

284 matches from 41 sources, of which 21 are online sources.

PlagLevel: 6.5%/7.4%

- ✓ [0] (23 matches, 1.5%) from a PlagScan document of your organisation...AT_YOGYAKARTA.pdf" dated 2016-07-25
- ✓ [1] (14 matches, 1.1%/1.8%) from your PlagScan document "TUGAS_AKHIR..._DI_INDONESIA.pdf" dated 2017-06-21
- ✓ [2] (25 matches, 1.3%) from a PlagScan document of your organisation...ANEL bUDYANTO.pdf" dated 2016-07-22
- ✓ [3] (24 matches, 1.3%) from a PlagScan document of your organisation...0087 Vincent.docx" dated 2016-07-14
- ✓ [4] (19 matches, 1.2%) from a PlagScan document of your organisation...ulianti Dewi.docx" dated 2016-07-19
- ✓ [5] (18 matches, 1.1%) from a PlagScan document of your organisation...038 Yulianti.docx" dated 2016-06-28
- ✓ [6] (21 matches, 1.1%) from a PlagScan document of your organisation...langan_SES_A.docx" dated 2016-07-12
- ✓ [7] (13 matches, 0.8%) from a PlagScan document of your organisation...ila_Bab_12345.pdf" dated 2016-07-20
- ✓ [8] (4 matches, 0.2%/0.9%) from https://id.123dok.com/document/7qvx8o1y-...larasannya-dengan-budaya-perusahaan.html
- ✓ [9] (8 matches, 0.9%) from a PlagScan document of your organisation...3.0081 Damar.docx" dated 2016-07-14
- ✓ [10] (8 matches, 0.4%/0.6%) from https://historytech.wordpress.com/2013/0...e-history-they-hate-the-way-we-teach-it/
- ✓ [11] (9 matches, 0.5%) from your PlagScan document "TUGAS_AKHIR...KOMIK_DIGITAL.pdf" dated 2017-06-21
- ✓ [12] (10 matches, 0.6%) from a PlagScan document of your organisation...0044 TAN ROBY.pdf" dated 2016-03-28
- ✓ [13] (7 matches, 0.3%/0.5%) from sundown.tougaloo.edu/content.php?file=liesmyteachertoldme-introduction.html
- ✓ [14] (1 matches, 0.0%/0.8%) from dokumen.tips/design/kursus-desain-grafis-teori-tipografi-jenis-huruf.html
- ✓ [15] (7 matches, 0.5%) from a PlagScan document of your organisation...N_BENCANA_PM.docx" dated 2016-07-25
- ✓ [16] (6 matches, 0.5%) from a PlagScan document of your organisation...ERHADAP_SITUS.pdf" dated 2016-07-13
- ✓ [17] (4 matches, 0.5%) from jennurrohmahh.blogspot.com/
- ✓ [18] (7 matches, 0.4%) from a PlagScan document of your organisation...050 hermawan.docx" dated 2016-07-14
- ✓ [19] (4 matches, 0.4%) from a PlagScan document of your organisation...5 Yoel Billy.docx" dated 2016-07-22
- ✓ [20] (5 matches, 0.5%) from a PlagScan document of your organisation...24 Adi Surya.docx" dated 2016-06-28
- ✓ [21] (5 matches, 0.4%) from a PlagScan document of your organisation...engah_Keatas.docx" dated 2016-07-22
- ✓ [22] (4 matches, 0.5%) from https://www.slideshare.net/wahyusrisayek...umbuhan-dan-perkembangan-remaja-29880308
- ✓ [23] (2 matches, 0.2%/0.5%) from www.academia.edu/24091020/BAB_III_ANALIS...AL_RUBRIK_FASHION_PADA_MAJALAH_HIJABELLA
- ✓ [24] (4 matches, 0.5%) from belajarpsikologi.com/batasan-usia-remaja/
(+ 3 documents with identical matches)
- ✓ [28] (2 matches, 0.3%) from www.academia.edu/5646414/Jurnal_Annisa_0911230043
- ✓ [29] (2 matches, 0.3%) from https://id.wikipedia.org/wiki/Antarmuka_pengguna
- ✓ [30] (2 matches, 0.2%) from www.worldcat.org/title/coffee-botany-bio...ion-of-beans-and-beverage/oclc/840286138
- ✓ [31] (2 matches, 0.3%) from nurnena.blogspot.com/2013/02/jurnal-tentang-remaja.html
- ✓ [32] (2 matches, 0.3%) from tangerang.tarakanita.or.id/berita-kegiatan...ndampingi-anak-usia-remaja-8ae7f1a0.html
- ✓ [33] (2 matches, 0.2%) from a PlagScan document of your organisation...3 YONATAN HK.docx" dated 2016-03-18
- ✓ [34] (2 matches, 0.2%) from astridwiandriani21.blogspot.com/2014/01/rekam-jejak-masa-pencarian-jati-diri.html
- ✓ [35] (1 matches, 0.2%) from www.lahiya.com/manfaat-kopi/
- ✓ [36] (1 matches, 0.2%) from sukajepang.com/peneliti-jepang-rutin-minum-kopi-dapat-mengurangi-risiko-kematian/
- ✓ [37] (1 matches, 0.1%) from a PlagScan document of your organisation...taKembangarum.pdf" dated 2016-07-27
- ✓ [38] (1 matches, 0.1%) from a PlagScan document of your organisation...ichael Clive.docx" dated 2016-04-13
- ✓ [39] (1 matches, 0.1%) from e-journal.unipma.ac.id/index.php/PE/article/view/54
- ✓ [40] (1 matches, 0.1%) from https://id.answers.yahoo.com/question/in..."pertama kali ada di dunia"

Settings

Sensitivity: *Medium*

Bibliography: *Consider text*

Citation detection: *Reduce PlagLevel*

Whitelist: --

Analyzed document

=====1/57=====

1

BAB I

PENDAHULUAN

I. [0] [6] [15] 1 Latar Belakang Masalah

I. [0] [2] [3] [7] 1.1 Kopi

Kopi adalah minuman yang dibuat dari rebusan biji kopi yang sudah dipanggang. Biji kopi terdapat dalam buah tanaman Coffea. Coffea adalah tumbuhan asli Afrika tropis. Tanaman tersebut kemudian diekspor dari Afrika menuju ke negara lain hingga saat ini lebih dari 70 negara membudidayakan kopi (International Coffee Organization, 2015/2016). Indonesia sendiri merupakan negara yang menjadikan kopi sebagai komoditas yang penting, di mana Indonesia memproduksi 700 ribu ton kopi per tahunnya. Bahkan data dari Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa Indonesia adalah produsen kopi terbesar ke 3 di dunia (siaran pers Kementerian Perindustrian, 2013). Seiring dengan perkembangan zaman, banyak cafe maupun warung kopi yang muncul di Indonesia. Pengunjung cafe tersebut didominasi oleh anak muda, baik itu mahasiswa maupun anak SMA. Mereka mengunjungi cafe bukan hanya sekedar untuk menikmati kopi namun cafe digunakan sebagai tempat untuk bercengkrama maupun hanya ingin nongkrong saja. Bahkan kegiatan nongkrong di

kafe sudah menjadi gaya hidup remaja (Antara News. 2016. "Nongkrong" di Cafe jadi Gaya Hidup).

I.1.2 Remaja dan Sejarah

Menurut Femi Olivia dalam buku Gembira Belajar dengan MIND MAPPING:

Bantu Anak Menguasai "Senjata Rahasia" **Para Jenius untuk Melejitkan Prestasi di Sekolah** (2008), banyak anak yang tidak menyukai sejarah.[39] Sejarah hanya dianggap sekedar mengingat dan menghafalkan. Padahal sejarah menyangkut dua makna utama yaitu cerita tentang manusia dan peristiwa serta catatan waktu di masa lalu.

Sejarah membantu manusia memahami masa lalu dan bagaimana manusia sampai di sini. Dalam buku **Lies My Teacher Told Me: [10] [13] Everything Your American History Textbook Got Wrong** (2007), James W. [10] Loewen menulis:

"High school students hate history. [10] [13] When they list their favorite subjects, history always comes in last. [10] [13] They consider it "the most irrelevant" of 21 school subjects, not applicable to life today. [10] [13] "Boring" is the adjective they apply to it. [10] [13] When they can, they avoid it. [10] [13]"

=====2/57=====

2

Yang bila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti: siswa SMA membenci sejarah. Ketika mereka membuat daftar pelajaran favorit mereka, sejarah selalu terletak di bagian akhir. Dari 21 buah mata pelajaran, para siswa SMA menganggap pelajaran sejarah sebagai pelajaran "paling tidak relevan", yang tidak dapat diaplikasikan di masa kini. Kata sifat yang digunakan untuk mendeskripsikan pelajaran sejarah adalah "membosankan". Kalau para siswa SMA bisa menghindari pelajaran sejarah, mereka akan melakukannya. Sejarah kopi nusantara serta manfaat dan karakteristiknya masih banyak tidak diketahui oleh remaja. Padahal sebagai warga negara Indonesia, di mana telah disebutkan bahwa negara Indonesia merupakan negara produsen kopi ke 3 terbesar di dunia, sudah seharusnya – paling tidak – mengerti atau mengetahui kisah bagaimana kopi ditemukan. Apalagi di Indonesia terdapat banyak macam kopi (kopi Toraja, kopi luwak, kopi Mandailing, kopi Anloka, dan masih banyak lagi). Kopi juga memiliki manfaat lain selain hanya untuk dijadikan sebagai minuman. Kopi memiliki manfaat bagi kesehatan juga kecantikan karena kandungan yang dimiliki kopi. Hal ini masih belum diketahui banyak orang sehingga sudah semestinya terdapat sebuah media yang dapat membahas serta memberitahu orang-orang mengenai hal tersebut.

I.1.3 Permainan dalam Kehidupan Sehari-Hari

Permainan atau game sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Perdebatan mengenai game **apa yang pertama kali ada di dunia** masih terus berlanjut, namun sejak media-media mulai terbentuk di pertengahan abad 20, video games terus berkembang hingga menjadi bagian dalam hidup masyarakat.[40] Populasi hardcore gamer pun terus berkembang, bahkan mereka rela mengeluarkan uang untuk game yang mereka mainkan. Bahkan game di Facebook berhasil mendapatkan target yang semakin luas. Contohnya ibu rumah tangga pun mulai ikut bermain game (genre casual). Banyak game developer yang mulai membuat game di mana pemainnya dapat bertanding langsung secara online. Orang-orang bermain game di rumah, sekolah, perjalanan pergi/pulang, bahkan di kantor. Singkatnya, game sudah merupakan bagian yang besar dari industri hiburan. Berbagai macam genre pun mulai bermunculan, mulai dari casual, RPG (Role Playing Game), platform, puzzle, simulation, action, adventure, racing, strategy, dan lain sebagainya sehingga game secara tidak langsung dapat merangkul semua kalangan.

=====3/57=====

3

I.2 Identifikasi Masalah

I.[0] [2] [3] [6] ..2.1 Nongkrong di kafe sudah menjadi gaya hidup remaja

I.2.2 Manfaat kopi yang belum banyak diketahui oleh remaja

I.2.3 Citra kopi sebagai salah satu kekayaan alam Indonesia

I.2.4 Video game sebagai media edukasi kopi bagi remaja

I.3 Pembatasan Masalah

I.[0] [2] [3] [6] ..3.1 Ruang Lingkup Perancangan

I.[6] 3.1.1 Plot

Cerita yang akan diangkat dalam perancangan ini adalah sejarah kopi serta manfaat kopi nusantara.

I.3.2 Lingkup Pembahasan

I.[2] 3.2.1 Lingkup Wilayah

Lingkup wilayah dari perancangan ini adalah Indonesia dikarenakan banyak remaja Indonesia yang belum mengetahui manfaat dan sejarah kopi nusantara. [2]

Sedangkan sampel penelitian diambil dari siswa SMP dan SMA di Semarang.

I.3.2.2 Lingkup Budaya

Nongkrong di kafe yang sudah menjadi budaya remaja di Indonesia. Di mana sekarang kegiatan minum kopi di kafe sudah menjadi hal yang wajar. Para remaja nongkrong di kafe tidak hanya untuk menikmati kopi namun juga untuk bercengkrama dengan teman, wi-fian, mengerjakan tugas, dan lain-lain.

I.3.2.3 Lingkup Teknis

Perancangan media edukasi kopi nusantara untuk remaja SMP – SMA usia 14

sampai 17 tahun agar remaja mengetahui sejarah dan manfaat kopi.

=====4/57=====

4

I.4 Rumusan Masalah

I.4.1 Bagaimana cara mengenalkan dan mengedukasi remaja tentang kopi?

I.4.2 Bagaimana bentuk media edukasi kopi nusantara untuk remaja?

I.5 Tujuan Perancangan

Untuk merancang sebuah media edukasi yang dapat dengan efektif menyampaikan cerita sejarah serta manfaat kopi untuk remaja.

I.6 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah, para remaja jadi mengetahui sejarah serta manfaat dari kopi serta mengenal jenis-jenis kopi nusantara dengan cara yang menyenangkan. Selain itu, remaja dapat memperkenalkan dan merasa bangga akan keanekaragaman kopi yang dimiliki oleh Indonesia.

I.7 Metode Penelitian

I.[0] [2] [3] 7.1 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mencari dasar serta inti cerita sejarah kopi.

Melalui studi pustaka dapat diperoleh jenis-jenis kopi nusantara. Manfaat kopi bagi kehidupan sehari-hari (kesehatan, kecantikan) juga diperoleh dari metode studi pustaka.

I.7.2 Kuesioner dan Wawancara

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akan digunakan

untuk perancangan ini adalah metode kuesioner online berisikan 20 pertanyaan (10 pertanyaan mengenai kopi, 10 pertanyaan mengenai game baik visual maupun genre) yang dibagikan secara acak kepada 100 orang (usia 14-17 tahun) berada di berbagai daerah di Indonesia.[9]

=====5/57=====

5

Selain kuesioner, dalam perancangan ini akan dipilih 5 orang (usia antara 14-17 tahun) yang akan menjadi beta tester game ini. Setelah memainkan game versi beta, para beta tester akan diwawancara untuk mengetes keefektifan gaya visual yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan gameplaynya.

I.8 Sistematika Penulisan

I.[3] [7] 8.1 BAB I – Pendahuluan

I.[0] [15] 1 Latar Belakang Masalah

I.2 Identifikasi Masalah

I.3 Pembatasan Masalah

I.4 Perumusan Masalah

I.[0] [2] [3] [6] ...5 Tujuan Perancangan

I.[2] [6] 6 Manfaat Perancangan

I.[2] [6] 7 Metode Penelitian

I.8 Sistematika Penulisan

I.8.2 BAB II – Tinjauan Umum

II.[3] [0] [2] [4] ...1 Kerangka Berpikir

II.[0] [1] [2] [3] ...2 Landasan Teori

II.[0] [1] [2] [3] ...3 Kajian Pustaka

II.[0] [2] [3] [6] ...4 Studi Komparasi

I.[3] 8.2 BAB III – Strategi Komunikasi

III.[0] [2] [3] [4] ...1 Data Hasil Penelitian

III.[4] [5] [12] [19] ...2 Khalayak Sasaran

III.[0] [1] [2] [4] ...3 Strategi Komunikasi

I.[3] 8.3 BAB IV – Strategi Kreatif

=====6/57=====

6

IV.[0] [2] [3] [4] ...1 Konsep Visual

IV.[0] [2] [3] [4] ...2 Konsep Verbal

IV.[0] [1] [2] [3] ...3 Visualisasi Desain

I.[3] [7] 8.4 BAB V – Kesimpulan

=====7/57=====

7

BAB II

TINJAUAN UMUM

II.[11] [7] [4] [6] ...1 Kerangka Berpikir

II.2 Landasan Teori

II.2.1 Kopi dan Manfaatnya

Kopi adalah minuman yang dibuat dari rebusan biji kopi yang sudah dipanggang. Biji kopi terdapat dalam buah tanaman Coffea. Coffea adalah tumbuhan asli Afrika tropis. Tanaman tersebut kemudian diekspor dari Afrika menuju ke negara lain hingga saat ini lebih dari 70 negara membudidayakan kopi (International Coffee

-----8/57-----
8

Organization, 2015/2016). Indonesia sendiri merupakan negara yang menjadikan kopi sebagai komoditas yang penting, di mana Indonesia memproduksi 700 ribu ton kopi per tahunnya. Bahkan data dari Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa Indonesia adalah produsen kopi terbesar ke 3 di dunia (siaran pers Kementerian Perindustrian, 2013). Kopi pertama kali ditemukan di Ethiopia pada tahun 850. Sedangkan kopi pertama kali berada Indonesia pada tahun 1690. Ketika itu, biji kopi dibawa oleh para penjajah dari Belanda untuk dibudidayakan di Indonesia. Nama kopi diambil dari kata bahasa Arab: „quahweh“ yang sebenarnya adalah istilah puitis untuk minuman anggur. Namun karena anggur adalah minuman yang haram bagi umat Islam, maka nama itu kemudian diartikan sebagai kopi. Akhirnya dari kata „quahweh“ itu mulai bermunculan sebutan-sebutan lain untuk kopi pada setiap daerah, mulai dari: kahweh (Turki), café (Perancis), caffè (Italia), kaffe (Jerman), koffie (Belanda), dan coffee (Inggris). Di Abyssinia, kopi disebut bun dan minumannya disebut bunchung, kedua kata ini merupakan permulaan dari kata bohn (Jerman) dan bean (Inggris). Kopi juga terkadang disebut Mocha, sebuah nama yang didapatkan dari pelabuhan Mocha dipesisir pantai Laut Merah, tempat di mana kopi didistribusikan. Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam jenis kopi. Mulai dari kopi luwak yang sangat terkenal, kopi Gayo, kopi Jawa, kopi Mandailing, dan lain sebagainya. Kopi memiliki kandungan zat gizi yang baik bagi tubuh manusia. Nutrisi pada kopi seperti yang dikutip dari buku Kopi: Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta karangan Pudji Raharjo (2012):

Vitamin B2: 11% dari AKG.

Vitamin B5: 6% dari AKG.

Mangan serta Kalium: 3% dari AKG.

Dari zat-zat tersebut, kopi memiliki manfaat sebagai berikut:

Meningkatkan stamina

Kopi mempunyai kandungan kafein yang cukup tinggi. **Kafein dalam kopi mempengaruhi cara kerja sel dan menjadikan pergerakannya lebih lambat.** [35]

Mencegah kanker dan penyakit jantung.

Penelitian Pusat Kanker Nasional Jepang (yang dipublikasikan di American Journal of Clinical Nutrition) menyatakan bahwa orang yang meminum tiga sampai empat cangkir kopi sehari memiliki 40% resiko lebih kecil untuk terkena penyakit jantung, cerebral vascular atau masalah pernafasan apabila dibandingkan dengan orang yang tidak minum kopi. Peminum kopi juga mempunyai resiko terkena kanker 24% lebih kecil dari orang yang tidak

-----9/57-----

9

minum kopi. Riset dilakukan dengan responden sebanyak 90.000 orang (berusia antara 40 sampai 69 tahun) untuk mengetahui hubungan antara kebiasaan sehari-hari dan penyebab utama kematian orang Jepang. [36] Menurut para peneliti, semakin banyak kopi yang responden minum, semakin sedikit resiko mereka dapat meninggal.

Mengurangi resiko diabetes

Chlorogenic acid yang terkandung di dalam kopi dapat menyesuaikan kadar gula dan tekanan darah.

Mengurangi resiko penyakit alzheimer dan demensia

Kopi memiliki efek positif pada peradangan otak, orang dewasa (usia 65 tahun ke atas) yang memiliki kandungan kafein tinggi dalam darahnya, dapat menghindari timbulnya alzheimer.

Mencegah parkinson

Hasil dari penelitian yang dilakukan Dr. Alberto Ascherio (Profesor Epidemiologi dan Nutrisi pada sekolah kedokteran Harvard) yang telah mempelajari potensi kopi sebagai anti-parkinson menyatakan bahwa orang yang meminum kopi memiliki resiko yang lebih kecil terkena parkinson.

Mengangkat sel kulit mati pada wajah

Bubuk kopi dapat diolah menjadi masker yang dapat mengangkat sel kulit mati pada wajah. Antioksidan yang dikandung kopi juga dapat membuat kulit lebih kencang dan awet muda.

Perawatan kulit kepala

Karena kafein dapat melancarkan peredaran darah, penggunaan kopi pada kulit kepala dapat menyuburkan pertumbuhan rambut.

Kopi memiliki banyak manfaat yang belum diketahui banyak orang (baik peminum kopi maupun tidak). Maka diperlukan sebuah media yang dapat mengedukasi tentang manfaat kopi.

II.2.2 Psikologi Perkembangan

Kartini Kartono (1990) menyatakan bahwa masa pubertas adalah sebuah periode yang terjadi sebelum masa adolensi. Masa pubertas dimulai pada usia kurang lebih 14 tahun dan akan berakhir pada usia 17 tahun. Pubertas anak perempuan pada umumnya berlangsung lebih awal daripada anak laki-laki. Sedangkan masa adolensi dimulai pada usia 17 tahun dan berakhir sekitar umur 19-21 tahun. Kepribadian manusia pada masa pubertas masih terdapat unsur kekanak-kanakan. Tetapi pada usia puber mulai muncul unsur baru yaitu kesadaran akan kepribadian dan kehidupan batiniah sendiri, sekaligus kekuatan dari rasa „[22] [24] ..aku“. Remaja dalam masa pubertas mulai menemukan nilai-nilai tertentu, dan melakukan perenungan terhadap pemikiran filosofis dan etis.[28] [22] [24] ... Maka dari perasaan yang penuh keragu-raguan (masa pra-pubertas), tibalah anak muda pada masa kematapan yang lebih berbobot pada usia pubertas sebenarnya.[22] [24] ... Masa pubertas juga merupakan periode tergugahnya kepribadian anak. Munculah minat subjektif dalam diri sendiri yang sangar besar. Masa ini merupakan masa rekonstruksi, di mana remaja mulai sanggup menilai tingkah laku sendiri yang dianggap tidak bermanfaat untuk digantikan dengan aktivitas yang lebih bernilai. Segala sesuatu berbau tradisi dan kekuasaan orang dewasa ingin dibuangnya jauh-jauh, karena remaja merasa menemukan nilai-nilai dan norma-norma baru yang dianggapnya lebih unggul. Remaja tidak mau dianggap sebagai anak-anak lagi dan ingin cepat-cepat jadi dewasa. Dalam fase ini, nilai-nilai hidup baru mulai dicobakan oleh anak. Berbagai masalah hidup mulai diselidiki anak-anak dengan cara bermain-main.[17] Maka dari itu bentuk tingkah lakunya berupa kombinasi antara bermain anak-anak dan kerja sungguhan dari orang dewasa.[17]

II.2.3 Teori Warna

Warna adalah sensasi yang dirasakan oleh otak manusia apabila ada cahaya yang mengenai mata. Warna adalah spectrum yang terdapat didalam suatu cahaya sempurna, identitas suatu cahaya ditentukan dengan panjang gelombang cahaya tersebut. (Dedi Nurhadiat, 2004).

Warna memiliki banyak pengaruh bagi keadaan sekitarnya. Bahkan warna dapat mempengaruhi perilaku manusia.

Psikologi Warna

Psikologi warna mempelajari pengaruh warna pada perilaku manusia. Warna dapat mempengaruhi keefektivan dari sebuah placebo. Warna dapat mempengaruhi manusia, hanya saja efeknya terkadang berbeda antara satu orang dengan yang lainnya.[38] Faktor perbedaan jenis kelamin, usia, serta budaya dapat mempengaruhi bagaimana orang tersebut menganggap sebuah warna. Contohnya, kebanyakan pria menganggap bahwa wanita yang memakai baju warna merah menjadi lebih atraktif, sedangkan wanita menganggap warna baju pria tidak mempengaruhi ketampanan dari pria tersebut.

Psikologi warna juga digunakan secara luas dalam marketing dan branding.

Warna dapat digunakan untuk mempengaruhi perasaan konsumen.[9] Perusahaan-perusahaan juga menggunakan warna ketika mendesain sebuah logo. Logo dengan warna yang tepat dan sesuai dengan citra perusahaan akan lebih menarik perhatian konsumen. Contohnya warna merah jambu yang digunakan oleh brand Victoria"s Secret, atau warna biru yang digunakan oleh Twitter. Warna tidak hanya penting dalam sebuah logo namun juga window display pada toko. Penelitian menunjukkan bahwa warna hangat cenderung lebih menarik perhatian konsumen spontan.

II.2.4 Teori Tipografi

Menurut Danton Sihombing dalam bukunya Tipografi dalam Desain Grafis (2001), tipografi adalah:

“...bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk mengenai huruf, yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat.[14] [1] [8] [23] ...”

Sementara dalam buku Type of Typefaces (1967), menurut J. Ben Lieberman terdapat dua hal yang menentukan kesuksesan desain terkait penggunaan tipografi yaitu:[23]

a. Legibility

Seberapa mudah membedakan satu huruf dengan yang lainnya pada sebuah typeface. Typeface yang mudah dibedakan biasanya memiliki space yang lebih besar (x-height).

b. Readability

Seberapa mudah kata, kalimat dapat dibaca. Tifografi yang baik dapat membuat orang tertarik untuk membaca dan mempermudah orang tersebut membaca. Pembaca tidak perlu mengenali typefacenya, cukup dengan pembaca mengerti kalimat yang sedang dibacanya.

Jenis typeface yang digunakan haruslah mudah dibaca oleh target audience sehingga pesan dari media edukasi ini dapat tersampaikan dengan baik.

II.2.5 Teori AISAS

Teori AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) adalah pengembangan dari teori AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Action) setelah paradigma konsumen berubah karena kehadiran internet. [21] [2] [6]

Attention

Membuat suatu produk yang mampu menyita perhatian. Sebuah produk pasti harus diperkenalkan kepada para target audiencenya. Perkenalan tersebut dapat dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan komunikasi marketing dan public relation. [0] [1] [37] [20] ..

Interest

Target audience mulai tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dengan teknik komunikasi yang tepat, maka audience merasa tertarik.

Search

Dengan adanya Google, target audience akan berusaha mencari informasi sebanyak-banyaknya lewat search engine sebelum mereka mengambil keputusan. [1] [20] Ulasan tentang produk, tulisan di blogs, websites, dan semua informasi akan terpampang dengan jelas di Google. Hal inilah yang membantu target audience untuk mengambil keputusan.

Action

Tindakan target audice di mana pengalaman (experience) dirasakan secara langsung.

Share

Merupakan hasil setelah audience merasakan semua pengalaman interaksi mereka dengan suatu produk atau brand, mereka akan membagi pengalamannya kepada orang lain melalui testimoni, e-mail, chat, blog, online forum, dan lain sebagainya. [0] [9] [19] [1] ... Sehingga pengalaman baik atau buruk akan mudah tersebar ke banyak orang, dan juga akan mudah ditemukan dengan adanya search engine. [9]

II.2.6 Teori Game

Sebuah game dirancang sebagai media hiburan dan terkadang digunakan sebagai media edukasi. Komponen utama dalam game adalah tujuan, tantangan, dan interaksi. Game pada dasarnya melibatkan stimulasi mental dan fisik. Banyak game dapat membantu perkembangan keterampilan, menjadi sebagai bentuk latihan atau menjadi sesuatu hal yang dapat mengedukasi.

Dalam sejarah, teori game sudah termasuk dalam lingkup ilmu sosial. Namun baru-baru ini, bidang teknik dan ilmu komputer telah mempekerjakan teori game sebagai kerangka kerja yang bermanfaat di mana untuk model pengambilan keputusan multi agents.

User Interface / Antarmuka Pengguna

User Interface atau lebih sering disebut UI, merupakan bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna (user). [29] [33] UI berfungsi untuk menghubungkan antara pengguna dengan sistem operasi. [29] [33]

UI dibagi menjadi dua yaitu:

Input : di mana user dapat merubah setelan sistem atau memberi informasi pada mesin. Contoh UI input dalam game: pengaturan volume, hot keys, dll.

Output : di mana user memasukan beberapa informasi, lalu mesin akan menyediakan output. Contoh UI output dalam game: jumlah XP, health, bullet, dll.

Desain user interface atau antarmuka pengguna haruslah sesuai dengan kebutuhan user. Proses desain haruslah seimbang antara fungsi teknis dan elemen visual. Dalam game desain dari UI sangatlah penting karena hal tersebut yang berhubungan langsung dengan pemain. Desain UI harus mudah dipahami serta dimengerti oleh pemain sehingga tidak membingungkan.

Ciri-Ciri Game yang Bagus

Wolfgang Kramer dalam jurnalnya What Makes a Game Good? (2000) menyatakan bahwa bagusnya sebuah game itu tergantung selera masing-masing gamer. Masing-masing orang memiliki karakternya masing-masing. Beberapa orang ada yang menyukai game taktik, lainnya bisa saja menyukai game petualangan. Tapi tidak selamanya game bagus tergantung sepenuhnya pada preferensi pribadi. Ada juga kriteria objektif yang harus diperhatikan:

Originality

Semua game yang baru haruslah original. Game bisa saja memiliki genre yang sama dengan game pendahulu. Namun haruslah ada beberapa faktor yang tidak ditemukan pada game lainnya.

Freshness dan Replayability
Game yang dapat membuat pemainnya ingin memainkan game itu lagi adalah ciri game yang bagus.
Surprise
Dalam game haruslah mengandung banyak kejutan. Event yang repetitif haruslah dihindari.
Uniformity
Judul, tema, format, dan grafis dari sebuah game haruslah seragam.

II.3 Kajian Pustaka

II.3.1 Coffee: **Botany, Biochemistry and Production of Beans and Beverage**_M. [30] N. Clifford dan K.C. Wilson, 1985.

Dalam buku ini membahas sejarah kopi, budidaya kopi, hama kopi, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan kopi. Sejarah kopi diceritakan dengan cukup detail dalam buku ini. Mulai dari awal kopi ditemukan, hingga penyebaran bibit kopi di berbagai belahan bumi. Di buku ini juga dibahas asal usul nama kopi. Hal tersebut sangat berguna sebagai informasi yang dapat digunakan dalam media edukasi ini.

II.3.2 Psikologi Anak (Psikologi Perkembangan)_Kartini Kartono, 1990.

Di dalam buku ini terdapat ciri-ciri serta minat anak remaja yang dapat membantu penulis dalam mengeksplor karakteristik target audience. Dalam buku ini disebutkan bahwa anak dalam masa remaja mulai menemukan nilai-nilai tertentu, dan melakukan perenungan terhadap nilai filosofis serta etis serta dalam masa remaja merupakan fase di mana nilai-nilai hidup baru mulai dicobakan oleh anak. [28] [22] [24] ... Dan berbagai masalah itu mulai diselidiki oleh anak dengan cara bermain-main. [17]

II.3.3 Kids Don't Hate History, They Hate the Way We Teach It_ Glenn Wiebe, 2013
Dalam jurnal ini dijabarkan bahwa selama ini siswa sekolah tidaklah benar-benar membenci pelajaran sejarah. Yang para siswa benci adalah bagaimana cara pelajaran sejarah itu disampaikan. Semua hal yang selama ini menjadi stereotype dari pelajaran sejarah dijabarkan secara lengkap dalam jurnal ini. Bagaimana

=====15/57=====

15

sebenarnya siswa tidak membenci pelajaran sejarah kalau saja pelajaran sejarah itu disampaikan dengan baik. Jurnal ini dapat dijadikan referensi dalam perancangan ini terutama mengenai bagaimana caranya menyampaikan sejarah pada remaja.

II.3.4 Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games_Tracy Fullerton, Christopher Swain, dan Steven S. Hoffman, 2008.

Buku ini membahas sejarah singkat game serta beberapa teori dalam pembuatan sebuah game. Bagaimana game bukanlah sekedar sarana hiburan, tetapi game juga dapat menyampaikan pesan bagi para pemainnya. Selain hal itu, dalam buku ini terdapat strategi-strategi khusus dalam pembuatan sebuah game. Karena bahasan-bahasan tersebut, buku ini dipilih.

II.3.5 Making Great Games: An Insider's Guide to Designing and Developing the World's Greatest Video Games_Michael Thornton Wyman, 2011.

Dalam buku ini berisi panduan untuk mendesain serta mengembangkan sebuah game. Penulis buku memasukan hasil wawancaranya dengan beberapa anggota tim produksi game yang sudah dianggap sukses di pasaran (World of Warcraft, Diner Dash, FarmVille, Half-Life 2, Bejeweled Twist, dan lain sebagainya). Strategi yang digunakan game tersebut kemudian dijabarkan secara detail sehingga bisa diterapkan pada game yang sedang dirancang.

=====16/57=====

16

II.4 Studi Komparasi

II. [2] [3] [4] [5] ...4.1 Seri Penemuan: Penemuan Kopi oleh Putri P. Sadiqah

Gambar 2.2 Seri Penemuan: Buku Penemuan Kopi

sumber: dokumentasi pribadi

Judul: Seri Penemuan: Penemuan Kopi

Jumlah halaman: 28

Author: Putri P. Sadiqah

Penerbit: PT Elex Media Komputindo

Tahun Terbit: [0] [8] 2006

Buku Seri Penemuan: Penemuan Kopi adalah sebuah buku komik yang di dalamnya sejarah kopi diceritakan secara sederhana dan menarik. Gaya gambar yang digunakan adalah gaya gambar ala manga (komik Jepang) yang diminati banyak

anak-anak dan remaja. Selain membahas sejarah kopi, dalam buku ini juga terdapat informasi-informasi lain mengenai kopi, seperti: macam-macam kopi, bagaimana cara menyimpan kopi dan lain sebagainya.

=====17/57=====

17

Gambar 2.3 Seri Penemuan: Buku Penemuan Kopi

sumber: dokumentasi pribadi

Buku ini dapat digunakan sebagai inspirasi karena mengandung banyak aspek yang ingin dimasukkan dalam media edukasi sejarah kopi yang akan dirancang. Dalam media edukasi sejarah kopi nantinya tidak hanya berisi sejarah kopi saja, melainkan juga terdapat berbagai jenis kopi serta penjelasannya, manfaat-manfaat kopi, dan lain sebagainya.

II.4.2 SWING SQUARES

Gambar 2.4 Permainan Swing Squares

sumber: divinekids.com

Judul Game: Swing Squares

=====18/57=====

18

Jenis Game: Puzzle

Rilis: 2016

Kreator: David Setiabudi

Developer: Divine Kids

Swing Squares adalah game edukasi matematika buatan David Setiabudi, kepala riset untuk bagian 2D Game Research di Surya University (Serpong – Tangerang). Dalam game ini, pemain harus menyelesaikan soal-soal perkalian yang telah disediakan. Pada awal permainan, diberikan penjelasan tentang teknik-teknik perkalian sehingga dapat diterapkan oleh pemain.

Gambar 2.5 Permainan Swing Squares

sumber: www.divinekids.com

Game ini dijadikan referensi karena merupakan game edukasi. Bagaimana cara mengedukasi pemain melalui game. Game ini juga mengangkat pelajaran matematika yang selama ini menjadi momok bagi banyak pelajar.

=====19/57=====

19

BAB III

Strategi Komunikasi

III.1 Analisa Masalah

III.2] [6] 1.1 Kuesioner

III.1.1.2 Hasil Kuesioner

Gambar 3.1 Diagram hasil kuesioner

Usia (th)

Frekuensi

Laki-Laki

Perempuan

14

22

10

12

15

28

15

13

16

24

13

11

17

26

12

14

Tabel 3.1 Tabel hasil kuesioner

=====20/57=====

20

Gambar 3.2 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.3 Diagram hasil kuesioner

=====21/57=====



Gambar 3.4 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.5 Diagram hasil kuesioner

=====22/57=====

22

Gambar 3.6 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.7 Diagram hasil kuesioner

=====23/57=====

23

Gambar 3.8 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.9 Diagram hasil kuesioner

=====24/57=====

24

Gambar 3.10 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.11 Diagram hasil kuesioner

=====25/57=====

25

Gambar 3.12 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.13 Diagram hasil kuesioner

=====26/57=====

26

Gambar 3.14 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.15 Diagram hasil kuesioner

=====27/57=====

27

Gambar 3.16 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.17 Diagram hasil kuesioner

=====28/57=====

28

Gambar 3.18 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.19 Diagram hasil kuesioner

=====29/57=====

29

Gambar 3.20 Diagram hasil kuesioner

Gambar 3.21 Diagram hasil kuesioner

=====30/57=====

30



Dari kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 orang responden berusia 14-17 tahun dapat disimpulkan bahwa masih banyak remaja yang tidak mengetahui atau mengenal kopi nusantara. [3] Padahal mayoritas menyukai kopi dan memiliki hobi nongkrong di kafe. Lebih dari setengah responden tidak menyukai pelajaran yang bersifat hafalan dan menganggap bahwa cara mengajarlah yang menjadi faktor sebuah pelajaran menarik atau tidak. Sebanyak 83% responden memilih video game sebagai media yang paling efektif untuk dijadikan media edukasi. Mayoritas responden menyukai video game. 84% responden juga merasa bahwa penggunaan video game efektif untuk digunakan sebagai media edukasi.

Genre game yang disukai oleh para remaja menurut hasil kuesioner adalah RPG atau Role Playing Game kemudian diikuti dengan genre adventure dan platform. Responden juga mengutamakan gameplay, story, dan visual dalam memilih sebuah game. PC atau personal computer menjadi sarana mayoritas para responden dalam bermain game. Sebanyak 58% responden juga memilih pelajaran TIK sebagai pelajaran favorit, sehingga hal tersebut memperkuat alasan dipilihnya game PC sebagai media edukasi.

III.1.2 Analisa SWOT

Strength (kekuatan)

Banyak remaja Indonesia menyukai kopi.

Weakness (kelemahan)

Nongkrong di kafe sudah menjadi gaya hidup remaja, tapi remaja hanya sekedar nongkrong saja, pengetahuan tentang kopi sangat minim terutama kopi nusantara.

Opportunity (peluang)

Perlunya media edukasi tentang kopi nusantara yang dapat memberikan pengetahuan baik itu sejarah maupun manfaat kopi.

Threat (tantangan)

Bagaimana merancang sebuah media edukasi yang selain dapat menambah pengetahuan, media tersebut juga tidak membosankan terutama bagi kaum remaja yang dikenal mudah bosan.

=====31/57=====

31

III.1.3 Analisa Media

Seiring dengan perkembangan teknologi, video game sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Sangat mudah menjumpai orang-orang yang sedang bermain game dalam keseharian mereka, baik itu di angkutan umum, kampus, ruang tunggu dokter, dan lain-lain. Hal tersebut dikarenakan semakin mudahnya orang mengunduh game. Video game dikenal tidak mengenal usia. Dari batita sampai lansia dapat bermain video game. Pada usia remaja, yang dikenal sebagai masa di mana mereka menyelidiki berbagai masalah dengan cara bermain-main, video game sangat sesuai untuk digunakan sebagai media edukasi/pembelajaran.

III.1.4 Mekanisme Game

Jenis game yang dipilih adalah game bergenre RPG dan platform. Platform game adalah genre game di mana pemain menjalankan sebuah karakter –berlari, melompat, menyerang- dalam sebuah bidang untuk menyelesaikan game. Platform game yang terkenal contohnya adalah Super Mario Bros. Sedangkan RPG atau Role Playing Game adalah game di mana pemainnya berperan menjadi sebuah karakter (yang menjadi karakter utama dari game tersebut) untuk menyelesaikan misi.

Dalam game ini sendiri akan terdapat puzzle serta quiz yang muncul di beberapa bagian. Hal tersebut disematkan dalam game agar pemainnya dapat mengetes daya ingat seputar informasi yang telah didapatkan dalam game.

Penggambaran karakter dan background menggunakan gaya pixel art 16 bit karena style tersebut merupakan style yang tidak memakan waktu. Pixel art masih banyak digunakan oleh video game modern saat ini.

III.2 Khalayak Sasaran

III.2.1 Demografis

Target audience utama dari media edukasi ini adalah remaja (usia 14-17 tahun). Karena remaja (usia 14-17 tahun) mulai menemukan nilai-nilai tertentu serta dalam masa remaja merupakan fase di mana nilai-nilai hidup baru mulai dicobakan oleh anak. **Berbagai masalah itu mulai diselidiki oleh anak dengan cara bermain-main.** [17] Dengan SES A-B. Karena remaja dengan SES A-B rata-rata memiliki PC (Personal Computer) di rumahnya.

=====32/57=====

32

III.2.2 Geografis

Sasaran dari perancangan media edukasi ini secara geografis adalah anak-anak SMP dan SMA di Indonesia.

III.2.3 Psikografis

Secara psikografis, yang menjadi sasaran adalah remaja yang tidak tertarik mempelajari sejarah (karena menganggap sejarah itu membosankan) dan tidak tahu sejarah tentang kopi yang menjadi komoditas utama untuk negara Indonesia.

III.3 Strategi Komunikasi

III. [0] [1] [3] [4] ...3.1 Creative Brief

Objective

Untuk mengedukasi para remaja Indonesia mengenai manfaat serta sejarah kopi nusantara melalui media yang menarik dan tidak membosankan. Selain itu agar para remaja dapat memperkenalkan dan merasa bangga dengan adanya keanekaragaman kopi di Indonesia.

Issue

Banyak para remaja di Indonesia yang menyukai kopi serta nongkrong di kafe namun minim informasi tentang kopi nusantara. Para remaja kebanyakan hanya tahu

kopi instant dan kopi yang sudah dicampur dengan bahan lainnya.

Insight

Indonesia kaya akan sumber daya alam, salah satunya kopi. Di mana Indonesia menjadi negara produsen kopi terbesar ke 3 di dunia.

Terdapat berbagai macam kopi nusantara yang masing-masing memiliki ciri khasnya sendiri.

Kopi memiliki banyak manfaat, baik itu untuk kesehatan maupun kecantikan.

Banyak remaja yang hobi ngopi serta nongkrong di kafe tetapi tidak mengetahui kopi nusantara.

Remaja di Indonesia mayoritas hanya mengenal kopi instant serta kopi yang sudah dicampur dengan bahan lain (contoh: cappuccino, matcha coffee, dll).

=====33/57=====

33

Opportunity

Masa pubertas di mana remaja belajar dengan cara bermain-main serta perkembangan teknologi yang semakin maju. Personal Computer sudah bukan barang mewah sehingga hampir setiap rumah memilikinya. Sehingga video game adalah media yang sangat sesuai untuk dijadikan media edukasi bagi remaja.

Challenge

Bagaimana merancang sebuah media edukasi berupa video game yang selain dapat menambah pengetahuan, media tersebut juga tidak membosankan terutama bagi kaum remaja yang dikenal mudah bosan.

III.3.2 Strategi Media

Berikut ini media yang digunakan sebagai media edukasi:

Media Utama

Media utama berupa video game yang dapat diunduh secara gratis melalui website game serta dapat dimainkan melalui personal computer. Game yang dapat dimainkan lewat PC dinilai lebih mudah diakses oleh remaja SMP dan SMA.

Media Pendukung

Media yang digunakan untuk menunjang media utama, terutama dalam bidang promosi.

1. Website – tempat mengunduh serta memberi informasi seputar game
2. Iklan pada sosial media seperti facebook, instagram, youtube
3. Teaser game melalui sosial media
4. Line Stickers
5. Merchandise

=====34/57=====

34

III.3.3 Pendekatan Komunikasi

1. Tingkat A – Permasalahan Teknis

Kesesuaian media yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Dikarenakan kebanyakan siswa SMP dan SMA lebih banyak yang memiliki PC daripada smartphone yang dapat digunakan untuk memainkan video game dengan size yang tidak kecil maka dipilihlah PC sebagai media utamanya. PC dipilih karena melalui PC, game dapat dimainkan multiplayer tanpa perlu online.

2. Tingkat B – Permasalahan Semantik

Penyampaian materi (baik sejarah kopi maupun manfaat kopi) akan dibungkus dalam plot fiksi historis. Di mana cerita tetap mengandung fakta –sejarah dan manfaat kopi- namun terdapat sedikit unsur fiktif. Pemain akan memainkan karakter fiksi yang dipilih pada awal permainan. Dalam permainan akan terdapat misi serta objektif yang harus diselesaikan untuk mendapatkan reward.

3. Tingkat C – Permasalahan Keefektifitan

Dalam game akan terdapat quiz yang diletakan pada beberapa bagian untuk menguji keefektifitan informasi yang sudah disampaikan pada chapter sebelumnya dalam game. Selain itu, informasi seputar kopi dapat diperoleh dengan cara mengumpulkan reward yang didapatkan dengan cara menyelesaikan chapter.

III.3.4 Pendekatan AISAS

Attention

Teaser game ditayangkan melalui media sosial yang sering dikunjungi oleh remaja, contohnya: Instagram dan youtube.

Interest

Target audience tertarik dengan teaser yang ditayangkan melalui media online.

Search

Game dapat dicari lewat search engine. Alamat website tempat mengunduh juga dicantumkan di dalam teaser.

Action



Target audience mengunduh dan memainkan game tersebut.

Share

Target audience memberikan review serta mengajak temannya untuk bermain bersama.

=====35/57=====

35

III.4 Strategi Anggaran

Anggaran yang diperlukan untuk perancangan media edukasi sejarah kopi nusantara:

Biaya desain UI : Rp. 3.000.000,-

Biaya pembuatan game : Rp. 4.000.000,-

Biaya beriklan di Instagram : Rp. 42.000,-/1000views

Biaya pembuatan dan pendistribusian stiker LINE: Rp. 300.000,-

=====36/57=====

36

BAB IV

STRATEGI KREATIF

IV. [0] [1] [3] [4] ...1 Konsep Visual

Gaya visual yang digunakan dalam perancangan ini adalah gaya pixel art. [1] [4] [5] [12] ... Gaya tersebut dipilih karena gaya ini merupakan gaya yang sedang digemari banyak anak remaja, serta dengan menggunakan pixel art, video game yang dibuat akan memiliki size yang lebih ringan sehingga lebih user-friendly. Size lebih ringan didapatkan dari seberapa banyak jumlah warna yang digunakan, jika menggunakan pixel art, jumlah warna yang digunakan tidak akan sebanyak penggunaan ilustrasi dengan style 3 dimensi atau kartun 2 dimensi yang di dalamnya terdapat gradasi warna.

IV.1.1 Pewarnaan

Warna yang digunakan pada judul game adalah kombinasi antara tone abu-abu, coklat dan warna-warna cerah (kuning, biru, merah). Warna abu-abu dipilih karena warna abu-abu merupakan warna yang memiliki kesan suram dan serius yang mewakili tema game. Sementara warna cerah digunakan untuk menyeimbangkan tone warna yang sudah digunakan pada judul game. Selain itu warna tersebut cocok dan disukai oleh anak remaja. Warna hijau serta warna-warna alam juga mendominasi dalam bagian ilustrasi latar belakang level dalam video game ini untuk menggambarkan suasana alam Indonesia.

Gambar 4.1 Visual kebun kopi Indonesia

sumber: jurnal-bumi.com

=====37/57=====

37

IV.1.2 Tipografi

Typeface yang digunakan adalah jenis sans-serif. Pada judul game font yang digunakan adalah font Impact. Karena font ini memiliki karakter yang kuat dan tebal. [3] Dengan karakter seperti itu, font ini sangat sesuai untuk game ini.

Impact

The quick brown fox jump over lazy dog.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890-!@#%&^&*()_+

Sementara font yang digunakan pada user interface game adalah font Press

Start 2P yang merupakan font dengan gaya pixel-art sehingga selaras dengan style

yang digunakan game ini. Font ini juga memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi. [8]

Press Start 2P

The quick brown fox jump over lazy

dog.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890-!@#%&^&*()_+

IV.1.3 Logo

Logo berupa logotype dengan menggunakan font Impact. Warna yang digunakan pada kata "[6] [19] [21] Coffee" adalah coklat muda. Huruf "o" diganti dengan gambar biji kopi agar menggambarkan kata "Coffee". Sedangkan pada kata "Crisis" warna yang digunakan adalah warna abu-abu. [1] [6] [4] [5] ... Pada kata "Crisis" peletakan font sengaja dibuat sedikit acak untuk menimbulkan kesan panik-krisis. Logo diberi garis luar agar lebih jelas dan tegas. Warna garis luar adalah coklat tua serta abu-abu tua. Pada bagian bawah logo terdapat tagline dari game ini yaitu "A Coffee Adventure".

Typeface yang digunakan adalah Press Start 2P.

=====38/57=====

38

#FFCC8E

#D8AD79

#5E4426

#3A414A
#C1C1C1
#E6E6E6

Gambar 4.2 Warna dan bentuk standar logo

#E7E7E7
#CACACA
#3E3E3E

Gambar 4.3 Logo hitam putih

IV.2 Konsep Verbal

IV.2.1 Materi Game

Materi yang disampaikan oleh game ini adalah sejarah serta manfaat kopi nusantara. Materi sejarah disampaikan tidak secara gamblang, berbanding terbalik dengan materi manfaat serta informasi tentang kopi yang disampaikan secara langsung dan jelas. Pada game ini, diceritakan bahwa pemain akan menjelajah ke masa lalu menggunakan mesin waktu. Pada setiap chapter akan terdapat keterangan tahun serta nama tempat, setelah pemain menyelesaikan chapter tersebut, akan muncul cut-scene di mana terdapat cerita yang mengarahkan pemain untuk ke chapter selanjutnya. Sedangkan materi manfaat dan informasi kopi akan didapatkan

=====39/57=====

39

oleh pemain sebagai reward ketika berhasil menyelesaikan satu level dari setiap chapter yang dimainkan.

Pada level 3 di setiap chapter akan terdapat quiz yang berisikan pertanyaan seputar kopi yang jawabannya dapat di temukan di ruang koleksi kopi. Mengapa kuis dipilih, karena dengan metode ini, informasi akan lebih mudah diingat. Apabila pemain menebak dengan benar, pemain akan mendapatkan power ups yang dapat digunakan pada Boss Battle stage.

Dalam game ini terdapat 10 chapters di mana pada setiap chapternya terdapat 4 levels. Pada level ke-4 pada setiap chapter akan terdapat boss battle yang apabila diselesaikan oleh pemain, akan mendapatkan reward berupa biji kopi Indonesia. Biji kopi yang berhasil didapatkan itu akan dapat ditemukan pemain di ruang koleksi. Bila pemain mengunjungi ruangan tersebut, pemain dapat melihat informasi seputar biji kopi yang sudah didaparkannya tersebut.

Ketika semua chapter telah diselesaikan oleh pemain, pemain akan memperoleh hadiah berupa buku cerita, serta membuka kesempatan untuk bermain multi-player. Semua mini-games yang terdapat pada chapter secara acak juga dapat dimainkan.

IV.2.2 Judul

Judul game yang dipilih adalah Coffee Crisis yang apabila diterjemahkan ke bahasa Indonesia memiliki arti krisis kopi. Judul game diambil langsung dari tema dan cerita yang terdapat di game ini, di mana seorang yang jahat ingin menghancurkan kopi yang ada di Indonesia dikarenakan sebuah alasan rahasia yang dapat diungkap pemain apabila memainkan game edukasi ini. Kalimat bermuatan edukasi sengaja tidak dipilih karena para remaja tidak hal-hal yang berbau pelajaran.

Gambar 4.4 Halaman loading game

=====40/57=====

40

IV.2.3 Karakter

IV.2.3.1 Karakter Utama

Karakter utama dari game ini adalah sepasang kakak beradik fiktif bernama Neo dan May. Mereka merupakan remaja Indonesia yang suka minum kopi. Nama Neo diambil dari coffee eugenioides yang merupakan salah satu tanaman mula-mula (nenek moyang) kopi arabika sedangkan nama May diambil dari reaksi Maillard yang merupakan salah satu proses utama dalam pemanggangan kopi.

IV.2.3.2 Karakter Pendukung

Karakter pendukung pada game ini adalah kakek dari Neo dan May bernama Prof. PB. Prof. PB adalah seorang yang jenius dan suka berekperimen untuk menciptakan alat-alat dan formula khusus. Nama diambil dari peaberry yang merupakan nama buah pada tanaman kopi. Karakter ini merupakan NPC (non-playable character).

IV.2.3.3 Karakter Musuh

Musuh utama dalam game ini adalah Dr. Matoda. Dr. Matoda merupakan orang yang jenius serta memiliki kepandaian dalam membuat robot. Nama diambil dari Nematode yang merupakan salah satu hama kopi. Dalam game ini, dia melihat bahwa di masa yang akan datang, dia akan meninggal dikarenakan mengonsumsi kopi beracun sehingga ia ingin membasmi kopi-kopi yang ada di Indonesia agar apa yang dia lihat tidak terjadi. Pada game ini, musuh yang dijumpai karakter utama adalah robot-robot serangga ciptaan Dr. Matoda.

IV.2.4 Mekanisme Game

Game merupakan gabungan antara platform game dan RPG (Role Playing



Game) di mana pemain berjalan dari awal ke titik akhir level. Pemain dapat berinteraksi dengan NPC yang berada di lokasi permainan dengan cara menekan tombol aksi. Pada awal permainan akan terdapat tutorial singkat di mana pemain diberikan instruksi serta tips-tips dalam memainkan game ini.

IV.2.4.1 Menu Game

- Halaman Utama
- Press Start
- Halaman Kedua

=====41/57=====

41

- New Game
- 1 Player Game
- 2 Players Game
- Load Game
- Story Book
- Mini Games
- Options
- Sound FX (Checkbox & Slider)
- Background Music (Checkbox & Slider)
- Language – IND/EN

IV.2.4.2 Level System

Pilih karakter: Neo/May

Prolog

o Chapter 1

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Coffee Robusta)

o Chapter 2

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Coffee Arabika)

o Chapter 3

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Coffee Liberika)

o Chapter 4

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Coffee Excelsa)

o Chapter 5

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Kopi Luwak)

o Chapter 6

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Kopi Sulawesi)

o Chapter 7

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Kopi Jawa)

o Chapter 8

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Kopi Kintamani)

o Chapter 9

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Kopi Gayo)

o Chapter 10

1 – 2 – 3 – Boss Fight (Kopi Mangkuraja)

=====42/57=====

42

IV.2.5 Strategi Promosi

Dengan menggunakan pendekatan AISAS, strategi yang digunakan antara lain:

IV.2.5.1 Teaser

Teaser dibuat untuk menarik perhatian target audience [4] [5] Teaser berupa video berisikan sinopsis game dalam bentuk animasi serta sekilas gameplay dari game ini.

Dalam teaser juga dicantumkan alamat website.

IV.2.5.2 Iklan pada Sosial Media

Iklan berupa gambar serta link website tempat mengunduh game tersebut.

Iklan ditayangkan pada sosial media seperti Instagram dan Facebook.

IV.2.5.3 Iklan pada Youtube

Iklan pada situs Youtube berupa teaser game. Melalui situs ini pula akan diupload berbagai macam video lain yang berhubungan dengan game tersebut.

IV.2.5.4 Website

Website di mana target audience dapat mengunduh serta melihat berbagai macam informasi seputar game ini. Pada website juga diadakan event berupa kuis seputar kopi yang diadakan selama masa promosi.

IV.2.5.5 LINE Stickers

Stiker aplikasi LINE yang dapat diunduh secara gratis apabila target audience telah menonton teaser dari game.

IV.2.5.6 Merchandise

Merchandise berupa topi dan kaos yang dapat diperoleh secara cuma-cuma oleh pemain yang berhasil menjawab kuis pada website. Pemenang diperoleh secara acak.

=====43/57=====

43

IV.3 Visualisasi Desain

IV. [0] [1] [2] [3] ...3.1 Karakter

IV.3.1.1 Karakter Utama

Karakter utama dalam permainan ini adalah remaja bernama Neo (usia 17



tahun) dan adiknya, May (usia 16 tahun). Kedua remaja ini adalah remaja yang aktif serta memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. [7] [18] Pemain dapat memilih salah satu dari kedua karakter ini. Baju kedua karakter kasual (kaos serta celana jeans) dan membawa tas ransel.

Gambar 4.5 Neo spritesheet

Gambar 4.6 May spritesheet

-----44/57-----

44

IV.3.1.2 Karakter Pendukung

Kakek dari Neo dan May. Menggunakan baju berupa jas laboratorium berwarna putih dan kacamata.

Gambar 4.7 Prof. PB spritesheet

IV.3.1.3 Karakter Musuh

Desain dari Dr. Matoda dibuat dengan dominasi warna merah tua. Robot yang didesain mengambil dari bentuk serangga yang merupakan hama kopi.

Gambar 4.8 Dr. Matoda spritesheet

Gambar 4.9 Robot Serangga sprite

-----45/57-----

45

IV.3.2 Interface

Desain interface dibuat sederhana sehingga mudah dimengerti oleh para pengguna. Menu dapat dijalankan dengan cara menekan tombol dengan menggunakan mouse.

Gambar 4.10 Tampilan menu awal

Gambar 4.11 Tampilan menu awal

-----46/57-----

46

Gambar 4.12 Tampilan menu awal

Gambar 4.13 Peta game

Gambar 4.14 Peta game

-----47/57-----

47

Gambar 4.15 Gameplay

Gambar 4.16 Multiplayer Gameplay

Gambar 4.17 Ruang Koleksi

-----48/57-----

48

Gambar 4.18 Kuis

IV.3.2 Power Ups

Untuk membasmi robot musuh, diperlukan kekuatan super. Pada game diceritakan bahwa Prof. PB sudah berhasil menciptakan ramuan yang memiliki khasiat khusus. Terdapat 4 jenis power ups yang memiliki berbagai macam keuntungan yang dapat digunakan oleh pemain. Power ups ini dapat diperoleh pada setiap chapter secara acak serta dapat didapatkan melalui kuis.

IV.3.2.1 Health

Memiliki warna merah muda dan tabung berbentuk hati. Berfungsi untuk menambah HP player.

IV.3.2.2 Ice Element

Memiliki warna biru muda dan tabung berbentuk segitiga. Apabila digunakan, pemain akan mempunyai kekuatan untuk menembakkan es.

IV.3.2.3 Fire Element

Memiliki warna jingga dan tabung berbentuk oval. Apabila digunakan, pemain



akan mempunyai kekuatan untuk menembakkan api.

=====49/57=====

49

IV.3.2.4 Peaberry

Merupakan buah kopi. Apabila digunakan, pemain akan memperoleh kostum luwak. Dengan menggunakan kostum ini, pemain dapat menyingkirkan musuh dengan menggunakan ekornya.

Gambar 4.19 Power Ups

Gambar 4.20 Peaberry Power

=====50/57=====

50

Gambar 4.21 Fire & Ice Power

IV.3.3 Strategi Promosi

IV.2.5.1 Teaser

Gambar 4.22 Teaser pada situs Youtube

=====51/57=====

51

IV.2.5.2 Iklan pada Sosial Media

Gambar 4.23 Iklan pada laman Facebook

Gambar 4.24 Iklan pada laman Facebook

=====52/57=====

52

Gambar 4.25 Iklan pada aplikasi Instagram

=====53/57=====

53

IV.2.5.3 Website

Gambar 4.26 Halaman utama website

Gambar 4.27 Menu website

=====54/57=====

54

Gambar 4.28 Menu karakter pada website

Gambar 4.29 Menu karakter pada website

=====55/57=====

55

IV.2.5.4 LINE Stickers

Gambar 4.30 Tampilan LINE stickers

IV.2.5.5 Merchandise

Gambar 4.31 Merchandise



BAB V KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Indonesia adalah penghasil kopi terbesar ketiga di dunia. Remaja Indonesia sudah menjadikan nongkrong di kafe sebagai gaya hidup. Kopi memiliki banyak manfaat yang belum diketahui banyak orang terutama remaja. Maka dari itu dibutuhkan sebuah media yang dapat memberikan nilai edukasi tentang kopi bagi remaja. Karena usia remaja adalah usia yang mempelajari sesuatu melalui cara bermain-main, maka digunakanlah video game sebagai media edukasi. Video game ini efektif untuk menyampaikan nilai edukasi karena para remaja dapat mendapatkan berbagai macam informasi tentang kopi melalui cara yang menyenangkan. Dengan adanya media edukasi kopi berupa video game para remaja Indonesia dapat mengetahui berbagai macam kopi dan manfaat kopi serta dapat merasa lebih bangga akan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia.

V.2 Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan menganalisa hasil penelitian terhadap perancangan ini, ada beberapa saran yang ingin disampaikan:

Agar media edukasi berupa video game mulai banyak dikembangkan di Indonesia karena media edukasi ini dapat menyampaikan berbagai macam nilai edukasi untuk remaja.

Kopi sebagai kekayaan alam di Indonesia harap terus dijaga serta dilestarikan. Kita sebagai warga negara Indonesia harus bangga.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Clifford, M. N. Dan K. C. Wilson. 1985. Coffee: **Botany, Biochemistry and Production of Beans and Beverage**
- Freeman, David. [30] 2003. *Creating Emotion in Games*
- Fullerton, Tracy dan Christopher Swain dan Steven S. Hoffman. 2008. *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games*
- Kartono, Kartini. 1990. *Psikologi Anak (Psikologi Perkembangan)*
- Kramer, Wolfgang. 2000. *What Makes a Game Good?*
- Wiebe, Glenn. 2013. *Kids Don't Hate History. They Hate the Way We Teach It*
- Loewen, James W. 2007. **Lies My Teacher Told Me**: [10] [13] *Everything Your American History Textbook Got Wrong*
- Olivia, Femi. 2008. *Gembira Belajar dengan MIND MAPPING: Bantu Anak Menguasai "Senjata Rahasia" Para Jenius untuk Melejitkan Prestasi di Sekolah*
- Sadiqah, Putri P. 2006. *Seri Penemuan: Penemuan Kopi*
- Ukers, William. 1935. *All About Coffee*. New York: The Tea & Coffee Trade Journal Company
- Webb, James N. 2006. *Game Theory: Decisions, Interaction and Evolution*
- Weinberg, Bennett Alan dan Bonnie K. Bealer. 2002. *The World of Caffeine: The Science and Culture of the World's Most Popular Drug*
- Wyman, Michael Thornton. 2011. *Making Great Games: An Insider's Guide to Designing and Developing the World's Greatest Video Games*
- Website:
- International Coffee Organization website. <http://www.ico.org/>. Diakses tanggal 7 Februari 2017
- Kementerian Perindustrian website. <http://www.kemenperin.go.id/>. Diakses tanggal 7 Februari 2017

