelukisan keadaan sekitar pelaku.
f. Pelukisan pandangan pelaku lain terhadap pelaku utama.
g. Pelukisan watak pelaku-pelaku lain tentang pelaku utama.

Dalam membangun perwatakan dikenal tahap-tahap sebagai berikut (Rusyana, 1979, h.141), yaitu tahap fisikal, sosial, psikososial, dan moral. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Fisikal berkaitan dengan bentuk fisik dari karakter tersebut.
b. Sosial berkaitan dengan status ekonomi, profesi, agama, dan hubungan keluarga.
c. Psikososial berkaitan dengan kebiasaan, sikap, motivasi, kesukaan dan ketidak sukaan.
d. Moral berkaitan dengan tahap menunjukkan perbedaan orang, suka mementingkan diri sendiri, jujur, munafik, dan lainnya.

Karakter terdiri beberapa jenis:

- Protagonis: karakter utama dari sebuah cerita (bisa bersifat baik maupun jahat)
- Antagonis: karakter yang bertentangan dengan protagonis dan menyebabkan konflik

- **Karakter minor**: karakter yang berinteraksi dengan protagonis. Karakter ini ikut andil membantu cerita bergerak bersama.
- **Karakter Foil**: karakter yang berperan hanya sebagai objek saja, tidak ada interaksi dengan karakter.

2.2.1. Pengembangan karakter

Membangun dan mengembangkan sebuah karakter tidak hanya masalah menggambarkan figur. Masing-masing karakter juga harus memiliki bentuk, kepribadian, *features,* dan perilaku tersendiri (Sugihartono, 2010, h.91).

Ada tiga hal yang digunakan dalam pembuatan sebuah karakter, yaitu sebagai berikut:

a. Visualisasi karakter; menciptakan karakter yang memiliki ciri khas dan kepribadian. Ada tiga ciri yang dimiliki oleh karakter yang bagus yaitu jiwa (memiliki visi, pandangan hidup, nilai, kebermaknaan bagi kehidupan batin dan pikiran), ciri khas (bentuk tubuh, wajah, pakaian dan asesoris), dan sikap ekspresif yaitu cara berbicara dan tingkah laku yang menyatu dengan karakter serta member kesan mendalam.
b. Bahasa tubuh; merupakan cara memastikan semua figur menyampaikan semua cerita. Bahasa tubuh dapat menunjukkan keadaan karakter.

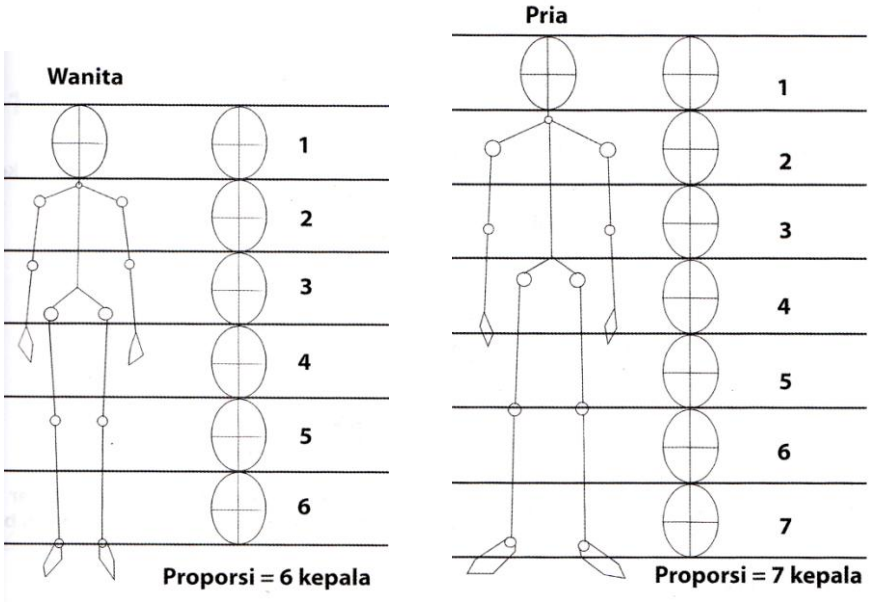
Gray (2006, h.30) menjelaskan “tubuh senantiasa menampilkan emosi dan niat yang dirasakan. Mengenalkan ekspresi dan sikap tubuh yang saling berhubungan ke dalam gambar tubuh yang dibuat akan melengkapinya dengan kredibilitas sekaligus juga potensi emosi dan narasi”.

c. Mimik; merupakan cara memvisualkan emosi dan perasaan dengan kuat dan tepat.

2.2.2. Proporsi Karakter

Proporsi adalah salah satu faktor yang paling penting dalam mengkonstruksi karakter. Harus dipikirkan ukuran-ukuran relatif dari organ tubuh melalui potongan-potongan tubuh, karena proporsi-proporsi tertentu digunakan untuk menciptakan tipe-tipe karakter, misalnya tipe kasar, karakter yang suka berkelahi (*pugnacious*), mempunyai kepala kecil, dada yang luas, lengan dan kaki yang berat, dagu dan rahang yang menonjol (Sugihartono, 2010, h.92).

Penggambaran tubuh karakter diperlukan teknik anatomi supaya gambar karakter lebih proporsional dan konsisten.



Gambar. 2.1. Sketsa proporsi tubuh pria dan wanita

Sumber: Ivan KP (2010, 49)

Pemahaman anatomi perlu adanya hitungan yang dilakukan dengan hitungan “kepala”. Seperti yang dilihat pada gambar diatas proporsi pria lebih tinggi daripada wanita. Pria dengan proporsi 7 kepala sedangkan wanita dengan proporsi 6 kepala.

2.2.3. Desain Karakter

Desain karakter khusus menangani penampilan tokoh-tokoh cerita, mulai dari tokoh utama, tokoh pembantu, hingga tokoh figuran. Yang dituju adalah menciptakan penampilan karakter sesuai dengan oerwatakan yang dikembangkan dalam cerita. desain karakter menjadi patokan standar dalam penggambarannya.

Menurut Ivan KP (2010, 80-81) dalam merancang atau mendesain karakter, ada beberapa hal yang dapat menjadi bahan pertimbangan.

1. *Stereotype*

   Stereotype adalah suatu pandangan umum terhadap sesuatu. Stereotype merupakan satu faktor yang harus dipertimbangkan dalam pembuatan karakter. Misalnya, perempuan dengan kodel rambut pendek berkesan dewasa, sedangkan perempuan dengan model rambut panjang lebih berkesan muda.



Gambar 2.2. bentuk stereotype mengenai gaya rambut pada karakter tokoh

sumber: http://forum.infogue.com/archive/index.php/thread-97.html (13, 06)

2. Daya Pikat (*Attractiveness*)

   Daya pikat karakter bisa dilihat dari penampulan fisiknya dan tingkah lakunya. Penampilan fisik antara lain, wajah, tubuh, pakaian, dan segala aksesoris yang dikenakan.

Faktor-faktor yang menentukan perhatian, dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yaitu, determinan (penentu) pribadi dan determinan stimulus.

a. Determinan Pribadi

Determinan pribadi merujuk pada katakteristik individu yang mempengaruhi perhatian. Faktor-faktor tersebut harus dikendalikan dan harus diperhatikan sebagai evaluasi strategi. Faktor-faktor pada determinan pribadi diantaranya, kebutuhan/motivasi, sikap, tingkat adaptasi, rentang perhatian.

b. Determinan Stimulus

Faktor-faktor yang ada pada determinan stimulus, merupakan faktor yang dapat dikendalikan, sehingga dapat digunakan untuk mendapatkan dan meningkatkan perharian. Dalam Durianto (2003, h.64-68) Faktor-faktor pemerhati tersebut dapat ditampilkan melalui beberapa bentuk stimulus yang diantaranya adalah; ukuran, warna, intensitas, kontras, posisi, gerakan, kebaruan, dan lain-lain.

2.3. Metafora

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk

tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya. Pada prinsipnya Desain Komunikasi Visual adalah perancangan untruk menyampaikan pola pikir dari penyampaian pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yang komunikatif, efektif, efisien dan tepat. terpola dan terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran (www.dkv.itb.ac.id, 2011). Sedangkan menurut T. Susanto (dalam Tinarbuko, 2009, 24) desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter, serta suasana yang mampu dipahami (diraba dan dirasakan) oleh khalayak umum atau terbatas.

Banyak gaya yang ditampilkan dalam upaya menyampaikan sebuah pesan. Salah satunya adalah metafora. Berbicara mengenai metafora, akan menghantarkan pada bahasan mengenai linguistik, yakni ilmu yang menelaah keuniversalan bahasa atau telaah tentang asas-asas umum yang berlaku pada bahasa secara universal (Yusuf, 1998). Ditambahkan Atik (2008, h.13) bahwa metafora adalah bagian dalam bidang linguistik yang banyak menarik perhatian dan minat sebagai upaya memahami kehadiran 'informasi baru'. Metafora merupakan unsur bahasa yang ditelaah sejak berabad-abad yang lalu dalam berbagai disiplin ilmu seperti filsafat, linguistik, dan susastra. Linguistik dan sastra merupakan bidang ilmu yang paling banyak dijumpai dan digunakannya istilah metafora. Metafora adalah salah satu akar keilmuan yang terdapat dalam ilmu semiotik.

Menurut Nöth (1990, h.128 - 129) dalam *etymology* (asal usul kata), M ε t α φ ο ρ α (*methaphor*) memiliki arti "mengirim" sesuatu dengan membawanya dari satu tempat ke tempat lain. Dua "tempat" tersebut masuk dalam sesuatu yang merujuk / berhubungan dengan apa yang tertulis sebagai ibarat atau pengandaian yang memiliki makna. Keduanya dapat dikatakan memiliki hubungan melalui persamaan atau perbandingan.

2.4. Teori metafora

Metafora digolongkan sebagai sebuah kiasan, perumpaan yakni sebagai sebuah gambaran yang mengklasifikasikan adanya variasi makna dalam penggunaan kata, lebih tepatnya dalam proses denominasi. Metafora merupakan permainan bahasa yang ditata dengan penamaan sesuatu. Teori metafora dapat dianggap sebagai analisis yang mengarah pada teori simbol, sebaliknya teori simbol akan memungkinkan dalam memperluas teori signifikasi dengan memungkinkan kita masuk ke dalamnya. Bukan hanya *double meaning verbal,* namun juga *double meaning non-verbal.* Dengan demikian metafora dan simbol akan berguna untuk melapangkan kajian perluasan pada teori interpretasi. (Ricoeur, 2002, h.103).

Mac Black sebagai pelopor teori interaksi, dalam Noth, menyederhanakan berbagai teori metafora menjadi tiga jenis : 1). *Substitution theory,* 2). *Comparison theory,* 3). *Interaction theory.* Teori

substitusi dan komparasi harus saling melengkapi. Kedua teori ini menguraikan keistimewaan metafora dari sudut pandang paradigma. Sementara teori interaksi menjelaskan keistimewaan metafora dari sudut pandang sintagmatik sebagai pengurai semantik antara ekspresi metafora dan konteknya.

Penggunaan metafora tidak dapat dibatasi baik oleh pengguna atau pengamat. Menunjukkan peran metafora bilamana:

a. Berusaha memindahkan referensi dari satu subyek (konsep atau obyek) ke subyek lain.

b. Berusaha 'melihat' suatu obyek (konsep atau obyek) sebagai sesuatu yang lain.

c. Memindahkan fokus yang kritis dari satu area pengamatan ke area pengamatan yang lain, dengan harapan melalui perbandingan atau perluasan focus dapat memperoleh penjelasan lebih dari sesuatu yang dipandang lebih rendah sebelumnya, melaluli cara pandang baru.

Tiga metafora yang dapat diidentifikasi:

a. *Intangible* (tak mudah dipahami, tak dapat diraba), metafora yang datang dari kreasi konsep, ide, gagasan, keadaan manusia, atau keutamaan yang istimewa baik dari individu, alam, komunitas, tradisi atau budaya.

b. *Tangible* (terpahami, teraba), metaphor yang datang dari beberapa karakter atau materi visual, misalnya rumah sebagai kastil, atap kuil adalah langit.

c. Kombinasi, metafora gabungan dari konseptual dan aspek visual sebagai titik entrinya dimana aspek visual membolehkan untuk mendeteksi hal-hal yang mendasarinya, kualitasnya, dan dasar-dasar visual tertentu.

2.4.1. Metafora dan Semiotika

Metafora dan semiotika didapati satu istilah yang penting yang menghubungkan antara keduanya yaitu “bahasa”. Semiotika atau yang seringkali diartikan sebagai bahasa rupa, dalam hal ini memiliki keterkaitan makna dengan metafora. Dalam hal tertentu metafora yang lebih mengacu pada kenyamanan bentuk atau padanan bentuk termasuk bagian dari kosa semiotika (Atik, 2008, h.62). Hal ini dikarenakan antara keduanya baik metafora ataupun semiotika lebih mengacu pada unsur rupa/visual. Pada istilah yang lebih populer seringkali dimasukkan dalam kategori bahasa visual.

Dalam paradigma metafora, wahana/ pengantar kerja yang digunakan dapat berkaitan dengan semantik, sintaksis dan pragmatik (Saftiningsih, 2008, h.40).

Menurut Kusrianto (2007, h.59-61) Semiotika dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Semantik

Berasal dari kata *Semanien* dalam bahasa Yunani, yakni *berarti, bermaksud,* dan *meneliti*. Dalam dunia Desain Komunikasi Visual, kata tersebut bisa diartikan sebagai:

- Meneliti dan menganalisis makna dalam visual tertentu. Visualisasi dari suatu image merupakan simbol dari suatu makna.
- Makna suatu visual dan perkembangannya. Etimologi; mempelajari perubahan dan perkembangan desain, sejarah seni dan desain, serta pergerakannya.

Ditinjau dari makna, konsep, dan arti, terdapat 2 aspek dalam *visual image* :

- Aspek secara umum: bahwa suatu tanda atau simbol itu bisa diterima oleh setiap orang secara luas.
- Pada lingkup tertentu, misalnya tanda atau simbol yang dimengerti maknanya secara kepercayaan turun-temurun atau adat-istiadat. Contoh: Hong Shui, Feng Shui, Primbon (Jawa), Numerologi, dan lain-lain.

Semantik Simbolik, suatu simbolisasi yang memiliki / mengandung suatu makna atau suatu pesan. Dalam hal ini, pihak penyampai maupun pihak penerima pesan memiliki dua kemungkinan cara:

- Denotatif

  Makna denotasi adalah makna kata yang sebenarnya yang sama dengan makna lugas untuk menyampaikan sesuatu yang bersifat faktual. Dengan kata lain, makna denotasi adalah makna yang lebih dekat dengan bendanya atau makna arfiahnya. Makna pada kalimat yang denotatif tidak mengalami perubahan makna.

  - Makna leksikal.

    Makna leksikal adalah makna yang tetap tidak berubah-ubah sesuai dengan makna yang ada di kamus.

  - Arti yang pokok, pasti, dan terhindar dari kesalah-tafsiran.
  - Sifat langsung, konkret, dan jelas.

- Konotatif

  Makna konotasi adalah makna tambahan, yaitu makna yang bukan sebenarnya atau makna kiasan. Dengan kata lain, makna konotasi adalah makna kata yang bertautan dengan nilai rasa.

  - Memiliki makna struktural.
  - Memiliki makna tambahan disamping makna sebenarnya.
  - Memiliki sifat tidak langsung, maya, abstrak, tersirat.

  Manusia mampu memberikan makna dan menginternalisasikan makna terhadap suatu objek, tempat, maupun suasana dari orang-orang yang berada di dalam

lingkungan simbolik. Simbol-simbol yang diciptakan dalam masyarakat tertentu disebarkan melalui komunikasi sehingga simbol-simbol tersebut dimiliki secara luas dan distandarisasikan maknanya. Dalam hal ini, peran menonjol dimainkan oleh teknologi komunikasi (komunikasi massa) yang menyangkut *symbol cration* dan penyebarannya. Sebagai contoh, film-film Hollywood yang merebak di abad ini telah mempengaruhi masyarakat dalam hal berpenampilan, cara berbicara, dan juga *life style*.

- Pragmatik

  Dalam Kusrianto (2007, h.96-97) Pragmatik adalah hubungan fungsional yang berkenaaan dengan teknis dan praktis, material atau bahan yang dipergunakan, serta efisiensi yang menyangkut ukuran bahan, warna yang dipergunakan, maupun teknik memproduksinya.

  Pertimbangan yang dipikirkan mencakup:

  - Kegunaan
  - Kemudahan
  - Keamanan
  - Kenyamanan

- Sintaktik

  Berasal dari kata Sintaksis (berasal dari bahasa Yunani *Suntattein*) yang berarti mengatur, mendisiplinkan (Kusrianto, 2007, h.89). Jika menyadari adanya korelasi, kita mendapatkan apa yang dalam dunia desain disebut 'kepatutan' atau 'kepantasan'. Dalam hal ini, sintaktik berkenaan dengan perpaduan, keseragaman, dan kesatuan sistem. Penerapan sintaktik penting juga untuk menjaga citra yang baik dari sebuah rancangan dalam bentuk apa pun. Usaha itu dilakukan agar citra yang baik dapat tertanam serta dapat diingat oleh para khalayak. Di kalangan desainer istilah yang digunakan adalah "benang merah" sebuah rancangan yang merujuk pada kesatuan rancangan. Di dalam pembuatan rancangan desain selalu ada alur kesatuan yang menghubungkan unsur atau elemen satu dengan yang lainnya sebagai pengikat sehingga menjadi suatu kesatuan rancangan.

2.4.2. Metafora Visual

Konsep metafora dimanfaatkan sebagai simbol-simbol yang merepresentasikan suatu keadaan yang dapat dirasakan. Metafora visual dalam desain dapat menjadi sebuah celah kreatif di kalangan para perancang. Metafora menjadi sangat berguna bagi para kreator. Melalui latihan desain yang bersandar pada metafora, memungkinkan untuk menguji perkembangan imajinasi

dan visi bagi para peminat yang akan menggunakan konsep metafora sebagai proses kreasinya. Tujuan metafora lebih bersifat universal meskipun tidak semua orang akan dengan mudah menemukannya. Metafora dapat membantu mengembangkan sesuatu yang baru dalam berbagai hal baik yang berkaitan dengan konseptual desain maupun pada perwujudan desain secara visik.