

Bab I Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini manusia dituntut untuk bisa beradaptasi dan mengikuti perkembangan global melalui pertukaran informasi dengan berbagai bahasa internasional. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *CBI Education & Skill Survey* pada tahun 2016, terdapat sepuluh bahasa internasional yang dapat dipelajari salah satunya adalah bahasa Korea. Di Indonesia, bahasa Korea telah menjadi salah satu bahasa yang digunakan sebagai bahasa Internasional, selain itu, dengan adanya *The Korean Wave* di Indonesia menyebabkan peningkatan minat belajar bahasa Korea di masyarakat. Berdasarkan data dari Twitter (2020), total jumlah penggemar *KPOPers* di Indonesia merupakan yang terbanyak keempat di seluruh dunia. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah siswa yang ingin belajar bahasa Korea baik melalui pendidikan formal dan informal.

Dewasa ini banyak media belajar yang diciptakan untuk mewujudkan pembelajaran yang lebih menarik, interaktif, dan efektif baik untuk pendidikan formal maupun informal. Sehingga, kegiatan pembelajaran lebih mengurangi penyampaian materi dari guru dan terfokus ke pemakaian, penerapan, dan pembahasan materi melalui media pembelajaran, dan juga guru dapat lebih memperhatikan siswanya (Thabroni, 2020). Berdasarkan data survei yang dilaksanakan di komunitas *Indo-kpop* pada tanggal 4 Maret 2020 diketahui bahwa 42.9% responden survei mempunyai kesulitan menghafalkan kosa kata, 31.2% responden survei berpendapat mengalami masalah tersebut karena kejenuhan terhadap modul yang isinya hanya tulisan saja. Sehingga untuk menanggulangi masalah ini perlu pemilihan media belajar yang tepat untuk user. Pemilihan media pembelajaran harus diikuti dengan jenis media pembelajaran yang akan digunakan; terdapat 7 kelompok media pembelajaran yaitu (1) Media visual, Media *still projection*, media audio, media audio visual diam, media audio visual, media televisi, dan multimedia (Nurseto, 2012). Menurut data survei yang dilaksanakan di Komunitas *Indo - kpop* pada tanggal 4 Maret 2020 diketahui bahwa 65% orang memilih untuk menggunakan media visual dan film sebagai media pembelajaran.

Media berbasis visual memanfaatkan gambar untuk pemahaman dan penyampaian materi kepada siswa. Media visual sebaiknya di tempatkan di konteks yang bermakna dan siswa harus berinteraksi dengan visualisasi tersebut untuk meyakinkan terjadinya proses penerimaan materi (Rosidah, 2016).

Brand startup Nolja yang berdiri sejak awal tahun 2020 hadir untuk membantu memecahkan masalah kejenuhan terhadap modul dengan menyediakan media belajar berupa permainan kartu kosakata bahasa Korea yang mudah dipahami, menyenangkan, interaktif, dan sesuai untuk target market agar tercipta minat belajar sehingga materi bisa tersampaikan dengan baik. Permainan kartu kosakata Nolja memiliki tema konten edukasi khususnya pada penggunaan kosakata sehari-hari, memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau, dikemas dengan rapi dan efisien.

Permainan kartu kosakata Nolja dapat digunakan untuk belajar kosakata bahasa Korea baik secara individual maupun berkelompok. Di dalam kartu Nolja terdapat contoh kosakata jika diterapkan ke dalam kalimat sehari-hari, ilustrasi yang menggambarkan arti kosakata di setiap kartu, dan terdapat tiga bahasa yaitu, bahasa Korea dalam bentuk huruf Hangul dan Romani, beserta terjemahan ke bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Sistem permainan edukasi permainan kartu Nolja melatih ketajaman ingatan dan fokus untuk membantu menghafalkan dan memahami kosakata bahasa Korea serta menciptakan *game experience*.

Target market utama Nolja adalah perempuan, khususnya remaja sampai *young adult* dengan rentang usia 15-25 tahun yang memiliki allowance minimal kurang lebih 500 ribu per minggu dan kondisi sosial ekonomi menengah ke atas yang berdomisili di kota-kota besar Indonesia. Target *psikografis* dengan kepribadian ingin belajar hal baru (*curious*), senang belajar bahasa Korea, senang belajar budaya baru khususnya budaya Korea, memiliki gaya hidup mengikuti modis Korea, suka berkumpul dengan komunitas pecinta Korea, senang berbelanja online dan aktif di media sosial.

Brand Startup Nolja memiliki beberapa masalah yang cukup fatal pada desain visual kartu dan sistem permainan edukasi yaitu, dengan adanya ilustrasi pada *player card* dapat membuat pemain lebih melihat ilustrasi daripada huruf Hangul

yang ada di dalam kartu sehingga permainan cepat selesai dan menjadi membosankan, diperlukan *tools* untuk menilai kemampuan bahasa dalam kartu, tulisan di dalam kartu tidak terlalu terbaca dan *stroke* pada ilustrasi yang terlihat tipis. Dalam sebuah *game* biasanya terdapat empat fitur utama yaitu adanya tujuan, aturan, feedback system, dan voluntary participation (McGonigal, 2012). Untuk mengukur kemampuan linguistik terdapat struktur hierarki yang mengidentifikasi kemampuan mulai dari tingkat yang rendah hingga yang tinggi, dan bisa menjadi acuan guru untuk mengukur bahasa anak didik, melalui proses kognitif yakni; mengingat, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, mengevaluasi, menciptakan (Pancaningrum, n.d.).

Strategi yang difokuskan untuk menanggulangi masalah tersebut adalah merancang sistem permainan edukasi baru dengan menganalisis fitur-fitur permainan dan menambahkan *tools* yang dapat menilai kemampuan bahasa dalam aturan sistem permainan edukasi Nolja agar sistem permainan menjadi kuat, serta mengubah visual kartu mengikuti fungsi dan aturan permainan. Untuk melaksanakan rancangan tersebut *brand* Nolja membuat perancangan *visual asset* untuk permainan kartu kosakata Nolja dengan tujuan untuk memecahkan masalah *brand* Nolja dengan membuat dasar permainan kartu Nolja menjadi lebih baik dimana *workflow* dari sistem permainan edukasi dan visual kartu bisa menjadi satu *purpose*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *visual asset* untuk permainan kartu kosakata Nolja agar dasar permainan kartu Nolja menjadi lebih kuat dimana *workflow* dari sistem permainan edukasi dan visual kartu bisa menjadi satu *purpose*.

1.3. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan Tugas Akhir ini adalah merancang visual asset untuk permainan kartu bahasa Korea kosakata Nolja untuk perempuan usia 15-25 tahun yang senang belajar bahasa Korea dan menyukai permainan kartu dengan membuat dasar permainan kartu Nolja menjadi lebih kuat dimana *workflow* dari sistem permainan edukasi dan visual kartu bisa menjadi satu *purpose* sehingga materi bisa tersampaikan dengan baik, tercipta *game experience* bagi *user*, dan dapat diterima oleh market.

1.4. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a) Membantu menyelesaikan masalah jenuh belajar bahasa Korea melalui modul dengan media belajar visual yang mudah dipahami, menyenangkan, dan interaktif.
- b) Membangun visual asset yang kuat untuk permainan kartu kosakata bahasa Korea Nolja agar dasar permainan kartu Nolja menjadi lebih kuat dimana *workflow* dari sistem permainan edukasi dan visual kartu bisa menjadi satu *purpose*.
- c) Untuk membangun *brand awareness* pada target market dan audience *brand* Nolja
- d) Untuk meningkatkan nilai dan daya tarik *brand* Nolja terhadap target market.
- e) Turut berkontribusi untuk perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual.

1.5. Batasan Perancangan

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka batasan perancangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Batasan ilmu yang digunakan dalam ilmu Desain Komunikasi Visual yaitu, ilmu *Branding*, Ilmu *User Interface design*, Ilmu *Typography*, Ilmu *Layout*, Ilmu *marketing*, Ilmu Ilustrasi, Ilmu gaya desain, dan Ilmu Warna.
2. Batasan waktu pelaksanaan Tugas Akhir dimulai dari bulan Agustus 2020 hingga berakhir pada Mei 2021
3. Batasan pengumpulan data diambil di Semarang pada kurun waktu bulan Maret 2020 hingga Maret 2021
4. Batasan teknologi yang digunakan adalah *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop* untuk pembuatan kartu beserta media promosi, *Adobe XD* dan *Anima* untuk pembuatan *website* sebagai media promosi, dan *Adobe Premiere* untuk edit video. Batasan material yang digunakan adalah pencetakan *pack* kartu Nolja dan perancangan strategi promosi dan marketing berupa media promosi online melalui media sosial *Instagram*.