



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. Animasi

Wells (1998) mengartikan, animasi sebagai suatu teknik kreatif dengan memanipulasi objek sehingga terlihat bergerak dengan memperhatikan aspek estetika. Mempunyai pendapat yang sama, Moreno (2014) juga menyatakan, dalam animasi dibutuhkan rangkaian gambar berurutan untuk menciptakan ilusi gambar yang terlihat bergerak dengan cara yang artistik. Jadi, selain menciptakan gambar seolah bergerak, animasi juga memperhatikan nilai seni atau keindahan dari tiap gambarnya (hlm. 4).

Untuk menciptakan sebuah animasi dibutuhkan tiga tahapan besar, yakni pra produksi, produksi, dan pasca produksi (Syahfitri, 2011). Dalam tahap pra produksi, terjadi proses pengolahan ide cerita menjadi naskah, perancangan tokoh dan environment, pembuatan storyboard hingga animatic. Setelah tahap pre-produksi selesai, tahapan berikutnya adalah produksi. Tahap produksi merupakan proses animasi dibuat. Setelah seluruh proses telah jadi, tahapan terakhir adalah pasca produksi. Dalam tahap terakhir, animasi akan melalui proses editing, color correction, dan digabungkan dengan suara serta musik hingga dapat dinikmati oleh penonton (hlm. 216-217).

Dalam bukunya, Wells (2016) menuliskan beberapa keunggulan animasi jika dibandingkan dengan *live action*. Pertama, animasi dapat mencapai imajinasi yang

tidak mungkin dilakukan dalam dunia nyata. Kedua, animasi dapat menciptakan dunia baru yang memiliki kesan nyata. Ketiga, *exaggeration* tidak mungkin dilakukan dalam dunia nyata, sehingga tokoh dalam animasi lebih ekspresif. Keempat, proses produksi animasi mudah untuk dikontrol. Kelima, animasi bermanfaat untuk menunjang film *live action*, seperti penambahan efek visual, *special effect*, *crowd*, dan sebagainya (hlm. 9).

2.2. Prinsip Animasi

Gunawan (2013) mengatakan bahwa animator perlu mengerti dan menerapkan 12 prinsip dasar animasi pada karyanya, baik 2D ataupun 3D (hlm. 30). Setelah ditelusuri, pada tahun 1981 Thomas dan Johnston mengemukakan teori fundamental mengenai 12 prinsip animasi melalui bukunya. Teori ini berawal dari para animator Disney yang ingin meningkatkan keahlian mereka dalam menggerakkan gambar (Thomas dan Johnston, 1981). Kedua animator ini mencoba membuat teori dasar animasi dan memberikan nama yang cocok (hlm. 47). 12 Prinsip yang berhasil disusun adalah: gerakan lentur seperti memuai dan menyusut (*squash and stretch*), gerakan awal untuk mengambil ancang-ancang (*anticipation*), gerak keseluruhan dalam adegan (*staging*), teknik menggambar *frame by frame* dan *keyframe to keyframe* (*straight ahead* dan *pose to pose*), gerakan yang bergerak walaupun objek berhenti dan gerakan yang saling mendahului (*follow through and overlapping action*), gerakan percepatan dan perlambatan (*slow in and slow out*), gerakan dengan pola lengkung (*arcs*), gerakan tambahan untuk memperkuat gerakan utama (*secondary action*), waktu yang dibutuhkan objek untuk bergerak

(*timing*), gerakan yang dilebih-lebihkan (*exaggeration*), keutuhan dimensi pada gambar (*solid drawing*), dan daya tarik pada tokoh (*appeal*). Prinsip yang akan dibahas lebih lanjut adalah *solid drawing* dan *appeal*.

1. Solid Drawing

Gunawan (2013) menuliskan bahwa gambar tokoh diciptakan dengan memiliki dimensi. Maksud dari dimensi adalah tokoh yang digambar memiliki kejelasan bentuk serta volume tubuh (hlm. 94). Dengan mengetahui dimensi pada gambar, animator dapat menggambarkan tokoh dari berbagai sisi dan perspektif dengan baik (Thomas dan Johnston, 1981). Seperti pada gambar 2.1, ada dua tokoh Mickey Mouse digambarkan dengan pose yang sama. Tetapi, gambar di sebelah kiri terlihat lebih datar atau disebut '*wooden*' character karena posenya yang kaku. Tangan dan kaki Mickey baik sebelah kanan maupun kiri memiliki pose yang sama. Sedangkan gambar di sebelah kanan yang memiliki pose lebih natural karena digambar dalam perspektif. Tangan kirinya berada dibawah dan tangan kanannya berada diatas. Jadi, gambar pun seolah mempunyai bentuk yang jelas dan menjadikannya satu gambar utuh yang dinamis (hlm. 64).



Gambar 2.1. Mickey Mouse

(The Illusion of Life Disney Animation, 1981)

2. Appeal

Setiap tokoh, baik protagonis maupun antagonis harus memiliki daya tarik yang sesuai dengan kepribadiannya (Gunawan, 2013). Tokoh yang menarik dapat membuat penonton mengetahui bagaimana sifat tokoh hanya dengan melihat desain tokohnya (hlm. 95-96). Ada beberapa hal yang membuat tokoh terlihat kurang menarik. Contohnya, seperti desain tokoh yang kurang baik, bentuk yang membingungkan, dan pergerakan yang kikuk (Thomas dan Johnston, 1981). Gambar perlu menjadi media komunikasi untuk menyampaikan pesan. Jika desain tokoh baik, maka penonton dapat merasakan emosi yang ingin disampaikan oleh tokoh (hlm. 69). Seperti pada gambar 2.2, kedua tokoh dalam animasi Pinocchio, yakni Blue Fairy dan Jiminy sedang bertatapan. Blue Fairy adalah seorang ibu peri yang baik, sehingga digambarkan dengan tatapan yang lembut. Jiminy merupakan belalang yang riang dan suka bercanda dan digambarkan dengan mata yang besar dan suka tersenyum.



Gambar 2.2. Jiminy (kiri) dan Fairy (kanan) dalam Pinocchio (1940)
(The Illusion of Life Disney Animation, 1981)

2.3. Tokoh

Thomas dan Johnston (1981) memiliki pemikiran yang sama dengan Corbett (2013) bahwa tokoh tidak hanya sekedar gambar, ada perasaan dan pemikiran yang tercipta (hlm. 16). Ide akan menghasilkan sebuah cerita dengan tokoh penting di dalamnya, yakni protagonis dan antagonis (Egri, 1946). Tokoh protagonis merupakan tokoh yang mengambil langkah atau tindakan agar cerita terus berjalan (hlm. 106). Sedangkan tokoh antagonis adalah tokoh yang bertentangan atau menghalangi tokoh protagonis untuk mencapai tujuannya. (hlm. 113). Karena memiliki peran penting dalam cerita, tokoh perlu diciptakan berdasarkan dimensi dan visual yang baik.

2.3.1. Tridimensional Tokoh

Tokoh merupakan personal yang jelas, tidak hanya sebuah imajinasi belaka (Corbett, 2013). Egri (1946) menuliskan setiap objek memiliki dimensi, seperti kedalaman, ketinggian, dan lebar benda. Sama seperti objek, tokoh pun memiliki dimensi yang menjadikannya seperti 'manusia' (hlm. 33). Corbet (2013) menyebutkan, tiga dimensi yang dimiliki manusia atau sebuah tokoh adalah fisiologi, sosiologi, dan psikologi.

1. Fisiologi

Egri berpendapat bahwa dalam dimensi yang pertama penampilan fisik tokoh merupakan hal paling awal yang terlihat dan mempengaruhi perkembangan mental (hlm. 33). Corbett menjelaskan bahwa mendeskripsikan fisik tokoh berfungsi untuk mengetahui cara tokoh berinteraksi dengan dunia luar dan orang lain (hlm. 102). Semakin jelas deskripsi yang diberikan, penonton akan

semakin memahami tokoh. Selain warna rambut, tinggi badan, berat badan, ada hal lain yang perlu diketahui dari tokoh: indra yang dimiliki (*the sense*), alat dan jenis kelamin (*sex versus gender*), ketertarikan secara seksual (*sexual attractiveness*), ras (*race*), umur (*age*), kondisi fisik (*health*), Perilaku dan cara berpakaian (*deportment and fashion sense*).

2. Sosiologi

Dimensi kedua adalah hal yang perlu dipelajari dari lingkungan keluarga dan keadaan sosial tokoh (Egri, hlm. 33). Corbet menambahkan, sosiologi memiliki kaitan dengan cara tokoh bersosialisasi dengan orang lain (hlm. 128). Faktor penting dan utama untuk tokoh adalah keluarga (*family*). Sebagai tempat pertama manusia hidup, keluarga menjadi penting karena berkaitan dengan jati dirinya. Di dalam keluarga, biasanya tokoh mempunyai relasi dengan ayah sebagai hal paling dominan di dalam hidupnya (hlm. 129). Kedua, ibu yang penuh cinta kepada anaknya. Ketiga, relasi dengan saudara kandung yang akan saling melindungi satu sama lain. Keluarga tidak selalu mempunyai anggota yang lengkap.

Lingkungan (*geography*) tempat dimana tokoh lahir dan berkembang dapat menunjukkan asal suku (*tribe*). Tokoh mempunyai kebudayaan yang dapat berpengaruh pada nama (*name*) yang tokoh miliki. Nama menjadi identitas tokoh yang ditampilkan dalam film. Tempat tinggal tokoh seperti rumah (*home*) menjadi tolak ukur seberapa besar lingkungan tempat tinggal mempengaruhi tokoh. Seberapa besar atau kecil rumah dapat dilihat kelas

(*class*) secara sosial. Keadaan ekonomi akan mempengaruhi penampilan tokoh secara fisik maupun psikologi.

Ditahap selanjutnya, tokoh akan keluar dari lingkungan keluarga menuju masyarakat yang lebih luas. Tokoh berinteraksi dengan berbagai kalangan sosial, seperti kelas menengah atas, menengah bawah, atau setara. Tokoh berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain di luar keluarganya sehingga mempunyai teman (*friends*). Tokoh juga melewati tahap pendidikan (*education*) sebagai penunjuk kemampuan tokoh dalam bidang akademis. Setelah mendapat pendidikan, tokoh mencari cara untuk bertahan hidup dengan menghasilkan uang. Tokoh mempunyai pekerjaan (*work*) berdasarkan kemampuan yang dimilikinya. Pada umur dewasa, tokoh akan mencari pasangan (*spouse*) sebagai teman hidup dan tokoh berusaha mempertahankan hubungan yang dimilikinya.

3. Psikologi

Egri menyatakan bahwa dimensi yang ketiga berkaitan dengan fisiologi dan sosiologi sehingga mempengaruhi perilaku dan mental tokoh (hlm. 34)

Psikologi berhubungan dengan keadaan batin atau kehidupan personal dari tokoh (Corbet, hlm. 112). Kondisi psikologi tokoh merupakan faktor

terpenting untuk diolah lebih lanjut. Psikologi akan mempengaruhi interaksi tokoh dengan tokoh lainnya. Ada beberapa hal yang mempengaruhi psikologi

tokoh, seperti keinginan (*desire*) yang menjadi ambisi tokoh untuk mencapai tujuan akan berkaitan dengan alur cerita. Seperti masalah yang dihadapinya,

cara menyelesaikan masalah, sampai pada akhirnya dia mendapatkan keinginannya.

Jalan tokoh menuju keinginannya tidaklah selalu mudah. Ketakutan (*fear*) yang dimiliki tokoh dapat menjadi hambatan untuk mencapai keinginannya (hlm. 113). Tokoh berusaha untuk menutupi ketakutannya. Tokoh dapat memilih hanya menutupi ketakutannya atau melawan rasa takutnya. Jika tokoh melawan rasa takut, maka tokoh membutuhkan keberanian (*courage*). Tokoh menemukan cara untuk mengatasi dan mengontrol rasa takutnya (hlm. 114). Hal ini dapat membuat tokoh mengatasi hambatan yang dihadapinya.

Emosi yang membuat hidup tokoh jadi lebih menarik dan indah adalah cinta (*love*). Tetapi, cinta juga menjadi ironi karena dapat membuat tokoh kuat menjadi lemah (hlm. 115). Tokoh yang jatuh cinta akan berbuat apa pun demi kekasih hatinya. Tetapi, cinta tidak terbatas pada pasangan saja. Rasa cinta juga dapat ditunjukkan pada keluarga, hewan, dan benda. Hal ini dapat menjadi hambatan atau jalan keluar dari masalah yang dihadapi tokoh.

Berlawanan dengan cinta, kebencian (*hate*) menjadi emosi yang biasanya diperlihatkan oleh tokoh antagonis. Kebencian dapat berawal dari pengalaman buruk yang dialami oleh tokoh. Hal buruk yang didapatkan tokoh bisa menimbulkan kematian (*death*). Artinya hidup tokoh hancur atau berakhir. Dapat berakhir secara fisik (mati) atau hancurnya reputasi tokoh. Pengalaman buruk yang dialami tokoh dapat berasal dari rasa malu (*shame*). Rasa malu membuat tokoh tidak nyaman karena serba salah atau tidak bisa

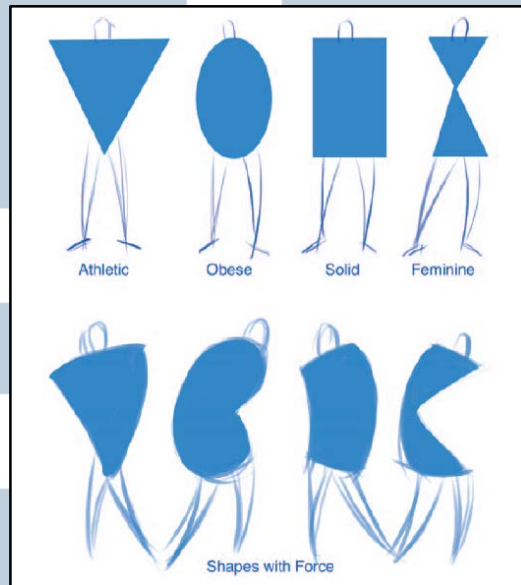
mencapai keinginannya (hlm. 116). Misalnya, tidak mendapatkan cinta, pengakuan, status dan lainnya. Bisa juga karena tokoh selalu gagal dalam mencapai apa yang diinginkannya (*failure*). Hal ini dapat menunjukkan reaksi dari tokoh dalam menghadapi hambatan.

Hal negatif yang tokoh terima dapat berubah menjadi rasa bersalah (*guilt*). Sehingga tokoh memiliki kesadaran dalam mengakui perbuatannya yang salah (hlm. 117). Tokoh juga perlu memberikan pengampunan untuk menunjukkan seberapa besar hati tokoh untuk memaafkan orang lain (*forgiveness*). Ajaran-ajaran baik yang diterima tokoh bisa berasal dari kepercayaan (*religion/spirituality*) yang dianut. Jika tokoh bisa mengatasi segala hambatan, maka tokoh bisa mencapai keberhasilan (*success/pride*). Setelah keinginannya tercapai, tokoh pun mempunyai harga diri.

2.3.2. Bentuk Dasar Tokoh

Sloan (2015) menyatakan, elemen visual yang dapat digunakan pada tokoh adalah sebuah bentuk. Dalam bukunya, Mattesi (2008) menuliskan bentuk dasar yang dipakai dalam dunia visual adalah segitiga, lingkaran, dan persegi. Bentuk-bentuk tersebut juga mempengaruhi emosi orang yang melihatnya. Beda bentuk mempunyai makna yang berbeda pula sehingga penonton dapat mengetahui kepribadian dari tokoh hanya dengan melihat bentuk dasarnya (hlm.62). Pada gambar 2.3 terlihat beberapa bentuk yang mempengaruhi kepribadian yang ditampilkan, seperti segitiga terbalik membentuk tubuh yang atletis, bentuk bulat yang menggambarkan orang yang gemuk, bentuk persegi panjang yang terlihat utuh

dan kuat, serta gabungan bentuk dua segitiga yang menciptakan kesan seperti tubuh wanita.



Gambar 2.3. Bentuk dasar tokoh
(Force: Character Design from Life Drawing, 2008)

a. Segitiga

Dilihat dari bentuknya, segitiga mempunyai tiga sisi dan sudut yang lancip. Ekström (2013) menyatakan, segitiga merupakan bentuk yang paling dinamis dan mempunyai kesan yang kuat, serta tegas. Menurut Sloan (2015), segitiga merupakan bentuk yang menciptakan makna berbeda tergantung pemakaiannya. Bentuk dasar dapat segitiga diterapkan pada tokoh antagonis atau sosok yang kuat seperti pahlawan. Maka dari itu, tokoh dengan bentuk segitiga akan terlihat proaktif dan agresif (Beiman, 2017). Selain itu, segitiga kuning dengan tanda seru juga dipakai sebagai lambang yang menginformasikan bahaya.

b. Lingkaran

Mattesi (2008) menuliskan, bentuk bulat dan tidak ada sisi tajam seperti lingkaran mempunyai kesan bersahabat. Berdasarkan hal itu, lingkaran menjadi bentuk dasar tokoh protagonis. Lingkaran dianggap bukan sesuatu yang berbahaya karena mempunyai sisi lembut. Sebagai contoh, tokoh yang mempunyai bentuk dasar lingkaran adalah Doraemon (1969). Hampir seluruh bentuk doraemon bulat, seperti mata, hidung, kepala, tangan, kaki, dan badan.

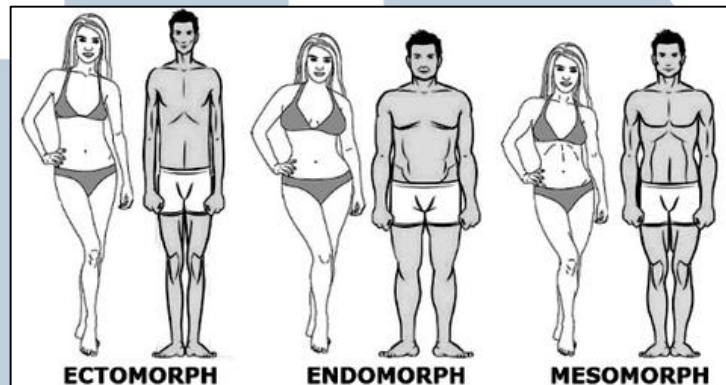
c. Persegi

Mempunyai empat sisi yang sama, persegi memberikan kesan kuat dan stabil (Ekström, 2013). Bentuk persegi ini juga dapat dijadikan persegi panjang, baik sisi vertikal dan horizontal mempunyai kesan yang kuat dan kokoh (Mattesi, 2008). Beiman (2017) menambahkan, tokoh berbentuk badan persegi juga dikaitkan dengan sikap yang pantang menyerah dan tidak fleksibel atau orang yang sifatnya kaku.

2.3.3. Bentuk dan Proporsi Tubuh

Sheldon dalam Kamenskaya dan Kukharev (2008) menjelaskan bahwa kepribadian seseorang bisa diketahui dari bentuk badannya (hlm. 4). Berdasarkan gambar 2.4, ada tiga bentuk badan yang dimiliki manusia, yaitu *ectomorph*, *endomorph*, dan *mesomorph*. Pertama, *ectomorph* merupakan orang bertubuh kurus yang memiliki sifat pendiam, tidak mudah bergaul, dan sensitif. Kedua, *endomorph* merupakan orang dengan badan gemuk yang bersifat santai, pandai bersosialisasi, mempunyai

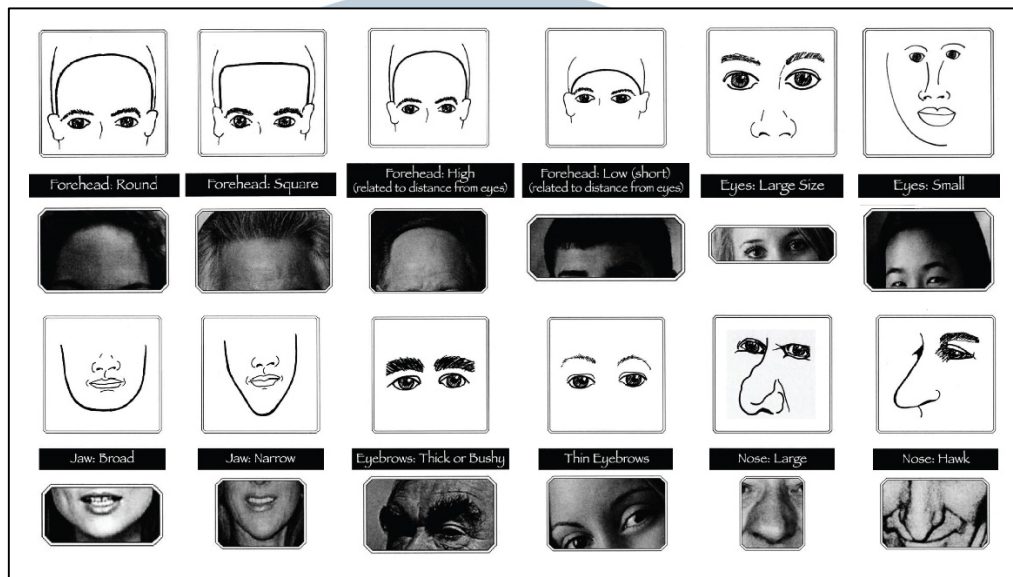
toleransi, dan damai. Ketiga, *mesomorph* adalah orang dengan ciri badan berotot yang memiliki sifat aktif, tegas, kuat, dan agresif.



Gambar 2.4. Bentuk tubuh manusia
(<https://bit.ly/2RCjr1K>)

2.3.4. Fitur Wajah

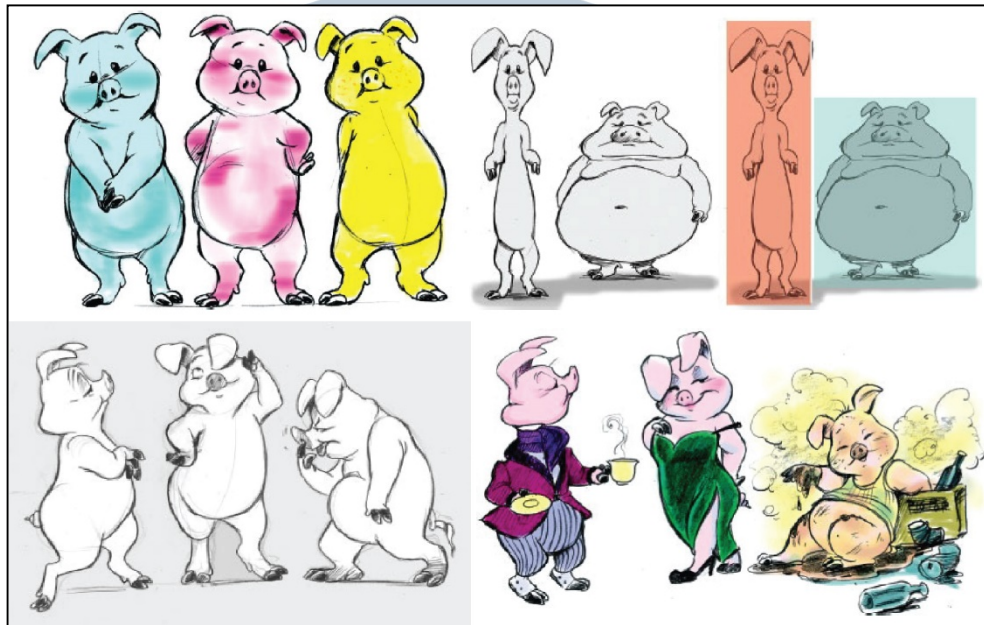
Kamenskaya dan Kukharev (2008) menyatakan, wajah manusia berperan penting dalam menciptakan persepsi seseorang kepada orang lain. Dari wajah seseorang dapat terlihat emosi yang ditampilkan dan ketertarikannya pada sesuatu (hlm. 61). Dalam psikologi terdapat ilmu untuk mempelajari karakteristik manusia berdasarkan wajah, salah satunya adalah *physiognomy*. Teori *physiognomy* didasari oleh cara manusia menilai penampilan fisik seseorang, terutama wajah dan tekstur kulit untuk mengetahui kepribadian orang tersebut (hlm. 65). Menurut Roberts (2009), beberapa daerah di wajah dapat menampilkan kepribadian yang dimiliki oleh seseorang (hlm. 27). Pada gambar 2.5, terdapat bentuk dan tinggi dahi, tipis dan tebal alis, besar dan kecil mata, bentuk hidung, dan dagu. Setiap fitur wajah memiliki arti secara psikologi yang dapat menjelaskan bagaimana kepribadiannya secara personal, saat bekerja dan saat berbicara dengan pasangan.



Gambar 2.5. Fitur wajah manusia
(The Ancient Science Face Reading: How to Know Anyone at a glance, 2009)

2.3.5. Kontras Tokoh

Salah satu cara dalam membuat tokoh satu berbeda dengan tokoh lain adalah dengan membuat kontras (Beiman, 2017). Perbedaan tokoh akan mudah dilihat dari bentuk fisik dan penampilan antar tokoh. Bentuk dan warna dapat digunakan untuk mendesain beberapa tokoh yang berbeda (hlm. 134). Seperti pada gambar 2.2, digambarkan tiga ekor babi yang memiliki perbedaan. Walaupun mereka semua adalah babi, warna tubuh, bentuk tubuh, wajah, tinggi badan, dan berat badan berbeda. Selain itu, variasi bahasa tubuh, siluet, dan pose yang berbeda dapat membuat kontras. Pada gambar 2.2, perbedaan sikap tubuh mereka mempengaruhi sifat yang disampaikan. Sikap tubuh yang berbeda akan menampilkan kepribadian masing-masing tokoh. Sifat mereka yang berbeda mempengaruhi pakaian atau properti yang digunakan.



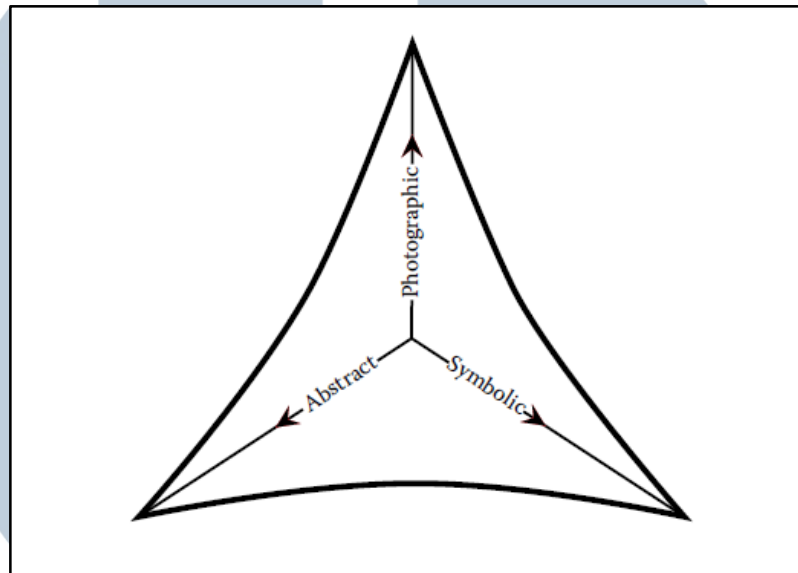
Gambar 2.6. Kontras dalam tokoh

(Prepare to Board! Creating Story and Characters for Animated Features and Shorts, 2017)

2.3.6. Gaya Visual

Menurut Sloan (2015), gaya visual dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu perubahan jaman, tempat tinggal, gerakan perubahan dalam seni, gaya gambar personal atau sebuah studio, aliran seni, kebudayaan, dan keinginan publik atau penonton sebagai penikmat karya (hlm. 42). Ketika gaya visual dianalisa dan dirancang, ada tiga gaya yang saling berkaitan. Pertama, gaya abstrak yang terdiri dari berbagai elemen visual seperti garis dan bentuk. Visual yang diciptakan tidak realis ataupun memiliki makna tertentu. Kedua, gaya realistik atau fotografik yang memiliki kemiripan dengan kenyataan. Visual diciptakan berdasarkan realita yang sesungguhnya. Ketiga, gaya simbolik yang mempunyai fokus pada simbol-simbol secara visual. Seluruh elemen visual yang diciptakan memiliki makna tersendiri

(hlm. 40). Jika diilustrasikan, relasi antar gaya visual berbentuk segitiga seperti pada gambar 2.3.



Gambar 2.7. Relasi antar gaya visual
(Virtual Character Design for Games and Interactive Media, 2017)

Tillman (2011) juga berpendapat mengenai daya tarik visual yang bisa digunakan oleh perancang tokoh. Daya tarik yang dimaksud adalah gaya visual berdasarkan umur dari target penonton (hlm. 104). Dimulai umur 0-4 tahun yang memiliki tokoh dengan bentuk dasar yang sederhana dan memakai warna cerah, seperti serial TV *The Powerpuff Girl* (1998). Kemudian umur 5-8 tahun tokoh memiliki bentuk dasar yang lebih rumit dan warna yang tidak terlalu cerah, seperti serial TV *Phineas and Ferb* (2007). Di umur 9-13 tahun, gambar tokoh menjadi lebih detail dengan memperhatikan proporsi dan warna, seperti serial TV *Naruto* (2002). Dan umur 14-18 tahun ke atas tokoh memiliki tingkat detail yang tinggi sehingga tokoh dan warna terkesan hidup serta nyata, seperti *Princess Mononoke* (1997).

2.3.7. Hirarki Tokoh

Bancroft (2006) menyebutkan, setiap tokoh dirancang dengan tingkat kesulitan berdasarkan peran dan fungsinya di dalam cerita. Maka, hirarki tokoh dibagi menjadi beberapa kategori seperti: tokoh ikonik (*iconic*), sederhana (*simple*), besar (*broad*), pelepas humor (*humor relief*), pemimpin (*lead character*), dan realistik (*realistic*). Pertama, tokoh ikonik atau *iconic* yang unik tapi kurang ekspresif sehingga mudah diingat, seperti Mickey Mouse simbol dari Disney dan Hello Kitty sebagai simbol Sanrio. Kedua, tokoh sederhana atau *simple* yang unik dan ekspresif yang biasanya dipakai dalam serial TV, seperti *Spongebob Squarepants* (1999) dan *Tom and Jerry* (1940). Ketiga, tokoh besar atau *broad* yang bergerak sangat ekspresif dan memiliki gerakan ekstrim sebagai lawakan, seperti serial TV Bugs Bunny dari *Looney Toons* (1944) dan Goofy dari *Mickey Mouse Clubhouse* (2006). Keempat, tokoh pelepas humor atau *comedy relief* yang mendapatkan humor dari gerakan dan cara bicaranya, seperti *Mushu* dari *Mulan* (1998) dan *Dory* dari *Finding Nemo* (2003). Kelima, tokoh pemimpin atau *lead character* yang memiliki ekspresi, gerakan, dan proporsi yang mirip dengan kenyataan, seperti *Cinderella* (1950) dan *Snow White* (1937). Keenam, realistik atau *realistic* yang memiliki detail gambar tinggi menyerupai asli dengan sedikit efek karikatur, seperti para tokoh pahlawan Amerika (hlm. 18-20).

2.4. Warna

Dalam bukunya, Chapman (2014) menuliskan warna dapat mempengaruhi emosi manusia. Mollica (2013) menambahkan, warna juga mempengaruhi perilaku dan

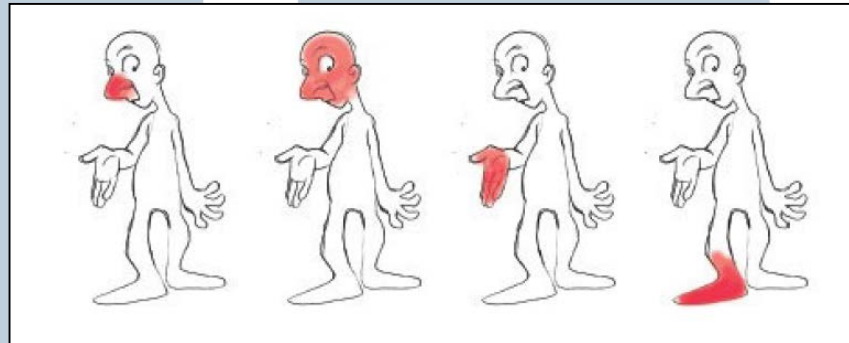
persepsi manusia terhadap lingkungan sekitar. Sama halnya jika warna diaplikasikan pada tokoh, ragam warna akan menghasilkan perasaan dan emosi yang berbeda (Beiman, 2017). Pada gambar 2.8, Eiseman (2017) menyebutkan area warna hangat seperti merah dan kuning sampai dingin seperti hijau dan biru, warna primer atau utama, warna sekunder, dan warna tersier.



Gambar 2.8. Diagram Warna
(The Complete Color Harmony, 2017)

Chapman (2014) menuliskan, merah merupakan warna primer yang berkaitan dengan semangat dan cinta. Namun, merah juga dapat berarti negatif seperti sesuatu yang berbahaya, amarah, dan kekerasan. Sehingga, warna merah dianggap warna yang paling menarik perhatian (hlm. 32). Selain itu, merah menjadi simbol dari kehidupan karena berwarna sama dengan darah. Ditambah dengan pendapat Beiman (2017), warna paling emosional dan menimbulkan banyak arti adalah merah. Ada persepsi yang muncul jika warna merah diaplikasikan pada bagian

tubuh tokoh (hlm. 178). Dapat dilihat pada gambar 2.9, merah pada area hidung pada tokoh akan diartikan sedang pilek atau mabuk. Jika merah pada seluruh wajah akan dikaitkan dengan perasaan marah atau malu. Dan merah pada bagian tangan dan kaki dapat berarti terluka.



Gambar 2.9. Warna merah pada bagian tubuh tokoh

(Prepare to Board! Creating Story and Characters for Animated Features and Shorts, 2017)

Kedua, Chapman menjelaskan oranye sebagai warna sekunder perpaduan merah dan kuning ini dikaitkan dengan semangat dan energi positif (hlm. 34). Warna oranye mudah ditemui di alam, seperti pada bunga, daun, dan bulu binatang. Selain itu, oranye juga berhubungan dengan warna hangat karena berkaitan dengan matahari. Saat matahari terbit dan terbenam, manusia dapat melihat warna oranye melalui pantulan cahaya dan warna langit. Ketiga, warna hijau sebagai warna sekunder perpaduan biru dan kuning. Hijau sering dikaitkan dengan kesuburan dan sesuatu yang menyegarkan karena banyak terlihat di alam. Warna hijau merupakan warna yang paling menyenangkan untuk dipandang mata (hlm. 37). Keempat, warna kuning dari paduan hijau dan merah ini memiliki makna kebahagiaan, kecerdasan, dan hal yang memicu energi. Chapman menuliskan, warna kuning juga berguna untuk memberitahu hal penting di dalam desain (hlm.33).

Kelima, biru sebagai warna primer ini dapat bermakna kepercayaan, kekuatan, dan loyalitas. Menurut Chapman, biasanya warna biru dipakai untuk melambangkan air, udara, dan sesuatu yang jernih. Maka dari itu, dalam psikologi warna biru dapat memberikan efek tenang untuk manusia (hlm. 36). Keenam, warna sekunder perpaduan biru dan merah yaitu ungu. Karena jarang ditemui di alam, warna ungu dikaitkan dengan hal mistis dan misterius. Ungu juga dapat dihubungkan dengan kekuatan, kemewahan, dan ambisi (hlm. 35).

Ketujuh, warna putih yang melambangkan sesuatu yang murni, bersih, dan polos. Chapman berpendapat bahwa warna putih juga melambangkan kesucian dan berhubungan dengan dewa atau Tuhan (hlm. 39). Kedelapan, warna hitam diartikan bertolak belakang dengan putih. Warna hitam memiliki arti misteri, kematian, dan ketakutan. Warna hitam juga dipakai dalam upacara kematian atau suasana berkabung. (hlm. 38). Kesembilan, ada warna coklat yang dikaitkan dengan warna bumi menurut Eisemen (2017). Pada jaman dulu, warna coklat diasosiasikan pada para biarawan dan pekerja keras (hlm. 82).

2.5. Video journalist

Menurut Aristianto (2011), *video journalist* merupakan wartawan yang bertugas mengumpulkan berita, mengolah data, menulis *script*, dan melaporkannya melalui media televisi (hlm. 20-21). Ketika bertugas di lapangan, *video journalist* menjadi pemimpin liputan dan bekerja sama dalam tim yang terdiri dari *camera person* yang bertugas untuk mengambil gambar, *sound person* yang bertugas untuk mengambil suara, dan *lighting technician* yang bertugas untuk mengatur pencahayaan (hlm.

23). Tetapi, Firmanti (2010) menyatakan bahwa beberapa stasiun televisi memiliki *video journalist* yang dapat bekerja sendiri tanpa bantuan sebuah tim (hlm. 30). *Video journalist* yang melaporkan, mengambil gambar, dan mengedit berita tanpa bantuan dari *camera person* atau sebuah tim biasa disebut Video Journalist atau VJ (Morgan, 2008, hlm. 1). Terdapat beberapa perbedaan metodologi kerja antara *video journalist* dengan tim dan VJ seperti pada tabel 2.1.

Tabel 2.1. Metodologi kerja reporter (Practicing Videojournalism, 2008)

No.	Metodologi	reporter dengan tim	reporter VJ
1.	Pemilihan berita	Memilih berita bersama dengan tim editorial. Lalu disetujui oleh editor atau produser.	Mencari berita sendiri dan disetujui oleh produser
2.	Waktu	Bekerja 24 jam sehari untuk melaporkan beberapa berita berbeda	Bekerja sampai 17 jam untuk menghasilkan berita dalam bentuk video sampai selesai
3.	Rekaman	Dibantu oleh <i>camera person</i> dan <i>video journalist</i> mencari narasumber serta lokasi yang tepat untuk rekaman	Direkam sendiri dengan bantuan tripod, mencari narasumber serta lokasi yang tepat untuk rekaman
4.	Kamera	Kamera profesional dengan standar broadcast	Dapat menggunakan kamera video biasa berkualitas HD

5.	Proses Edit	Melakukan pemilihan dan pemotongan video dapat dibantu oleh editor atau dapat dilakukan sendiri oleh <i>video journalist</i>	Melakukan pemilihan dan pemotongan video dilakukan sendiri
6.	Suara komentar (<i>commentary</i>)	Reporter sendiri yang menulis dan mengisi suara	Reporter sendiri yang menulis dan mengisi suara
7.	Hasil akhir	Disetujui oleh produser, kemudian tim editorial akan mengontrol keaslian, bahasa, isi berita, fokus, dan kemungkinan untuk timbul konflik	Disetujui oleh produser, kemudian tim editorial akan mengontrol keaslian, bahasa, isi berita, fokus, dan kemungkinan untuk timbul konflik

2.6. Personifikasi

Menurut Melion dan Ramakers (2016), personifikasi merupakan suatu objek atau bentuk yang bukan manusia tetapi diberikan identitas seperti manusia (hlm. 1). El-Sharif (2015) menjelaskan, kepribadian seperti manusia dapat diberikan untuk objek seperti hewan, tumbuhan, benda mati atau benda abstrak. Sehingga objek tersebut dapat memiliki kepribadian seperti manusia, mulai dari cara berpikir, berpenampilan, dan berperilaku (hlm. 1). Quintilian dalam Melion dan Ramakers menuliskan, personifikasi dapat menjadi sarana manusia untuk berimajinasi

mengenai sosok abstrak seperti Ilahi maupun dewa (hlm. 4). Manusia membuat personifikasi dari sesuatu yang abstrak berdasarkan dari pengalaman, mitos, maupun sejarah (El-Sharif, hlm. 2).

2.7. Sejarah dan Konsep Ilahiah

Ratusan tahun lalu sebelum masehi, manusia telah mengenal sosok yang memiliki kekuatan melebihi manusia atau disebut Ilahi. Dombrowski (2016) menjelaskan, kepercayaan manusia menciptakan fitur yang memandang Ilahi sebagai Ilahi yang mahakuasa karena menciptakan segala hal (*omnipotence*), Ilahi yang maha mengetahui apapun yang terjadi pada manusia (*omniscience*), Ilahi yang mahabaik (*omnibenevolence*), Ilahi yang kekal atau abadi karena ada setiap waktu (*eternity*), dan Ilahi yang tidak terhitung (*monopolarity*). Menurut Mark (2018), pada jaman kuno, konsep ilahi erat kaitannya dengan mitologi seperti dewa atau dewi. Hingga jaman sekarang, manusia masih mempercayai konsep mengenai kehidupan, kematian, kehidupan setelah kematian, dan keabadian (Mark, 2018). Pemahaman mengenai sosok Ilahi ini berkembang di beberapa tempat, seperti Mesopotamia, Mesir, Cina dan India, Mesoamerika, serta Yunani dan Romawi.

1. Mesopotamia

Berdasarkan Tignor, dkk (2011) Mesopotamia merupakan kata yang berasal dari Yunani yang berarti daerah diantara dua sungai. Di jaman sekarang, daerah Mesopotamia dikenal sebagai Iraq (hlm. 50). Mark (2018) menuliskan, Mesopotamia merupakan tempat lahirnya berbagai kepercayaan terhadap sosok yang mempunyai kekuatan melebihi manusia. Sosok yang

mereka percayai dapat mengetahui dan memberikan apa yang mereka butuhkan biasanya disebut dewa (Mark, 2018). Tignor menuliskan, mereka percaya bahwa cuaca, kesuburan, dan hasil panen diberikan oleh sosok Ilahi (hlm. 52). Mereka tidak hanya mempercayai satu dewa, mereka biasanya menyembah banyak dewa atau biasa disebut politeisme. Untuk menghubungkan manusia dengan sosok yang mereka percaya, orang-orang Mesopotamia mempunyai seorang dukun didalam kelompok (Tignor, 2011, hlm. 21). Untuk menghormati dewa dan menghindarkan manusia dari hal buruk, mereka mendirikan sebuah bangunan untuk para dewa atau disebut kuil (hlm. 53). Selain mendirikan kuil, manusia juga membuat ukiran-ukiran mengenai sosok Ilahi yang mereka sembah. Salah satunya terdapat pada tabung silinder yang terbuat dari batu hijau seperti pada gambar 2.10. Pada ukiran tersebut terdapat dewa matahari, yakni Shamash yang berada ditengah. Dewa kebijaksanaan, yakni Ea yang berada pada sebelah kanan dengan dikelilingi ikan mengalir. Dewa yang mengetahui segalanya, yakni Usmu yang digambarkan dengan memiliki dua wajah. Dan dewa berburu yang tidak diketahui namanya pada sebelah kiri sambil memegang busur (hlm. 55).



Gambar 2.10. Ukiran berupa dewa Shamash, Ea, dan Usmu
(Worlds Together, Worlds Apart, 2011)

2. Mesir

Tignor, dkk (2011) menyebutkan, orang Mesir mempercayai adanya tiga kelompok dalam kehidupan, yakni Ilahi, raja, dan manusia (hlm. 66). Sosok Ilahi yang mereka percayai adalah dewa seperti pada gambar 2.11. Osiris merupakan dewa kematian yang berada diakhirat, sedangkan Horus adalah dewa pertama di Mesir yang dikaitkan dengan raja (hlm. 67). Para raja aktif melakukan pemujaan kepada dewa dengan tujuan mempertahankan tatanan alam semesta dan diberikan kemakmuran (hlm. 68). Orang Mesir percaya bahwa akan ada kehidupan setelah kematian (Mark, 2018).



Gambar 2.11. Dewa Mesir Osiris (kiri) dan Horus (kanan)

(Worlds Together, Worlds Apart, 2011)

3. Cina dan India

Mark (2018) menyatakan, di daerah Asia ini lahir dua kepercayaan besar, seperti Hindu dan Buddha. Sebelum ada Buddha, beberapa orang Cina

menganut animisme atau kepercayaan pada roh dan sebagian memuja beberapa dewa. Agama Hindu berkembang di negara India dan mereka memiliki kepercayaan henoteisme, yakni percaya pada satu Ilahi tetapi banyak wujudnya (Mark, 2018). Sedangkan Buddha tidak mempercayai adanya sosok Ilahi, tetapi mereka mempercayai adanya dewa yang telah mengalami samsara atau lingkaran kehidupan (Tignor, 2011, hlm. 310). Dewa yang para penganut Buddha percayai adalah makhluk yang mempunyai kesaktian dan umur panjang, tetapi tidak abadi (hlm. 228). Umat Buddha juga percaya mengenai kehidupan setelah kematian atau reinkarnasi. Seluruh makhluk akan melalui reinkarnasi sesuai dengan perbuatannya sebelum meninggal yang dikaitkan dengan konsep karma (hlm. 181). Pada gambar 2.12, di sebelah kiri terdapat patung dewa Hindu yang terbuat dari batu dengan tiga wajah, yakni Dewa Brahma sang pencipta, Dewa Wisnu sang penjaga, dan Dewa Siwa sang perusak. Di sebelah kanan terdapat patung sosok Buddha pada jaman kekaisaran Kushan.



Gambar 2.12. Patung dewa Hindu (kiri) dan Buddha (kanan)
(Worlds Together, Worlds Apart, 2011)

4. Mesoamerika

Orang mesoamerika mempercayai Maya sebagai suatu sistem dengan konsep Ilahi dalam politeisme (Mark, 2018). Walaupun mempercayai banyak Ilahi, Tignor, dkk (2011) mengatakan bahwa Maya mempercayai dan memuja dewa pencipta, dewa pertanian, dewa perang, dewa matahari, sampai dewa kesuburan (hlm. 315). Dari seluruh dewa yang mereka percayai Mark (2018) menyebutkan, Maya memiliki satu dewa paling utama, yakni dewa Jagung. Pada gambar 2.13 terlihat bentuk kepala dari dewa Jagung yang dianggap sebagai pahlawan dan menjadi salah satu ikon bagi Maya (Mark, 2018).



Gambar 2.13. Kepala patung *The Maize God* (Dewa Jagung)
(Worlds Together, Worlds Apart, 2011)

5. Yunani dan Romawi

Orang Yunani mempercayai banyak dewa untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kepuasan manusia (Mark, 2018). Mereka mempercayai urusan negara, pekerjaan, hingga perkawinan kepada para dewa. Pada gambar 2.14, terlihat beberapa rupa para dewa Yunani, seperti Hercules (kiri), Athena

(tengah), dan Nike (kanan). Orang Yunani tidak hanya memuja dewa-dewa Yunani, tetapi mereka juga menyembah para dewa Mesopotamia (Tignor, dkk, 2011, hlm. 221).



Gambar 2.14. Pahatan logam para dewa Yunani
(Worlds Together, Worlds Apart, 2011)

Selain memiliki pemujaan pada dewa, orang Yunani memiliki para filsuf atau pemikir yang berkaitan dengan agama (Benawa, 2015, hlm. 172). Salah satu filsuf yang mengemukakan pendapat tentang Ilahi adalah Plato. Dombrowski (2016) menuliskan, Plato memaknai Ilahi sebagai jiwa dari alam semesta yang menggerakkan seluruh objek di semesta (hlm. 88). Plato mempunyai pandangan bahwa Ilahi adalah sosok sempurna dengan segala kebajikannya dan berkuasa atas kebutuhan, nasib, kesempatan, serta takdir manusia (hlm. 106). Weisman (2005) menambahkan, karena Plato menganggap Ilahi sebagai sosok sempurna, kehidupan moral manusia juga harus serupa dengan Ilahi (hlm. 17). Tetapi seorang filsuf Yunani, yakni Aristoteles juga memiliki pandangan tersendiri. Ilahi adalah sosok yang nyata, dapat berdiri sendiri, tidak pernah berubah, dan memiliki sifat yang abadi (Dombrowski, 2016). Aristoteles menganggap Ilahi sebagai penggerak

utama kehidupan manusia yang membuat sebab-akibat. Walaupun sebab-akibat muncul, Ilahi tidak terkait dengan apa yang terjadi di masa lalu. Ilahi adalah penggerak atau penyebab sebab-akibat dimasa sekarang (hlm. 110).

2.8. Bahasa tentang Ilahiah

Manusia selalu berusaha untuk menalar sosok Ilahiah secara rasional (Benawa, 2015). Suseno dalam Benawa (2015) mengatakan, umumnya manusia melihat sosok Ilahiah sebagai sosok yang baik dengan ditambahkan imbuhan “maha” yang dikaitkan dengan superlatif. Pemahaman mengenai Ilahi terbagi ke dalam dua kelompok, orang yang mengimani Ilahi secara superlatif dan rasional (hlm. 241). Orang-orang dari kelompok superlatif mempunyai keyakinan yang kuat. Sedangkan orang dari kelompok yang mengimani Ilahi secara rasional selalu mencari tahu apa yang mereka percayai. Mereka menginginkan sesuatu yang nyata untuk memahami sosok Ilahi. Sehingga dibuatlah bahasa yang dapat dimengerti manusia untuk membahasakan Ilahi (hlm. 242). Ada tiga bahasa yang manusia yang menjelaskan relasi manusia dengan Ilahi, yaitu:

1. Bahasa Dialektis

Ilmi (2012) mengartikan dialektis sebagai pertentangan yang terjadi pada hal yang masih berkembang (hlm. 5). Benawa (2015) menjelaskan, dalam membahasakan Ilahi secara dialektis ada dua hal dasar. Pertama Ilahi bukanlah objek yang dapat diamati. Orang yang beriman memandang Ilahi sebagai suatu persona yang mempunyai hakikat berbeda dengan objek duniawi (hlm. 242). Kedua, objek inderawi berkaitan dengan ruang dan waktu yang terbatas.

Sehingga dapat disimpulkan manusia mencoba membahasakan Ilahi walaupun memiliki keterbatasan (hlm. 243). Wujud dari bahasa dialektis adalah menyatakan kebaikan Ilahi sebagai persona tidak terbatas, menyatakan Ilahi dengan jalan penyangkalan seperti Ilahi tidak jahat, Ilahi tidak dapat melakukan aktivitas manusia, dan sebagainya, mengalami kehadiran Ilahi dari pengalaman sehari-hari (hlm. 243-245).

2. Bahasa Analogi

Benawa (2015) mengartikan analogi sebagai metode dalam logika yang menekankan dua hal yang sama dengan pengertian berbeda. Manusia menganalogikan Ilahi mempunyai kesamaan seperti manusia, tetapi berbeda artinya. Manusia dapat melakukan hal yang Ilahi dapat lakukan juga. Tetapi tindakan manusia tidak pernah melebihi sosok Ilahi. Perbedaan ini menjadikan sosok Ilahi mempunyai kedudukan lebih tinggi dan manusia berada dibawah Ilahi. (hlm. 245). Misalnya, manusia dan Ilahi dapat memberikan pengampunan. Tetapi pengampunan dari Ilahi lebih besar daripada pengampunan yang manusia berikan kepada makhluk lain.

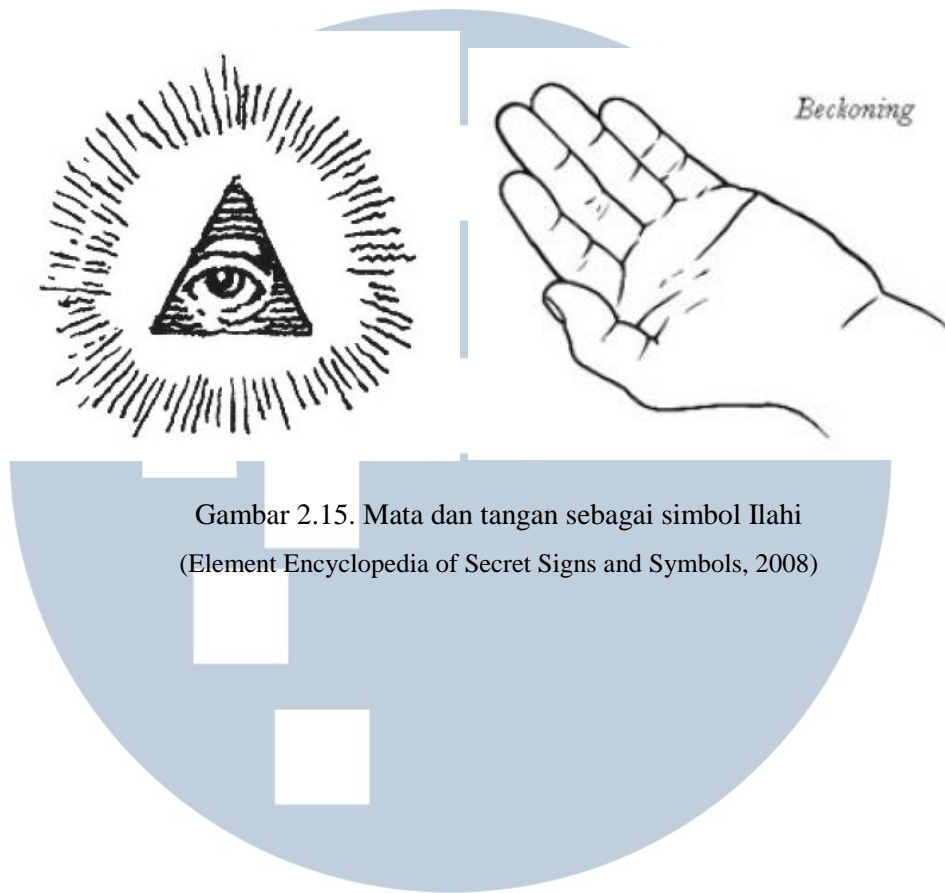
3. Bahasa Simbol

Goodenough dalam Benawa (2015) menyatakan simbol sebagai benda atau pola nyata yang memiliki makna untuk menggerakkan manusia. Bahasa simbol adalah bahasa yang paling sering digunakan manusia untuk mengungkapkan relasinya dengan Ilahi. Simbol dapat dilihat secara nyata oleh indera manusia. Dalam beberapa keyakinan, simbol digunakan untuk menggambarkan Ilahi. Seperti penganut Katolik, Buddha, dan Hindu melambangkan Ilahi dalam

bentuk patung, penganut Islam dengan bangunan Kabah, penganut Yudaisme dengan gambar bintang Daud, dan sebagainya (hlm. 246). Selain dalam bentuk benda, orang beriman mengungkapkan Ilahi dari perkataan seperti: Bapa yang menolong dombaNya dalam Kristen, Allah adalah perisai Nabi Daud dalam Islam, dan sebagainya.

2.9. Simbol

Chirlot (2001) menyatakan, simbol merupakan salah satu cara manusia untuk berkomunikasi (hlm. 42). Simbol mempunyai beberapa fungsi, seperti menunjukan suatu makna dari suatu benda dan menafsirkan suatu objek dari sisi psikologi (hlm.48). Bahkan Nozedar (2008) menuliskan bahwa simbol sudah digunakan sejak jaman dahulu. Salah satu simbol yang digunakan orang-orang Mesir pada jaman dulu adalah mata dengan segitiga atau disebut *all seeing eye*. Mata menjadi simbol populer dan memiliki makna yang kuat karena identik dengan Ilahi (hlm. 20). Selain mata, ada anggota tubuh lain yang identik dengan Ilahi. Seperti tangan yang menjadi alat komunikasi dan anggota tubuh paling ekspresif (hlm. 447). Pada tradisi kuno, tangan kiri mempunyai arti keadilan, sedangkan tangan kanan memiliki arti pengampunan (hlm. 448). Chirlot menambahkan, objek lain yang berkaitan dengan Ilahi adalah cahaya. Dalam tradisi kuno, cahaya dikaitkan dengan roh atau ilmu spiritual. Cahaya menjadi simbol dari kekuatan kreatif dan energi semesta (hlm. 188).



Gambar 2.15. Mata dan tangan sebagai simbol Ilahi
(Element Encyclopedia of Secret Signs and Symbols, 2008)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA