



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

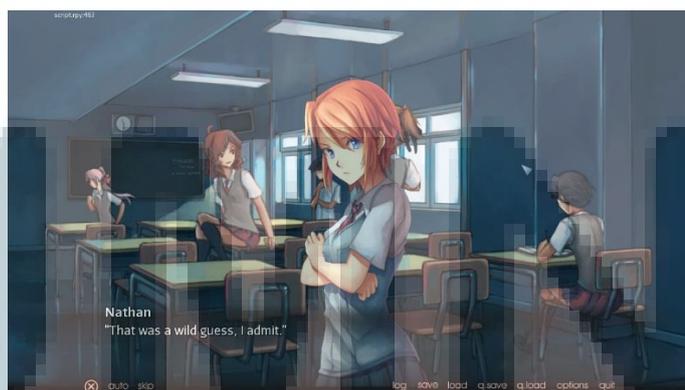
2.1. Novel Interaktif

Dalam bukunya *Interactive Media- What's that Who's involved?* (2011,2), England dan Finney menjelaskan definisi media Interaktif sebagai integrasi dari sebuah media digital, yang mana kombinasi dari teks elektronik, elemen grafis, gambar yang bergerak, dan suara juga termasuk di dalamnya. Kemudian akan dikombinasikan dalam struktur lingkungan komputerisasi digital yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan data dan mencapai tujuan yang sesuai. Lingkungan digital tersebut bisa berupa internet, telekomunikasi, dan televise digital interaktif.

Menurut Crawford dalam bukunya *Chris Crawford on Game Design*(2003), sesuatu dapat dikatakan interaktif apabila ada satu jenis pengalaman yang secara umum dan itu merupakan landasan dasar dari interaktif, yaitu percakapan. Ketika sifat dasar dari percakapan dapat dipahami, maka pengertian mengenai interaktivitas akan semakin jelas. Sebuah percakapan, dalam bentuk yang paling sederhana, dimulai dengan dua pihak, merupakan sebuah proses siklus di mana dua agen aktif secara bergantian mendengarkan, berpikir, dan berbicara (secara metaforis). Tentu saja, tugas desainer adalah untuk mengotomatisasi interaktivitas, mengganti salah satu partisipan dalam percakapan dengan mesin. Untuk menjadi lawan interaksi yang baik, komputer harus melakukan tiga langkah dalam percakapan secara berurutan dan harus melakukan semuanya dengan baik. Komputer harus mendengarkan dengan baik, memberikan pengguna kesempatan

untuk mengutarakan hal yang relevan dengan situasi. Komputer juga harus berpikir dengan baik, sehingga menghasilkan reaksi yang menarik dan relevan dengan masukan pemain. Dan akhirnya, komputer harus dapat berkomunikasi dengan baik, mengungkapkan reaksinya dengan jelas.

Novel interaktif yang juga dikenal sebagai *Interactive Fiction* (IF) dapat didefinisikan sebagai penyajian sebuah jalan cerita yang dipresentasikan bukan hanya lewat teks, namun juga didampingi elemen interaktif digital berupa gambar dan suara sebagai pendukungnya. Gaya penceritaan khas dengan sistem '*choose-your-own-adventure*' di mana pembaca memiliki pilihan untuk memilih apa yang akan terjadi selanjutnya, menciptakan kemungkinan berbagai seri peristiwa atau akhir dari narasi. Pembaca akan merasakan pengalaman seakan membaca buku yang sama beberapa kali, namun melalui jalur cerita yang berbeda. (www.superglossary.com/Glossary/Entertainment/Literature/Interactive_Novel.html).



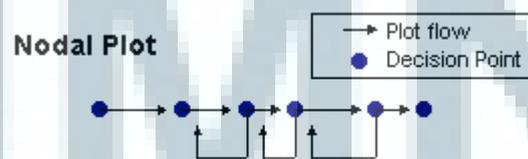
Gambar 2.1. *Cradle Song*, Contoh Novel Visual Interaktif
(<http://andsohesaid.psychedelico.net/wp-content/uploads/2013/01/Cradle-Song-Visual-Novel-Game-for-Linux.jpg>)

Pola penyajian novel interaktif memiliki variasi yang berbeda dan umumnya mengacu pada teori pola interaksi. Zach Tomaszewski dalam jurnalnya yang berjudul *Foundations of Interactive Narrative* (2005) menuliskan tentang pernyataan Meadows yang telah mengeksplorasi spektrum pola interaksi dari permainan komputer naratif interaktif dewasa ini. Asumsi yang paling umum tentang narasi interaktif adalah bahwa audiens dapat mengarahkan plot seperti yang diungkapkan. Namun harus diingat bahwa narasi dapat dibuat interaktif hanya pada tingkatan yang lebih kecil, seperti pada *setting* atau genre cerita. Audiens dapat membenarkan tindakan karakter, atau memilih sudut pandang yang berbeda dalam melihat tindakan.

Hasil penggolongan tipe interaksi menghasilkan tiga jenis penggolongan tipe interaksi. Tipe ini melingkupi jenis yang bersifat “impositional” dimana pengguna akan mengalami *plotline* tunggal dan juga struktur “ekspresif” dimana pengguna bebas memilih plot yang mereka inginkan dalam lingkungan tersebut.

Menurut Meadows (2005), pola interaksi terdiri dari 3 jenis, yaitu :

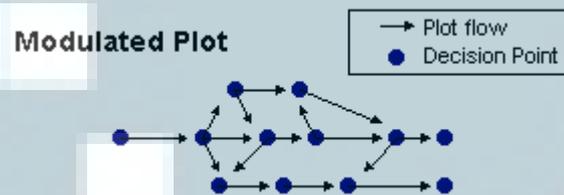
1. Struktur *nodal plot*



Gambar 2.2. Struktur Nodal Plot
(Meadows, 2003)

Nodal plot memberikan kontrol narasi yang paling baik untuk penulis cerita. Jenis plot ini sangat baik digunakan untuk pra konstruksi dari struktur plot. Perbedaannya dengan narasi tradisional adalah adanya poin-poin pilihan tertentu yang diperlukan pengguna untuk menyelesaikan beberapa pertanyaan atau perintah agar pengguna dapat melanjutkan jalan cerita. Umumnya, ini merupakan pilihan “*do-or-die*”, jika pemakai gagal, karakternya akan mati dan dia akan mengulang kembali jalan cerita yang sudah disimpan dan mencoba menyelesaikannya lagi.

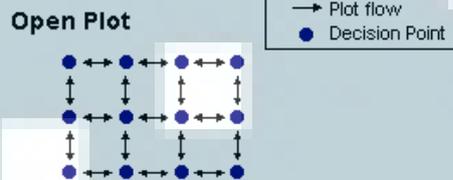
2. Struktur *modulated plot*



Gambar 2.3. Struktur Modulated Plot
(Meadows, 2003)

Struktur *modulated plot* memiliki beberapa alur. Keputusan yang dibuat pengguna pada titik tertentu akan menghasilkan kombinasi yang berbeda dari rentetan peristiwa. Meskipun ada beberapa kemungkinan yang menentukan akhir cerita, seluruh kemungkinan plot ini sudah diketahui oleh penulis naskah. Dengan memainkannya beberapa kali, pengguna dapat mengalami semua garis plot yang berbeda.

3. Struktur *Open Plot*



Gambar 2.4. Struktur Open Plot
(Meadows, 2003)

Sebuah struktur *open plot* memiliki busur cerita yang tidak terlihat. Hal itu memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi, dan mereka harus melakukan pembenaran atas tindakan mereka serta merancang narasi sesuai dengan keinginan mereka.

Salah satu contoh dari visual novel interaktif yang menggunakan struktur *modulated plot* adalah *Hakuoki: Demon of the Fleeting Blossom*. Novel visual interaktif ini berkisah tentang seorang gadis bernama Chizuru yang hidup diakhir jaman Edo. Ke-*shogun*-an berselisih dengan kekaisaran sehingga menimbulkan kerusuhan politik. Sebuah organisasi bernama *Shinsengumi* menjadi terkenal karena bertindak sebagai pelindungi jalan-jalan Kyoto. Mereka adalah wakil terakhir dari kehormatan budaya samurai. Chizuru datang ke Kyoto untuk mencari ayahnya yang hilang dan segera bertemu dengan *Shinsengumi*. Setelah ia menyadari bahwa *Shinsengumi* juga mencari ayahnya, Chizuru segera mendapat perlindungan mereka. (<http://www.hakuoki.com/demon/pages/story>)



Gambar 2.5. *Hakuoki: Demon of the Fleeting Blossom*
(http://images.wikia.com/hakuouki/images/b/bd/Hakuouki_wall_03.jpg)

Hakuoki: Demon of the Fleeting Blossom memiliki cerita yang bercabang, seperti urutan yang dideskripsikan dalam struktur *modulated plot*. Audiens yang akan menggunakan sudut pandang orang pertama (Chizuru) akan menjalani cerita sesuai dengan rangkaian cabang yang dipilih. Nantinya setiap jalan cerita yang dilalui akan mempengaruhi akhir cerita yang akan didapatkan audiens. Setiap karakter menyediakan pilihan berbeda dan akan bereaksi sesuai kepribadian masing-masing. Reaksi karakter juga dapat memberitahu audiens secara tak langsung tentang baik atau tidak baiknya plot yang telah mereka pilih. Walaupun banyak variasi cerita yang dapat diperoleh oleh pengguna, namun struktur dan jalan cerita masing-masing karakter sudah jelas dan diketahui oleh perancang.

2.2. Karakter

Dalam sebuah dunia virtual, avatar adalah sosok yang merepresentasikan sesuatu atau seseorang. Avatar sendiri adalah sebuah istilah yang berasal dari kebudayaan hindu yang mana dapat diartikan sebagai manifestasi daridewaatau jiwayang

dirilis dalam bentuk fisik di bumi. Pengertian yang serupa juga diaplikasikan pada lingkungan *virtual reality*, avatar adalah perwujudan dalam bentuk gambar grafis yang mewakili seseorang. Umumnya berupa gambar elektronik yang dapat dimanipulasi oleh pengguna serta ditampilkan di layar agar meningkatkan kesan visual. (<http://dictionary.reference.com/browse/avatar>)

Dalam buku *The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms* (2003), Baldick mengartikan karakter sebagai representasi orang dalam narasi dan karya dramatis. Pada sebuah cerita, karakter yang muncul memiliki hak untuk hidup di dalamnya. Dipandang dari segi pembuatan, hal tersebut memudahkan perancang untuk menjalankan kehidupan sang karakter dalam cerita. Jelasnya bagaimana sifat karakter memungkinkan perancang bisa memperkirakan reaksi karakter dalam keadaan tertentu sebuah jalan cerita. Tak semua karakter harus dibangun serta dikembangkan sepenuhnya, karena posisi karakter utama tidak bisa dimiliki oleh tiap karakter yang ada. Karakter sampingan pun bisa dihidupkan walau dengan menerapkan detail yang lebih ringan.

2.2.1. Hirarki Tokoh

Bancroft dalam bukunya *Creating Characters With Personality* (2006, 18) menjabarkan tentang adanya hirarki karakter. Dalam dunia desain karakter, sebuah karakter hirarki mengacu pada berbagai macam tingkatan kesederhanaan atau realisme yang diterapkan pada tiap karakter berdasarkan peran dan fungsi karakter dalam cerita tersebut. Berikut adalah enam jenis kategori utama pada karakter desain.

1. *Iconic*

Sangat sederhana dan disajikan dengan bentuk artistik. Ciri khasnya adalah bentuk mata yang sangat simpel, tanpa bagian mata pada umumnya.



Gambar 2.6. Contoh Karakter *Iconic*, My Melody
(http://images2.fanpop.com/images/quiz/157000/157530_1236346931011_430_450.jpg)

2. *Simple*

Dari segi bentuk, tipe ini masih tergolong artistik, namun dengan bentuk dan bagian wajah yang lebih ekspresif dari karakter *iconic*



Gambar 2.7. Contoh Karakter *Simple*, Cosmo
(<http://www.cosplayisland.co.uk/files/costumes/175/12208/Fairly%20Odd%20Parents%20-%20Cosmo.jpg>)

3. *Broad*

Jauh lebih ekspresif dari dua tipe sebelumnya, tidak didesain untuk sesuatu yang serius dan sulit dimengerti. Karakter tipe ini umumnya dipergunakan untuk karya yang bersifat kartun yang memerlukan humor di dalamnya. Fitur yang sering ditampilkan adalah ukuran mulut dan mata yang besar.



Gambar 2.8. Contoh Karakter *Broad*, Roger Rabbit

(http://images2.wikia.nocookie.net/__cb20120807050505/poohadventures/images/6/64/Roger_Rabbit_300.gif)

4. *Comedy relief*

Lepas dari gaya humor visual yang dimiliki tipe karakter sebelumnya, karakter ini biasanya bisa memunculkan sesuatu yang lucu dari gerak-gerik dan dialog mereka. Ada beberapa bagian pada jalan cerita yang mana mereka juga berakting serius



Gambar 2.9. Contoh Karakter *Comedy Relief*
(Bancroft, 2006)

5. *Lead character*

Memiliki anatomi, ekspresi dan akting yang realistis. Karakter tipe ini harus bisa berekspresi layaknya seperti kita manusia agar penontonnya dapat merasa terhubung dengan karakter tersebut.



Gambar 2.10. Contoh Karakter *Lead Character*, Merida
(http://www.the-broad-side.com/wp-content/uploads/2013/05/burningquestions-merida630-jpg_213828.jpg)

6. Realistis

Tingkat tertinggi dari skala realisme dengan sentuhan karikatur dalam desainnya. Karakter film monster, karakter komik amerika, dan beberapa animasi komputer grafik termasuk dalam gaya ini.



Gambar 2.11. Contoh Karakter *Realistic Character*
(Bancroft, 2006)

2.2.2. Peran Karakter dalam Cerita

Selain pengklasifikasian karakter dari segi hirarki, penempatan karakter pada sebuah cerita adalah salah satu faktor yang membedakan figur satu dengan figur lainnya. Peran apa yang karakter miliki, pengaruh seperti apa yang ia berikan bagi karakter lain, faktor tersebut membuat tiap-tiap karakter digolongkan sedemikian rupa dan diberilah istilah *Archetype*.

Archetypes adalah model karakter yang dibuat dengan dasar tertentu, terutama karena akar kebiasaan dalam tulisan cerita yang turun menurun

diwariskan dari cerita-cerita klasik. Seperti yang di ungkapkan Krawczyk dan Novak dalam bukunya *Game Development Essentials: Game Story and Character Development* (2006), jenis karakter ini terus ditemukan diberbagai jalan cerita dari berbagai era dan budaya, karena itu sampai sekarang mereka masih menunjukkan dirinya dalam media cerita. Berikut ini merupakan jenis *archetypes* yang banyak digunakan :

1. *Hero*

Sosok hero adalah tokoh utama dalam sebuah cerita. Banyak cerita yang mengarahkan audiensnya untuk melihat cerita melalui sudut pandang karakter *hero*. *Point-of-view* (POV) dari tokoh *hero* memberikan audiens kesan keterbatasan. Pengalaman akan keadaan dan keterbatasan yang dialami oleh tokoh *hero* memperkuat ikatan antara audiens dengan karakter. Pencitraan seorang *hero* biasanya menggambarkan tentang perubahan identitas diri sejalan dengan pengalaman yang ia raih sepanjang cerita. Jalur ini banyak mengambil kesan pembelajaran akan sesuatu yang baru. *Hero* harus belajar untuk tumbuh dan berkembang. Karakter selain karakter utama pun bisa memiliki kualitas seorang *hero*.

2. *Mentor*

Seorang mentor adalah pihak yang menolong serta mengajari sosok *hero*. Terkadang sosok mentor adalah karakter yang ditemui *hero* dalam perjalanannya. Mentor juga tokoh yang mencari sosok *hero* untuk dalam sebuah cerita. Tidak jarang mentor juga menemani *hero* dalam perjalanan, tapi akan mengorbankan dirinya untuk kebaikan. Mentor juga dapat berupa hati

nurani *hero*, mengembalikan dia ke jalan yang benar setelah ia terbang atau menguatkan *hero* ketika dia lemah.

3. *Threshold guardian*

Threshold guardian merupakan halangan pertama yang dihadapi oleh sosok *hero*, bisa berupa bawahan dari musuh atau bahkan karakter netral yang hanya sekedar memberi peringatan. Peran karakter ini dalam cerita adalah untuk mengetes kelayakan *hero* untuk melanjutkan perjalanan dan juga menunjukkan bahwa perjalanan ke depan tak akan mudah. Terkadang mentor hadir bukan dalam bentuk manifestasi fisik dari sebuah lawan melainkan berupa rintangan psikologis, seperti rasa ragu atau takut yang mungkin membuat *hero* terhambat untuk mencapai tujuannya

4. *Herald*

Perwujudan dari *herald* sendiri tidak harus selalu manusia. Pengumuman, koran, atau apapun yang bersifat menginformasikan sang *hero* bahwa tantangan dan perjalanannya telah dimulai dapat dianggap sebagai *herald*.

5. *Shapeshifter*

Sesuai dengan namanya, *shapeshifter* adalah karakter yang terkadang posisi maupun kepribadiannya cenderung berubah dan sulit untuk dimengerti. Kesetiaan dan kecenderungan memihaknya tidak menentu, serta ketulusannya sering dipertanyakan. Hal ini membuat *hero* lengah. *Shapeshifter* bisa bersifat katalis yang memacu perubahan pada sosok *hero*, tetapi peran yang biasa dimiliki *shapeshifter* adalah untuk membawa ketegangan dalam cerita dengan membuat pembaca bersama dengan *hero*, untuk mempertanyakan

kepercayaan dan asumsi. Seperti *archetypes* lain, setiap karakter, termasuk protagonis dan antagonis, dapat mengambil atribut *shapeshifter*. Mentor sering muncul sebagai *shapeshifter*.

6. *Shadow*

Sebuah sosok dengan kesan negatif, menampilkan sesuatu yang tidak kita sukai dan yang kita ingin musnahkan. *Shadow* muncul dalam berbagai macam kesan, tidak semata-mata hanya sosok orang jahat. Sosok ini dapat muncul dalam bentuk realisasi dari sisi gelap sang *hero*.

7. *Trickster*

Trickster adalah sosok penghibur yang menjaga suatu cerita agar tetap stabil. Bisa berupa teman seperjalanan *hero*, atau bahkan bawahan *shadow*. Sering kali dihadirkan sebagai karakter yang suka berbuat usil dan mengalihkan karakter utama dari tujuannya.

8. *Helpers*

Peran utama karakter *helpers* sesuai dengan namanya, yaitu membantu karakter utama dalam melalui perjalanannya. Mereka memberi dukungan dan menolong sosok *hero* saat menyelesaikan sesuatu yang sulit.

Di luar dari pengelompokan Jungian Archetypes, ada beberapa jenis karakter yang lebih cenderung diaplikasikan pada cerita kontemporer. Pada dasarnya mereka merepresentasikan hal yang sama dengan penggolongan karakter Jungian dengan perbedaan yang sangat tipis. Tipe karakter kontemporer meliputi :

1. *Protagonist*

Serupa halnya karakter hero, tokoh protagonis adalah karakter utama dan juga pihak yang mengambil tindakan dalam sebuah cerita. Seperti yang sudah dijelaskan dalam deskripsi hero, karakter protagonis memulai perjalanannya dengan suatu rintangan. Perbedaan yang tampak dalam cerita kontemporer adalah rintangan ini dapat dijabarkan lebih lanjut menjadi dua hal yang lebih spesifik : yang terjadi secara sadar dan dibawah alam sadar. Rintangan yang masuk dalam kategori sadar meliputi hasrat ataupun cita-cita. Rintangan bawah alam sadar dimanifestasikan dalam bentuk kebutuhan psikologis.

2. *Antihero*

Antihero adalah karakter protagonis yang hidup di jalan yang tidak bermoral dan sering membuat keputusan yang buruk. Karakter ini memiliki prinsip moral yang ambigu. Ketika karakter *antihero* memilih jalan yang salah, dia memiliki alasan yang kuat sebagai penyebabnya melakukan hal tersebut. Karena itulah audiens mulai menghargai karakter antihero. Penonton bukan hanya menyukai antihero karena kemampuannya, namun juga karena ingin karakter tersebut berubah menjadi lebih baik.

3. *Co-Protagonist*

Terkadang dua orang co-protagonist diharuskan bekerjasama untuk mencapai sebuah tujuan. Jika sebuah cerita menghadirkan dua orang dengan peran protagonis untuk membatu satu sama lain, maka lapisan kompleksitas dalam alur cerita akan bertambah.

4. *Antagonist*

Antagonis adalah karakter yang menentang keinginan protagonist. Antagonis tidak selalu berperangai jahat, namun sering menimbulkan konflik. Perlu diingat walaupun karakter antagonis umumnya memiliki watak buruk, tapi mereka adalah monster yang terbentuk sejalan dengan kisah hidupnya. Antagonis adalah peran yang sangat bervariasi dan menarik. Bahkan ada beberapa jenis turunan dari antagonis, yaitu :

a. *Mistaken Antagonist*

Karakter yang terlihat jahat di mata audiens, namun sebenarnya tidak bersalah

b. *Exaggerated Antagonist*

Karakter ini memiliki penampilan yang sedikit bersifat kartun dan presentasinya sebagai seorang penjahat. Karena sosoknya yang menarik dan mencolok, karakter ini terkadang lebih menarik daripada tokoh utamanya

c. *Realistic Antagonist*

Karakter ini cenderung memiliki sikap yang baik dan biasa saja, namun muncul watak aslinya ketika berada disituasi tertentu. Antagonis tipe ini bisa mengahidkan efek yang mengerikan serta membuat penonton merasa tidak nyaman. Tujuan utama dari karakter ini biasanya tidak diketahui oleh protagonist namun terlihat jelas oleh para penontonnya.

Sebagai pelengkap dari dua jenis penggolongan karakter yang sudah dijelaskan sebelumnya, kelompok karakter berikut merupakan kumpulan dari jenis karakter pendamping. Ruang lingkup yang dimiliki karakter pelengkap mulai dari sahabat karib, partner seperjuangan, dan orang yang dikasihi. Tanpa kehadiran tokoh pelengkap, cerita akan terkesan datar dan sedikit. Beberapa dari karakter ini bahkan memiliki jalan kehidupan sendiri yang akan menambah kekayaan dan kedalaman dari sebuah kisah. Karakter tambahan dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. *Pivotal Characters*

Karakter pivotal umumnya adalah sosok yang sangat dekat dengan protagonis dan bisa berupa orang tua, pasangan hidup, atau bahkan hewan. Biasanya karakter ini memiliki cerita tentang kehidupannya sendiri dan merupakan cabang dari cerita utama. Sebagian besar cerita yang mengisahkan tentang karakter pivotal memiliki unsur yang berhubungan dengan kisah sang protagonis. Sosok tipe ini membantu tokoh utama untuk tumbuh dan berkembang.

2. *Sidekicks*

Sidekicks adalah karakter yang mendampingi protagonis. Jenis karakter ini lebih sering digunakan dalam alur cerita klasik. Karakter *sidekicks* memiliki banyak peran yang bisa menguntungkan atau bahkan merugikan protagonis.

3. *Lackey*

Lackey memiliki fungsi yang sama dengan karakter *sidekicks*, namun dia berpihak pada sisi penjahat. Karakter ini sering dihadapkan pada resiko

kematian dalam menjalankan tugas yang diberikan oleh sang penjahat. Fungsi utama *lackey* adalah membuat audiens untuk lebih mengerti tentang sosok penjahat.

4. *Allies*

Allies adalah karakter penolong yang hampir mirip dengan *sidekicks*, dengan catatan bahwa karakter *allies* dapat datang dari manapun. Kehilangan sosok karakter *allies* terjadi untuk memicu beberapa hal : membuat karakter utama untuk merasakan sakit hati dan rasa bersalah, membuat penonton untuk merespon secara emosional, dan juga mengembangkan ruang cerita.

5. *Henchmen*

Henchmen adalah saingan dari sosok *allies*. Perbedaannya adalah mereka bekerja bukan untuk kebaikan. Tugas utama tokoh *henchmen* adalah membuat masalah yang menghalangi tokoh utama.

6. *Mole*

Karakter yang bertingkah seakan ia membela kebenaran dan ingin membantu tokoh utama, namun kenyataannya dia adalah kaki tangan dari penjahat. Peran karakter ini adalah sebagai salah satu jalan agar sang penjahat selalu berada satu langkah di depan tokoh utama.

2.2.3. Gaya Gambar

Setiap karya menggunakan gaya tersendiri dalam pengerjaannya. Gaya adalah semua aspek tentang konsistensi, menggunakan unsur-unsur tertentu secara berulang dalam desain berbagai karakter. Elemen seperti penggunaan bentuk yang bersudut, bulat, atau gabungan dari keduanya. Ukuran mata pada semua karakter

apakah sangat besar, memiliki mulut kecil dan hidung yang berbentuk tajam. Gaya yang berbeda bekerja untuk berbagai jenis peran yang berbeda pula.

Bancroft (2006, 154) membagi gaya penggambaran tokoh berdasarkan ciri khas tertentu yang ditonjolkan dalam pembuatannya. Masing-masing memiliki fitur tersendiri yang membuatnya berbeda dengan gaya gambar lain, meliputi :

1. *Comic Book*

Karakter komik biasanya cukup berdetail. Desain *superhero* dalam komik cenderung didasarkan pada anatomi yang sebenarnya, sangat ilustratif dan realistis. Karakter komik biasanya juga digambar dengan banyak efek bayangan dan *cross hatching*.

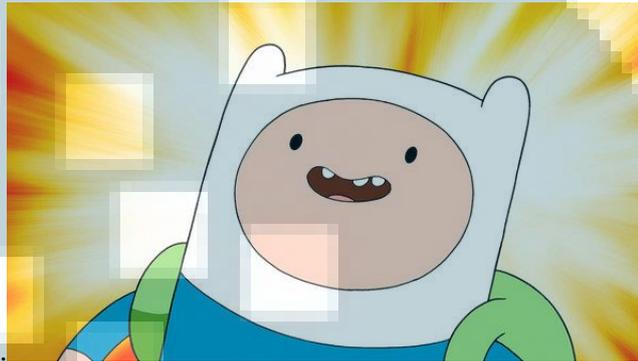


Gambar 2.12. Contoh Karakter *Comic Book*, Deadpool
(<http://images4.fanpop.com/image/photos/14700000/Deadpool-marvel-comics-14714007-442-400.jpg>)

2. *TV dan Web Animation*

Tv dan animasi web dikelompokkan bersama karena keduanya dianggap sebagai *limited animation*. Banyak kesamaan dari aturan desain yang di gunakan untuk karakter dari masing-masing animasi. *Limited animation* berarti bahwa hanya bagian tertentu dari tubuh karakter yang

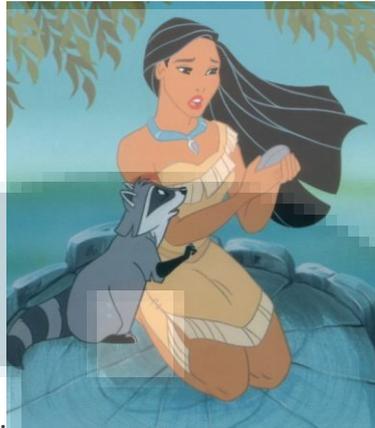
akandianimasikan, seperti mulut dan mata. For alasan ini , desainer perlu membuat bagian karakter secara terpisah dengan cara menempatkan bentuk desain karakter di posisi elemen lain yang terputus.



Gambar 2.13. Contoh Karakter *TV Animation*, Finn
(<http://images.wikia.com/creepypasta/images/3/38/Adventure-time-with-finn-and-jake.jpg>)

3. *Featured Animation*

Karakter *featured animation* harus didesain sedikit lebih rinci dibandingkan karakter animasi tv, karena mereka akan melakukan lebih banyak akting. Namun karena masing-masing karakter akan digambar ratusan, bahkan ribuan kali dengan menggunakan tangan, detail harus tetap ditekan di batas minimum.



Gambar 2.14. Contoh Karakter *Featured Animation*, Pocahontas
(<http://images2.fanpop.com/image/photos/10800000/Pocahontas-pocahontas-10895891-554-630.jpg>)

4. *CG Animation*

Karakter animasi komputer dan karakter animasi yang digambar secara tradisional pada dasarnya tidak jauh berbeda, namun karakter CG dapat memiliki lebih banyak tekstur, cahaya, dan *highlight* pada desain mereka. Karakter CG yang paling menarik adalah yang paling sederhana, dengan tampilan yang dipertegas oleh detail seperti pola pada pakaian



Gambar 2.15. Contoh Karakter *CGI Animation*, Atom
(http://images2.wikia.nocookie.net/_cb20130527212807/spongebobandfriendsadventures/images/2/26/Astro-Boy-astro-boy-9613180-720-1296.jpg)

5. *Video Games*

Dalam desain karakter *video game*, diumpamakan bahwa langit adalah batas. Beberapa desain realistis dan beberapa lagi sedikit kartun. Seperti apapun tipe gambar yang digunakan, desain karakter game selalu memiliki detail yang tinggi, unik dan inovatif. Desain senjata, kostum, peralatan, dan juga pasar inti yang membentuk sebuah video game harus dibuat semenarik mungkin.



Gambar 2.16. Contoh Karakter Game Blade and Soul
(<http://s2.zerochan.net/Blade...Soul.full.1113304.jpg>)

6. *Manga*

Ada banyak gaya gambar yang berbeda dalam dunia manga, tetapi unsur-unsur tertentu yang menjadi ciri pada sebagian besar karakter jenis ini adalah ukuran mata besar, mulut kecil, rambut bergerigi, pakaian minim. Wajah sangat karikatur namun bentuk tubuh tetap semi-realis.



Gambar 2.17. Contoh Karakter Dengan Gaya Manga
(<http://s1.zerochan.net/DRAMAtical.Murder.600.1352334.jpg>)

7. *Comic Strip*

Komik strip juga hadir dalam berbagai gaya. Satu elemen yang umum adalah penyederhanaan karakter. Hal ini dilakukan karena komik akan diubah menjadi ukuran yang sangat kecil. Desainer juga harus menggambar karakter ini berulang kali. Desainer komik strip dapat mengakali antara tampilan depan dan sisi tampak depan. Pembaca hampir tidak pernah melihat karakter bergerak dari tampilan depan ketampilan samping.



Gambar 2.18. Contoh Karakter *Comic Strip*
(http://www.poggeezzer.com/wp-content/uploads/2009/05/peanuts_gang.jpg)

2.1. *Character Design*

Seni desain karakter adalah proses menciptakan sosok yang berdasarkan konteks lingkungannya akan mendapatkan kepercayaan, reaksi, ataupun pengharapan dari para penonton tentang susunan fisik, disposisi, dan kepribadian dari ciptaan itu sendiri. Seringkali sebagai penonton maupun pemain, kita memiliki pengharapan yang semakin tinggi atas pencitraan visual. Dengan selera pasar yang semakin meningkat, tentunya sebagai seorang desainer, kita memiliki keistimewaan untuk menarik perhatian serta imajenasi pasar. Namun dengan keunggulan seperti itu, datang sebuah tanggung jawab. Tentu para desainer tidak mau diingat sebagai pencipta karakter yang gagal memvisualisasikan karakternya; tapi sebagai pencipta karakter yang pantas diingat. (Seegmiller, 2004)

Langkah dan arah mana yang harus diambil ketika mendesain sebuah karakter, tak banyak penjelasan tertulis tentang hal tersebut. Kemungkinan besar karena sifat individual yang menyulitkan kita untuk mendefinisikan dan mengukur faktor-faktor yang mencerminkan karakter yang baik. Satu desain karakter yang baik belum tentu terlihat sama di mata orang lain. Banyak proses pembuatan karakter itu sendiri yang berdasarkan sesuatu yang ambigu, apa yang tergolong kreatif dan apa yang tidak.

Satu hal yang pasti; desain karakter adalah sebuah seni. Melahirkan sebuah karakter dapat dikatakan cukup sukses ketika kita memasukkan prinsip seni tradisional ke dalam sebuah ide kreatif. Bagi orang yang memang ingin bekerja di industri hiburan; film, *game*, dan lainnya, dianggap mampu untuk merealisasikan sebuah karakter. Sebagian dari mereka yang menganggap dirinya

mampu untuk mendesain sebuah karakter karena mereka dapat menggambar. Sayangnya tidak semua orang yang pandai menggambar mampu untuk mendesain sebuah karakter.

Secara sederhana, *character design* dapat diartikan sebagai upaya perancangan sebuah karakter manusia atau menyerupai manusia yang memiliki perbedaan yang unik dan penampilan yang kaya serta menarik untuk diaplikasikan pada berbagai media visual. Ruang lingkup desain di sini mencakup berbagai aspek, mulai dari merancang penampilan berikut dengan gaya rambut, kostum, dan asesoris. Skema desain karakter yang baik dan tepat pada umumnya mengharuskan pembuatnya untuk membuat konsep tampak depan, belakang dan tampak samping dari karakter tersebut, lalu tampak depan, samping dan 3/4 dari kepala sang karakter dan juga berbagai macam tipe gerakan seperti berjalan, berlari dan melompat. Sebagai tambahan, pembuat juga harus mencantumkan beberapa ekspresi wajah yang berbeda. Aplikasi dari bidang karakter desain sudah meluas dari cerita dan film ke animasi, kartun, game, animasi online, animasi TV, iklan komersial, maskot, buku ilustrasi, model, dan berbagai macam bidang visual.

Dalam tahap penciptaan sebuah karakter, ada baiknya kita mulai dari analisa tentang apa yang diperlukan. Pengumpulan referensi untuk membangun imajinasi visual dapat diperoleh dari tulisan maupun gambar. Ketika bayangan akan karakter tersebut muncul, maka tahap berikutnya adalah bagaimana kita bisa membuatnya menjadi terasa nyata. Elemen yang dapat meyakinkan atas keberadaan karakter adalah sejarah kehidupannya. Menjabarkan bagaimana

kepribadiannya, lingkungannya, sifatnya, penampilannya, ia pada masa lalu, masa kini dan masa depan.

2.3.1. Sejarah

Pada 1894 "*New York World*" mempekerjakan R. F. Outcault untuk membuat kolom kartun pada terbitan edisi hari Minggu untuk menyambung serial anekdot seorang anak laki-laki dengan jubah berwarna kuning yang berasal dari perkampungan yang miskin, yang mana mungkin adalah sebuah karya seni pertama yang berhubungan dengan desain karakter. Anak laki-laki itu kemudian dinobatkan sebagai karakter kartun pertama di Amerika Serikat dan dikenal sebagai "*the Yellow Kid*". Karena itulah, penciptanya Outcault dianggap sebagai bapak dari kartun Amerika (Su & Zhao , 2011)

Industri penerbitan mulai banyak menggunakan kartun setelah mereka menyadari bahwa karakter fiksi bisa terasa sangat hidup dan mudah diterima oleh masyarakat. Pada 1898 Michelin Man, maskot dari perusahaan Prancis yang memproduksi ban diciptakan dan sukses besar. Michelin Man merupakan kristalisasi dari imajinasi luas yang dimiliki Michelin bersaudara dan desainer poster Marius Roussillon.

Sejak saat itu desain karakter mejadi semakin aktif di bidang animasi, kartun, dan industri lainnya. Di tahun 1914, Winsor McCay meluncurkan film kartun dengan judul "*Gertie the Dinosaur*" yang memiliki jalan cerita. Ia ingin menantang asumsi yang menganggap kartun hanyalah sebuah gagasan seni yang tinggi.

Pada tahun 1917, *Felix the Cat* yang diproduksi oleh Pat Sullivan menjadi sorotan dan terkenal dengan sebutan “Kucing hitam yang berjalan sendiri.” Kucing hitam yang terlihat kesepian namun sinis ini telah mendemonstrasikan tingkat imajenasi Sullivan yang menakjubkan dan menentukan kejayaan dari film animasi ini. Dalam kurun waktu enam belas tahun, Sullivan sudah memproduksi hampir seratus animasi dari *Felix the Cat*, mengangkatnya menjadi salah satu yang terbaik dalam sejarah. Kesuksesan Sullivan disusul oleh karya Walt Disney yang dipublikasikan pada tahun 1928. Ia memproduksi sebuah kartun dengan gerakan mengikuti alunan suara yang berjudul “*Steamboat Willie*” dan menampilkan Mickey Mouse sebagai karakter utama. Karakter ini memiliki kepopuleran yang luar biasa di seluruh dunia karena pengaruhnya yang besar dan keuntungan yang telah diraihinya.

Sejalan dengan keberhasilan Mickey Mouse, Disney meluncurkan karakter baru yang bernama Donald Duck. Ciri utamanya adalah sikapnya yang tidak bisa diam beserta dengan emosinya yang tidak terkontrol. Disney banyak menarik perhatian para karakter desainer dari seluruh penjuru dunia. Hasil produksi mereka tidak hanya terfokus dalam pembuatan karakter baru, namun juga perbaikan karakter lama yang sudah ada.

Pada desember 1937, Perusahaan Walt Disney meluncurkan animasi “*Snow White*” yang berdasarkan kisah dongeng Grimm yang mana adalah film animasi berdurasi panjang pertama dalam sejarah. Konsep dan cerita yang unik membuat kisah “*Snow White*” meraih penghargaan Oscar.

Sejalan dengan perkembangan game, karakter desainer memiliki lahan bermain baru. Produksi Online game yang menjanjikan hasil memuaskan secara tak langsung memunculkan opini publik bahwa pekerjaan mendesain karakter adalah sebuah pekerjaan yang mendatangkan uang banyak. Nama seperti Super Mario Bros, Lara Croft, dan Shunrei sudah banyak dikenal khalayak ramai. Beberapa game bahkan memberikan para pemain sebuah fitur untuk mendesain karakter yang mereka inginkan.

2.3.2. *Character designer*

Seorang *character designer* adalah seorang seniman yang menghasilkan gambar orisinal untuk diaplikasikan ke media visual. Tujuan seorang *character designer* yaitu untuk menciptakan karakter yang memenuhi kebutuhan dari script, scene, game, sebuah cerita, dan sesuai dengan jalan ceritanya. Hasil karyanya bisa berupa comic strip, animasi TV, animasi film, buku komik, dan ilustrasi humor.

Dalam ruang lingkup perfilman, seorang *character designer* memiliki peran sebagai *casting director* yang nantinya akan bekerjasama dengan *director* dan mengaudisi aktor demi aktor sampai mereka menemukan wajah yang tepat beserta dengan *performance style* yang memenuhi kriteria masing-masing peran. Faktanya, seorang *character designer* juga memiliki pengaruh sebagai aktor, karena karakter ciptaannya akan tampak kaku dan tidak natural kecuali jika sang desainer menggambarkan sang karakter dengan gambaran yang mengekspresikan sebuah karakteristik.

Ada dua jenis *character designer* yang sering ditemui dalam sebuah area produksi, seperti yang dinyatakan Bancroft dalam bukunya *Creating Characters With Personality* (2006, 14), yaitu *blue sky designers* dan *character polisher*.

Blue sky designers adalah tipe desainer yang bertugas untuk membuat berbagai variasi alternatif dari sebuah karakter dengan dibekali sedikit bimbingan informasi akan hasil akhir yang diinginkan. Pekerjaan ini memerlukan banyak pencarian informasi, setara dengan jumlah gambar yang dibutuhkan. Intinya adalah untuk mempelajari hal apa saja yang bisa membuat sang karakter terasa nyata, juga untuk memperkuat kepribadian karakter yang dibuat. *Blue sky designers* umumnya adalah desainer yang sangat kreatif, tidak begitu peduli dengan konsistensi dan sering mengalami kesulitan menggambar karakter yang sama untuk kedua kalinya.

Tipe yang kedua adalah *character polisher* dengan pekerjaan utama sebagai desainer yang melanjutkan sketsa hasil kerja *blue sky designers*. Mereka tidak memiliki sebuah gaya yang khas dalam menggambar, namun bangga akan kemampuan mereka untuk mereplika gaya gambar lain dengan tetap mempertahankan identitas karakter sebagai ciptaan mereka. Desainer ini mampu memperkuat gambar sketsa yang sudah ada dan menciptakan detail desain yang tetap akan sebuah karakter serta memberi kehidupan pada sang karakter melalui pose dan ekspresi yang dia gambarkan.

Desainer secara cenderung memiliki keunggulan yang terfokus pada salah satu pendekatan. Seorang *character designer* yang baik adalah *artist* yang

memiliki elemen dari kedua jenis desainer yang sudah dijelaskan, yang mana desainer tipe ini memang sulit ditemukan.

2.3.3. Proses Desain Karakter

Dalam proses pembuatannya, desain sebuah karakter umumnya memiliki beberapa tahap pembentukan. Memang banyak karakter yang dibuat secara spontan, menggunakan atau tanpa latar belakang yang jelas. Hal itu umum terjadi pada desain karakter yang biasanya digunakan sekali. Akan berbeda jika desainer akan menyimpan dan menggunakan karakter tersebut berkali-kali. Kosongnya element dasar yang menopang eksistensi karakter dalam sebuah konsep desain akan membuat susunan desain dan kepribadiannya cenderung berubah-ubah. Ketika desainer menentukan detail latar belakang setelah desain visual karakter selesai, sebagian besar desain akan mengalami perubahan dan itu adalah metode yang tidak efektif dalam mendesain sebuah karakter.

Tahap pertama yang akan dilalui seorang *character designer* adalah imajenasi, *brainstorming*, ataupun pemikiran awal akan karakter itu sendiri, Bagaimana deskripsi dari karakter, masukan dari para *directors*, dan juga alasan kenapa karakter tersebut memiliki peran dalam sebuah cerita. Ketika kepribadian karakter sudah tergambar jelas di dalam kepala, akan kemana arah penggambaran karakter di atas kertas dapat tertangani dengan baik. Sebelum wujud karakter dituangkan ke kertas, desainer harus menetapkan beberapa hal kritical seperti peran dan posisi karakter dalam cerita; karakteristik dan kepribadian karakter; plot dalam jalan cerita yang mungkin mempengaruhi penampilan karakter. Informasi ini akan secara tak langsung memberi batasan dalam desain karakter.

Selanjutnya, sketsa karakter dapat dimulai setelah sang desainer mengenal betul karakteristik karakter yang akan dibuat. Sebaiknya sketsa awal digambar dengan ukuran yang kecil. Hal ini memudahkan dalam menemukan kejanggalan dalam gambar yang dibuat. Selain itu ukuran yang kecil juga menghemat waktu pembuatan serta menghambat ambisi pemberian detail berlebihan pada sketsa.

Seorang desainer harus mengenal baik *software* yang akan ia gunakan untuk melanjutkan desain dari karakter yang ia buat. Tidak semua dari *character designers* akan menyelesaikan tugasnya secara digital, namun performa seseorang dalam melakukan pekerjaannya akan menunjukkan tingkat profesionalitas yang dimiliki. Diskusi lanjutan untuk menentukan cocok tidaknya sebuah karakter juga diperlukan, dan sebaiknya dilakukan di ruang lingkup team atau dengan klien. Menerima opini dari pihak lain akan mengembangkan pemahaman akan pendapat publik atas karakter yang diciptakan.

Tahap yang terakhir adalah proses *finishing*. Sebaiknya desain karakter sudah ditetapkan sebagai desain yang *fix* sehingga tak akan mengalami proses revisi desain lagi terkecuali pada elemen minor. Pemilihan dan pemberian warna akan dilakukan dan penggunaan *computer software* sangat membantu di sini. Ketika klien menginginkan penggantian warna, karya yang dikerjakan secara tradisional akan sangat sulit untuk diatasi. Karya yang dikerjakan secara digital memiliki kelebihan utama di sektor ini.

2.3.4. Fisiologi Karakter

Seniman membutuhkan kerangka untuk menopang *clay* dalam pembuatan patung. Proses pembuatan karakter juga memerlukan struktur kerangka emosional untuk memastikan bahwa karakter adalah sosok dengan elemen tiga dimensi, bukan sekedar tumpukan tanah liat di lantai.

Seperti apakah penampilan karakter? Apakah sang karakter tinggi, pendek, buruk rupa, atau menarik? Semua fakta tersebut memiliki kontribusi besar dalam menentukan bagaimana karakter akan bersikap kedepannya. Contohnya, jika seorang karakter pria memiliki kurang tinggi, mungkin dia memiliki masa kecil yang tidak menyenangkan yang mana hal tersebut akan mendorongnya untuk bekerja keras dan pada akhirnya memperoleh sebuah kesuksesan. Contoh ini mengambil dari istilah yang dikenal sebagai *Napoleon Complex*. Napoleon Bonaparte adalah pria yang sangat pendek dan karena kekurangannya itu, dia termotivasi untuk mengambil alih Eropa. Napoleon adalah satu dari banyak contoh yang bisa menggambarkan bagaimana penampilan sebuah karakter dapat mengembangkan kepribadian karakter. Dalam menentukan penampilan karakter, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- Jenis kelamin
- Umur
- Warna mata dan rambut
- Jenis tubuh
- Penampilan fisik (tampan, cantik, biasa saja, buruk rupa)

- Tanda istimewa atau kelainan fisik
- Ekspresi wajah
- Kesehatan (sehat, sakit, kelainan, kurus, atletis)
- Genetik

Fisiologi adalah hal yang sangat mempengaruhi kepribadian karakter. Jika *character designers* berniat untuk memberikan atribut khusus untuk karakternya, itu dilakukan bukan hanya untuk menunjang penampilan karakter secara visual, namun juga nantinya akan mempengaruhi psikologi karakter tersebut. Dalam pembuatan wujud fisik sebuah karakter, prinsip dasar dari desain visual harus tetap digunakan. Bentuk, ukuran dan variasi adalah elemen dasar dari desain karakter. Bentuk keseluruhan dari karakter merupakan media yang secara tak langsung mendeskripsikan kepribadian karakter tersebut. Selain itu, kemampuan untuk membagi sosok karakter menjadi bentuk geometri dasar adalah kunci dalam menggambar ulang karakter dari berbagai sudut pandang dan posisi.

2.3.4.1. Bentuk

Bentuk dasar geometris memiliki simbol yang menjadi ciri khas masing-masing. Bentuk dasar ini akan memberikan isyarat yang kita butuhkan untuk menggambarkan karakter. Bentuk yang jelas dapat menjadi fondasi dari kepribadian and caranya bertingkah laku. Berikut adalah beberapa bentuk dasar yang sering digunakan sebagai langkah awal pada proses desain karakter :

1. Lingkaran

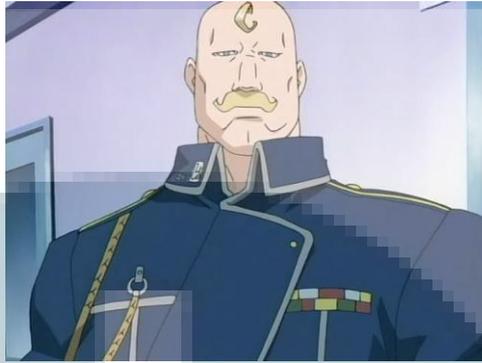
Membangkitkan kesan menarik, karakter yang baik dan biasanya digunakan untuk mengkonotasikan sosok yang imut, menggemaskan, dan ramah. Wanita yang menarik sering kali digambarkan dengan kombinasi kurva dan lingkaran. Gambar bayi biasanya sangat bergantung pada bentuk melingkar sebagai isyarat visual mereka



Gambar 2.19. Aplikasi Bentuk Lingkaran pada Karakter Russell (http://mickeytravelsgina.com/wp-content/uploads/2013/05/up_russell1.jpg)

2. Persegi

Biasanya menggambarkan karakter yang dapat diandalkan, perkasa, atau yang memiliki peran serta beban yang berat. Desain pahlawan super sering mengandalkan bentuk persegi karena kesan bentuk yang kokoh dan kuat.



Gambar 2.20. Aplikasi Bentuk Persegi pada Karakter Alex L. Armstrong (http://images3.wikia.nocookie.net/_cb20100617004423/fma/images/thumb/4/4a/Alex_Louis_Armstrong.jpg/500px-Alex_Louis_Armstrong.jpg)

3. Segitiga

Bentuk segitiga melambangkan sosok yang seram, tipe yang mencurigakan, dan biasanya diaplikasikan pada karakter jahat dalam desain karakter

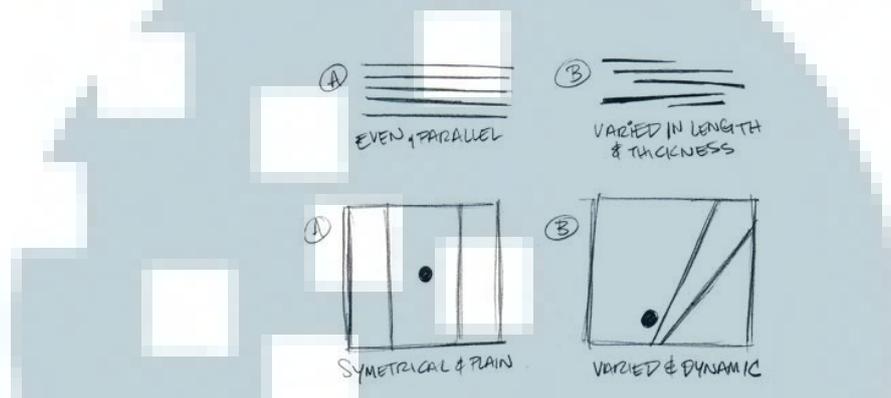


Gambar 2.21 Aplikasi Bentuk Segitiga pada Karakter Cruella Deville (http://blogs.disney.com/wp-content/blogs.dir/1/files/villain-invasion-evil-women-part-1/tmb_456x316_dal_cruella_de_ville.jpg)

2.3.4.2. Variasi

Sedangkan variasi mengacu pada jarak serta berbagai ukuran dan bentuk dari sebuah desain. Menciptakan lebih banyak variasi dalam desain akan memberikan vitalitas dan dorongan yang akan mengubah desain menjadi

sangat baik. Penggunaan garis yang kontras dapat menyebabkan perbedaan ketebalan garis serta perbedaan panjang mereka. Jenis ketebalan dan panjang di garis yang digunakan oleh desainer dapat menampilkan tensi visual dan daya tarik visual.



Gambar 2.22. Contoh Variasi dalam Garis
(Bancroft, 2006)

Garis lurus disandingkan dengan garis kurva dapat membuat desain yang lebih hidup dan menarik. Dengan menempatkan garis melengkung berlawanan dengan garis lurus, desainer dapat menunjukkan dinamisme dan menghindari garis paralel.

Repetisi bentuk dalam desain dapat membantu menciptakan tema. Ukuran yang berbeda dari pola berulang berguna untuk menambah variasi. Selain itu, ruang negatif atau kekosongan yang tercipta antara bentuk berperan dalam membantu menentukan karakter secara visual. Berbagai macam interaksi antara setiap bagian negatif, dan juga mencakup interaksi dengan bentuk positif, akan menciptakan siluet yang kuat dan menarik

2.3.4.3. Umur

Ada tiga unsur utama yang perlu diingat ketika mendesain karakter agar terlihat dalam usia tertentu: ukuran, bentuk, dan jumlah detail. Karakter akan terlihat lebih muda atau lebih tua tergantung pada hubungan dari struktur bagian tubuh yang memiliki ukuran bervariasi. Semakin karakter berumur, ukuran mata akan semakin kecil terkecuali kaki, hidung dan telinga yang terus tumbuh. Berikut adalah beberapa penerapan ciri khas yang dimiliki karakter dengan usia yang berbeda :

1. Bayi

Realistis ataupun kartun, desain karakter bayi diharuskan memiliki kurva secara menyeluruh, karena dari kurva itulah karakter bayi terbuat. Bayi yang baru lahir kecil dan kurus, namun memiliki kepala yang besar dan bulat. Bayi yang lebih besar memiliki kesintalan badan yang unik.



Gambar 2.23. Contoh Aplikasi Elemen Bayi pada Karakter Looney Tunes (http://img0103.popscreencdn.com/155938243_looney-tunes-baby-sylvester-wall-safe-sticker-character-.jpg)

2. Anak-anak

Anak-anak memiliki garis lurus lebih banyak daripada bayi. Elemen yang sangat penting dalam menggambar anak-anak adalah hubungan antara ukuran kepala dan tubuh, faktor kunci dalam menentukan usia dari setiap karakter. Hampir semua jenis hubungan ukuran tubuh, bahkan yang aneh pun akan terlihat menarik untuk tampilan karakter anak-anak.



Gambar 2.24. Contoh Karakter Anak-Anak
(http://farm1.staticflickr.com/37/112757681_55efab77a9_z.jpg?zz=1)

3. Remaja

Desainer harus teliti dalam membuat karakter remaja dengan tidak memvisualisasikannya sebagai sosok dewasa dengan ukuran kecil. Ada beberapa perbedaan yang sangat jelas dari bentuk tubuh remaja dan dewasa. Salah satunya adalah bentuk tubuh di kalangan remaja lebih bervariasi dari usia lainnya. Ketika desainer menggambar remaja, mereka akan menggunakan banyak prinsip desain yang juga digunakan untuk menggambar anak-anak. hanya saja akan lebih halus dari gambar karakter anak-anak.



Gambar 2.25. Contoh Karakter Remaja
 (<http://4.bp.blogspot.com/-c5rDPyMeBn0/T-JAkf6GIyI/AAAAAAAAAak/OPKTLm2VpoI/s1600/lee-sketch001.png>)

4. Dewasa

Variasi jadi poin utama, tapi ada beberapa elemen standar yang akan membuat tampilan karakter dewasa lebih terlihat matang. Mata dan telinga dengan ukuran kecil,, hidung besar untuk karakter pria, rambut lebih mengembang pada wanita



Gambar 2.26. Contoh Karakter Dewasa
 (<http://7428.net/wp-content/uploads/2012/06/People-vector-set-6-2.jpg>)

5. Lanjut usia

Sejalan dengan penambahan usia, daun telinga, dagu, pipi, otot serta bagian tubuh lainnya mulai berkerut dan mengendur. Karena itu dalam

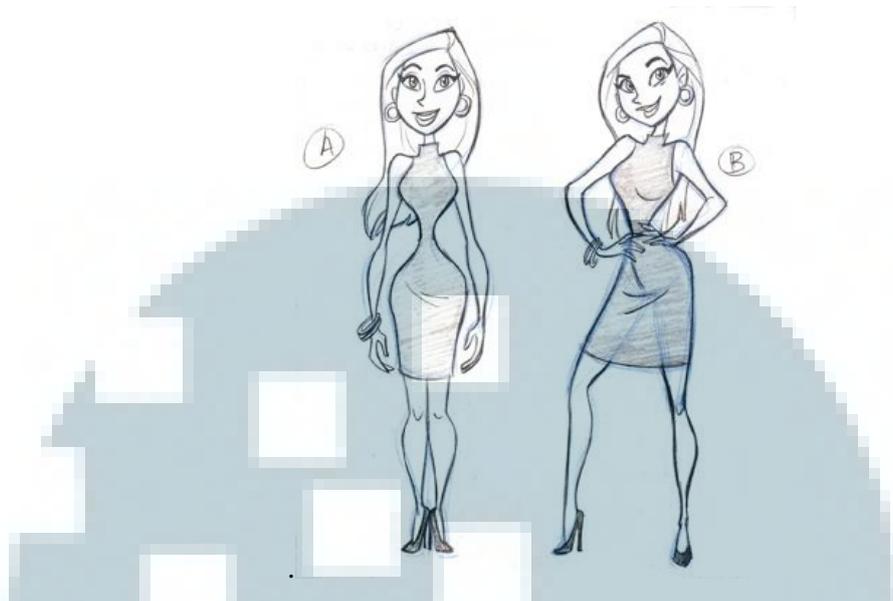
menggambar orang tua, elemen seperti tubuh yang kurus dan perut yang membuncit sering kali digunakan.



Gambar 2.27. Contoh Karakter Lanjut Usia
(<http://0.tqn.com/d/animatedtv/1/0/g/B/grampa.jpg>)

2.3.4.4. Pose

Desainer memerlukan sentuhan khusus pada karakter. Pose seperti apa yang karakter lakukan dan apa yang disampaikan melalui pose tersebut. Posisi terbaik untuk berpose adalah tampak $\frac{3}{4}$ badan. Itulah sudut yang biasanya berfungsi paling baik dalam menciptakan karakter yang memiliki dimensi. Karakter yang dibuat dari sudut itu akan jauh lebih beremosi daripada karakter yang digambarkan dengan posisi badan lurus ke depan



Gambar 2.28. Perbandingan Karakter Tanpa dan Dengan Pose
(Bancroft, 2006)

Pose menciptakan gambaran perilaku. Mulailah dengan membayangkan pose yang perlu ditampilkan dalam jalur cerita untuk menyampaikan berbagai emosi, atribut kepribadian, umur, dan karakteristik lain. Pose juga memberikan karakter kesan yang pas dan tepat.

2.3.5. Sosiologi karakter

Selain faktor fisiologi, *character designers* juga harus mempertimbangkan latar belakang sosiologis seperti: dari mana karakter berasal, siapakah orang tuanya, dan bagaimana cara ia dibesarkan. Semua itu akan mempengaruhi perkembangan kepribadian karakter. Sebagai contoh, seorang anak yang lahir dari keluarga kerajaan akan memiliki sisi sosiologis yang berbeda dengan anak yang dilahirkan dikalangan pekerja.

Tugas dari perancang yaitu memahami bagaimana latar belakang berkontribusi atas siapa karakter saat ini dan akan menjadi apa ia kedepannya. Orang tua dan latar belakang ekonomi hanya mendeskripsikan sedikit bagian dari pertanyaan sosiologis. Kepercayaan, pandangan politik, ras serta jaman dimana karakter hidup akan membantu dalam mengisi ruang kosong pada latar belakang karakter. Perbedaan akan pengalaman yang dialami setiap karakter memiliki kontribusi besar dalam menentukan perkembangan karakter kedepannya.

2.3.6. Psikologi karakter

Ketika atribut fisik dan latar belakang sosial dapat memberikan gambaran dari penyebab perilaku sebuah karakter, psikologi adalah yang mempelajari tingkah laku tersebut. Tingkah laku dipacu oleh emosi dan sejalan dengan pembelajaran akan emosi, akhirnya desainer dapat menentukan tentang identitas karakter. Elemen ini juga merupakan jalan paling efektif untuk menentukan kepribadian karakter. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menjabarkan karakter secara psikologis :

1. Kepercayaan

Bagaimana cara karakter menentukan yang baik dan yang buruk. Atau apakah dia seorang hipokrit

2. Aktifitas Seksual

Tak hanya membahas kehidupan seksualnya, namun juga pandangan karakter akan hal itu. Bagaimanakah orientasi seksual karakter

3. Temperamen

Apakah karakter adalah tipe yang *easygoing*, pemarah, yang berpikiran logis atau emosional.

4. Sikap

Bagaimana pandangannya akan kehidupan, contohnya apakah dia tipe karakter yang pesimis atau optimis

5. *Extrovert* atau *introvert*

Apakah karakter merasa nyaman ketika ada orang di sekelilingnya atautkah dia merasa terganggu

6. Kecerdasan

Seberapa pintar karakter dan jenis ecerdasan khusus macam apa yang ia miliki

7. Kecerdasan emosional

Bagaimana tingkah laku secara emosionalnya. Apakah karakter mudah cemburu atau apakahia tipe yang mudah iri hati

Ini akan memberi desainer ide dan ciri akan karakter yang sedang dikembangkan, namun ada bagian dari psikologi manusia yang sulit untuk dijabarkan. Seseorang bisa saja *introvert* atau pemalu dan suka membaca, namun mungkin saja tidak ada alasan yang pasti akan sikapnya itu.

2.4. Kostum

Layaknya manusia, karakter juga memiliki pakaian tertentu yang dikenakan, terutama bagi karakter yang perwujudannya mendekati atau berupa manusia. Pilihan dalam jenis pakaian pada tiap karakter memerlukan pertimbangan yang baik agar karakter tidak terlihat janggal. Selain itu pakaian juga mempengaruhi

kepribadian karakter yang memakainya. Secara tidak langsung, setiap pakaian yang dikenakan memperlihatkan kepribadian dan sifat pemakainya. Kesan bagaimana pakaian jatuh pada tubuh karakter juga dapat memberi gambaran akan bentuk tubuh sang karakter. Bentuk tubuh yang berbeda memiliki cara yang berbeda dalam mempresentasikan pakaian yang dikenakan (Bancroft, 2006).

2.4.1. Overalls

Farmer atau yang dapat kita sebut petani, menurut Liza Zamosky dalam bukunya yang berjudul *Farmers Then and Now: My Community Then and Now* (2007) adalah orang yang bekerja dalam bidang agrikultur dan menanam bahan pangan. Bukan hanya tanaman, produk hewani seperti susu, wool, dan daging juga merupakan hasil kerja dari seorang farmer. Sebelum ditemukannya alat yang mempermudah kegiatan bercocok tanam, semua pekerjaan dilakukan dengan tangan kosong. Kegiatan mencari kebutuhan pangan awalnya dimulai dengan berburu.

Dalam melakukan pekerjaannya, *farmers* menggunakan pakaian yang berbeda. Cukup sulit untuk menentukan waktu yang pasti tentang evolusi pakaian pekerja karena mereka lebih memilih pakaian secara fungsional dan berubah sedikit selama bertahun-tahun.



Gambar 2.29. Farmer pada Awal Abad ke-20
(http://www.uvm.edu/landscape/dating/farmers_clothing/index_files/image011.jpg)

Overalls atau yang memiliki nama lain *Dungarees* telah ada sejak 1792, dan awalnya digunakan sebagai pakaian pelindung untuk budak, petani dan buruh. Selain itu kain yang digunakan cukup murah dan tahan lama, karena itulah jenis pakaian ini populer dikalangan pekerja. Namun karena harganya murah, dijahit seadanya dan terbuat dari kain kasar, mereka membawa stigma akan status rendah. Pandangan ini berubah ketika perempuan mengadopsi dungarees selama Perang Dunia Pertama. Menjelang akhir tahun 40-an, mereka menjadi salah satu trend dan pada awal 50-an, memperoleh penerimaan yang lebih luas sebagai pakaian kasual. *Dungarees* sering digunakan sebagai pakaian anak-anak. (<http://thecourieronline.co.uk/a-history-of-the-dungarees/>)



Gambar 2.30. Dungarees Sebagai Fashion Item
(<http://images.nordickids.co.uk/images/products/1365547769-27937900.jpg>)

Terkenal untuk daya tahan dan kenyamanan mereka, pakaian terusan berpenutup telah menjadi maskot dalam pakaian pekerja manual. Terdiri celana reguler dan bagian penutup yang meliputi wilayah dada.

2.4.2. Trend Fashion Punk

Sharon M. Hannon pada bukunya *Punks: A Guide to an American Subculture* (2010) menyatakan pada kisaran tahun 1975-2009, berbagai mode dan gaya rambut punk telah menjadi trend. Masing-masing digerakkan oleh keinginan para *punk* untuk melawan aturan, untuk terlihat berbeda atau mengancam, dan secara bersamaan mengatakan "*we are not like you*" kepada budaya *mainstream* dan "*we belong*" kepada punk lainnya. Namun, dari waktu ke waktu setiap inkarnasi busana telah disesuaikan menuju budaya *mainstream*. Akibatnya, gaya punk baru terus timbul dan para punk mencoba bertahan untuk tetap berada di luar norma

Gaya punk awal yang dikembangkan bukan hanya sebagai oposisi komunitas penggemar disko yang menjamur di tahun 1970-an, tetapi juga untuk

komunitas *hippies* dengan rambut panjang mereka, pakaian berwarna cerah, *celana bell-bottom* dan sandal. Pakaian robek yang punk kenakan dihiasi dengan kata-kata seperti "*Anarchy*" dan "*Destroy*" yang sengaja dibuat provokatif. Diluar dari etos DIY dalam fesyen punk, ada variasi regional dalam tipe pakaian punk seperti *stocking* robek, kain tipis, gaun rusak, *coat*. Punk tampaknya ingin berdandan, diperhatikan, melanggar beberapa tabu dan bersenang-senang



Gambar 2.31. Contoh Pakaian *Punk*

(<http://i0.wp.com/malindaknowles.net/wp-content/uploads/2013/02/ashtonmichael2.jpg>)

Sejalan dengan dekade ketiga, sub-budaya punk tersegmentasi ke dalam banyak sub-budaya lainnya, dan sekarang beberapa golongan punk mengenakan pakaian tersendiri untuk mengidentifikasi keterikatan mereka dengan kelompok tertentu. Beberapa memasukkan unsur-unsur dari punk Inggris era 1970 atau *hardcore scene* 1980. Yang lainnya memakai celana *camouflage*, jaket yang dihiasi dengan tambalan, kata dan rompi rompi yang diberi hiasan metal. Salah

satu yang populer adalah *skate punk*, meliputi celana yang longgar, kaus bertudung (disebut *hoodies*), dan sepatu *skate*.

2.5. Warna

Dalam arti fisik, sebenarnya tak ada sesuatu yang bernama warna, hanya gelombang cahaya dengan panjang gelombang yang berbeda. Mata manusia dapat membedakan antara panjang gelombang ini, karena itu manusia memiliki kemampuan untuk melihat dunia dalam hiasan warna. Sinar cahaya memiliki getaran dengan kecepatan yang berbeda. Sensasi warna yang terjadi dalam otak adalah hasil dari respon penglihatan terhadap panjang gelombang yang berbeda. Berbagai sinar yang dapat mata kita lihat disebut *visible spectrum*. Dalam ruang yang lebih sempit, warna dapat diklasifikasi menjadi merah, jingga, kuning, hijau, biru, biru violet (yang ilmuwan sebut indigo/nila), dan ungu.

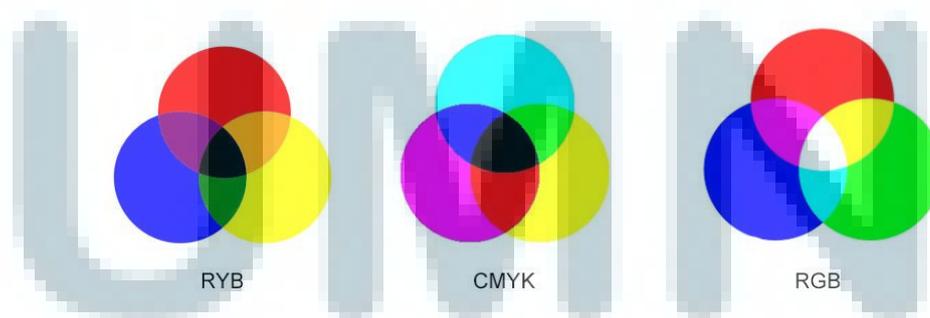
Visible spectrum adalah warna yang dapat dideteksi oleh mata manusia. Merah memiliki panjang gelombang terpanjang, sedangkan ungu memiliki gelombang terpendek. Cahaya yang terkandung dalam sinar cahaya namun tak terlihat oleh mata manusia adalah infra merah dan ultraviolet. Selain dalam *visible spectrum*, mata juga mengenali warna hitam dan putih. Putih mengandung semua warna dari spektrum dan terkadang digambarkan sebagai warna *achromatic*. Hitam adalah situasi tidak adanya warna (takada cahaya tampak yang mencapai mata). Kondisi dimana beberapa pigmen warna bersatuhanya akan memancarkan sedikit cahaya, sehingga mata manusia hanya bisa memproses warna hitam. Warna berasal dari cahaya, baik alami maupun buatan. Banyaknya cahaya datang mempengaruhi banyak warna yang terpantul. Sedikit cahaya memproduksi sedikit

warna atau bahkan tidak sama sekali. Cahaya yang kuat menghasilkan warna yang kuat.

2.5.1. Penggolongan Warna

Ada dua jenis warna dasar yaitu aditif dan subtraktif. Mata kita memiliki reseptor warna merah, hijau, dan biru (RGB). RGB adalah warna primer cahaya murni yang disebut sebagai warna primer aditif. Warna primer subtraktif terbuat dari cahaya yang dipantulkan, terbagi dalam dua jenis :*printer's primaries* yaitu cyan , magenta , dan kuning (CMY) , dan *artist's primaries* yaitu merah, kuning, dan biru (RYB). *Artist's primaries*, meskipun tidak bersifat ilmiah, sering digunakan sebagai dasar teori warna.

Desainer memanfaatkan seluruh dari tiga jenis warna primer. Warna yang dipilih untuk mengisi sebuah desain umumnya berasal dari RYB dan teori warna. Kemudian mereka menghasilkan bentuk digital pada layar komputer dalam susunan RGB, lalu beberapa desainer menerjemahkan desain kewujud tinta di atas kertas dengan CMY (ditambah K, atau hitam) untuk membentuk CMYK.



Gambar 2.32. Penggolongan Warna

(<http://teknonics.files.wordpress.com/2012/10/ryb-cmyk-rgb.jpg>)

Warna aditif tipe RGB adalah spektrum warna yang melambangkan kemungkinan kecerahan atau intensitas tertinggi. Ketika warna ini tumpang tindih, warna lain akan dihasilkan. Cahaya merah dan biru menghasilkan cyan, merah dan hijau menghasilkan kuning, hijau dan biru menghasilkan magenta. Bila ketiga primary aditif tumpang tindih, cahaya putih yang akan dihasilkan.

Warna subtraktif tipe CMY berwujud pigmen yang transparan. Semua objek memiliki properti fisik yang menyebabkan mereka menyerap beberapa gelombang warna dan memantulkan gelombang lainnya. Ketika diaplikasikan pada permukaan seperti kanvas atau kertas, warna memiliki karakteristik yang sama. Sensasi warna dihasilkan ketika permukaan objek menyerap semua gelombang kecuali gelombang warna yang mata tangkap. Warna yang ditangkap dari pantulan cahaya digolongkan menjadi tipe subtraktif. Ada dua set warna subtraktif - merah, kuning, biru (RYB) dan tinta transparan cyan, magenta, kuning (CMY). Dikombinasikan dengan warna hitam yang dikenal sebagai K, kita mendapatkan CMYK, atau proses empat warna. Dalam model CMY subtraktif, magenta dikombinasikan dengan kuning membentuk merah, kuning dan cyan membentuk hijau, cyan dan magenta membentuk violet (ungu). Ketika semua warna digabungkan, hitam tercipta.

Warna subtraktif tipe RYB disebut juga *opaque pigments*, merah digabungkan dengan kuning untuk menghasilkan oranye, merah dan biru menciptakan violet, biru dan kuning menghasilkan hijau. Ini adalah sistem warna dasar yang digunakan dalam kelas seni, bentuk dasar dari banyak teori warna. Seperti CMY, ketika semua warna RYB digabungkan akan menghasilkan hitam.

2.5.2. Sifat Warna

Deskripsi ilmiah warna yang juga disebut kolorimetri, melibatkan spesifikasi dari properti warna dalam system pengukuran subyektif maupun obyektif. Sistem subjektif menggambarkan warna dalam lingkup warna, saturasi, dan kecerahan (HSB), sedangkan sistem obyektif mengukur panjang gelombang dominan, kemurnian, dan pencahayaan warna.

Hue adalah nama umum dari warna untuk menunjukkan posisinya dalam *visible spectrum* atau dalam *color wheel*. Deskripsi sebuah *hue* dapat dibuat lebih akurat jika disandingkan dengan *hue* berikutnya (misalnya, warna biru tertentu mungkin lebih tepat jika disebut biru-hijau). Saturasi mengacu pada intensitas, kekuatan, kemurnian, atau *chroma* (absennya hitam, putih, atau abu-abu) dalam warna. Warna yang hidup (*vivid color*) memiliki saturasi tinggi atau penuh, sedangkan yang membosankan (*dull color*) yang memiliki saturasi rendah. Saturasi adalah ukuran kekayaan warna. Kecerahan atau *value*, adalah derajat relatif terang dan gelap warna, atau kualitas reflektif dan kecemerlangan. Secara sederhana, warna dapat disebut sesuai dengan terang (misalnya biru muda dan biru tua). Kecerahan warna diubah dengan campuran warna putih (untuk membentuk *tint*) atau dengan hitam (untuk membentuk *shade*) dalam porsi yang berbeda.



Gambar 2.33. Hue, Saturation, Brightness

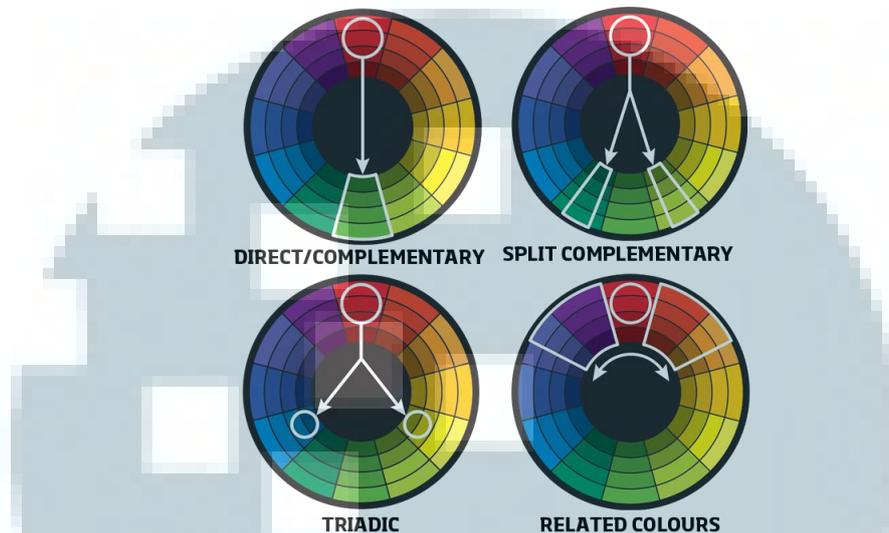
(http://3.bp.blogspot.com/-6GMld8fWw3c/TV1o2Ym515I/AAAAAAAAABk/PIarHm-lly0/s320/HUE_GRADATION.ai-01.png)

Bagan ini menunjukkan HSB. Baris atas menunjukkan variasi warna, barisan tengah adalah contoh dari urutan tingkat saturasi warna, dan baris bawah menunjukkan tingkat kecerahan.

Teori warna adalah seperangkat panduan yang dapat digunakan untuk membuat kombinasi warna yang harmonis. Ide-ide ini diwakili dalam berbagai diagram seperti *color wheel*. Diagram membantu desainer memahami interaksi warna dan kombinasi warna, Diagram *color wheel* menunjukkan warna murni serta *tints* dan *shades*. Diagram teori warna yang berbeda memiliki tujuan yang berbeda pula. Beberapa ada yang sederhana dan beberapa ada yang kompleks, tetapi semuanya adalah referensi yang berguna ketika memilih palet warna.

Ada enam konsep hubungan warna dasar yang dapat diterapkan. Warna komplementer adalah pasangan warna yang secara langsung saling berhadapan pada roda warna. Mereka mewakili hubungan yang paling kontras. Penggunaan

dua warna komplementer akan menyebabkan getaran visual dan merangsang mata.



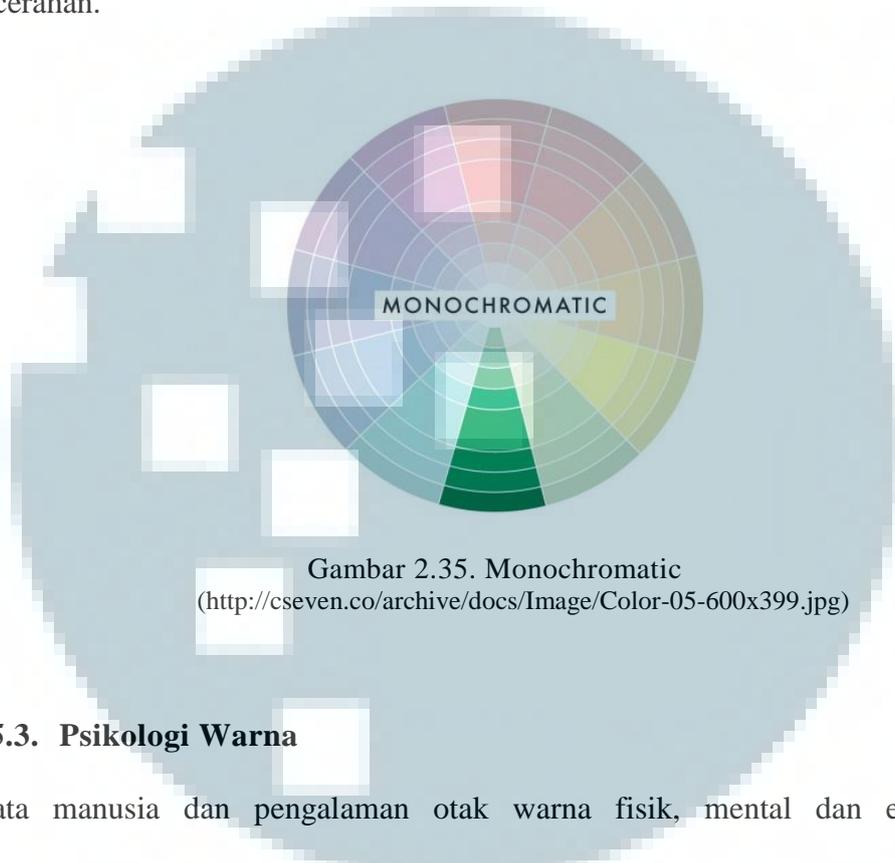
Gambar 2.34. Color Harmonies
(<http://www.zevendesign.com/wp-content/uploads/2011/03/types-of-harmony.png>)

Warna *split complementary* adalah skema tiga-warna dimana satu warna disertai oleh dua warna lain yang berjarak sama dari pelengkap warna pertama. Sedangkan *double complementary* adalah kombinasi dari dua pasang warna komplementer. Karena sifatnya yang meningkatkan intensitas satu sama lain, tidak semua set warna akan terlihat baik. Hindari penggunaan volume yang sama dari empat warna untuk membuat kombinasi tak terlalu mencolok.

Warna *analogous* adalah kombinasi dari dua atau lebih warna yang berjarak seimbang dari satu sama lain pada roda warna. Warna-warna ini memiliki panjang gelombang sinar cahaya yang sama, sehingga nyaman pada mata.

Triadic adalah kombinasi dari tiga warna yang terbagi secara merata pada *color wheel*. Triad yang menggunakan warna primer cenderung mencolok, tapi triad yang menggunakan warna sekunder dan tersier memberikan paduan yang

lebih lembut. *Monochromatic* adalah skema warna terdiri dari *shades* dan *tints* dari satu warna. Gunakan satu warna untuk mengeksplorasi berbagai saturasi dan kecerahan.



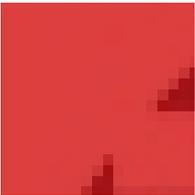
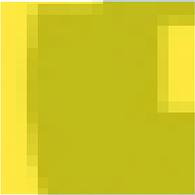
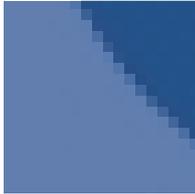
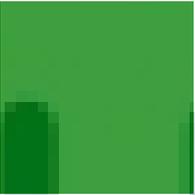
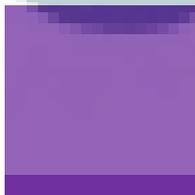
Gambar 2.35. Monochromatic
(<http://cseven.co/archive/docs/Image/Color-05-600x399.jpg>)

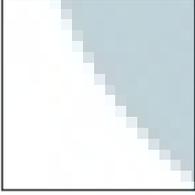
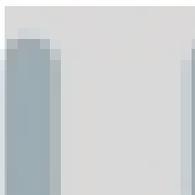
2.5.3. Psikologi Warna

Mata manusia dan pengalaman otak warna fisik, mental dan emosional. Akibatnya, warna memiliki makna sendiri. Simbolisme warna sering merupakan kesepakatan budaya, dan opini yang objektif tentang asosiasi bervariasi dan kadang-kadang bertentangan.

Terry Lee Stone dalam bukunya *Color Design Workbook : A Real World Guide to Using Color in Graphic Design* (2006) mengklasifikasi warna berdasarkan beberapa factor. Grafik indeks warna pada halaman berikut memberikan contoh makna warna, asosiasi, dan informasi anekdotal tentang warna. Pastikan untuk menyelidiki arti warna tertentu dan asosiasi sebelum menggunakannya dalam sebuah proyek desain.

Tabel 2.1. Warna dan Arti Psikologisnya

Warna	Asosiasi	Positif	Negatif
	Api Darah Sensualitas	Gairah Cinta Energi Antusiasme Panas Kegembiraan Darah Kekuatan	Agresi Kemarahan, Pertempuran, Revolusi Kekejaman Keabadian
	Sinar matahari	Akal Kebijaksanaan Optimisme Cahaya Sukacita Idealisme	Iri Pengecut Penipuan Peringatan
	Laut Langit	Pengetahuan Kesejukan Kedamaian Maskulinitas Loyalitas Kecerdasan Keadilan	Depresi Dingin Perpisahan Kejenuhan
	Tanaman Alam Lingkungan	Kesuburan Pertumbuhan Uang Penyembuhan Keberhasilan Alam Harmoni Kejujuran Masa muda	Keserakahan Iri Racun Korosi Rasa mual Ketidak pengalaman
	Spiritualitas Keagungan	Kemewahan Kebijaksanaan Imajenasi Mistis Bangsawan Kekayaan Jabatan	Kegilaan Kekejaman Berlebihan

	Musim gugur Jeruk	Kreatifitas Energi Semangat Stimulasi Sosialisasi Kesehatan Keunikan Aktifitas Menyegarkan	Kebisingan Kebodohan
	Malam Kematian	Kekuatan Kekuasaan Misteri Serius Formal Elegan Mandiri Martabat	Jahat Rahasia Penyesalan Duka Kekosongan Negatif Takut
	Kemurnian Cahaya	Kesempurnaan Pernikahan Kebersihan Kebajikan Ringan Kelembutan Kesucian Kesederhanaan Kebenaran	Kerapuhan Isolasi
	Netral	Keamanan Kedewasaan Keseimbangan Kesederhanaan Kepercayaan Kebijakan	Ketidakpastian Tak berkomitmen Tua Bosan Keraguan Kesedihan Kemurungan Kekeruhan

2.6. Manga

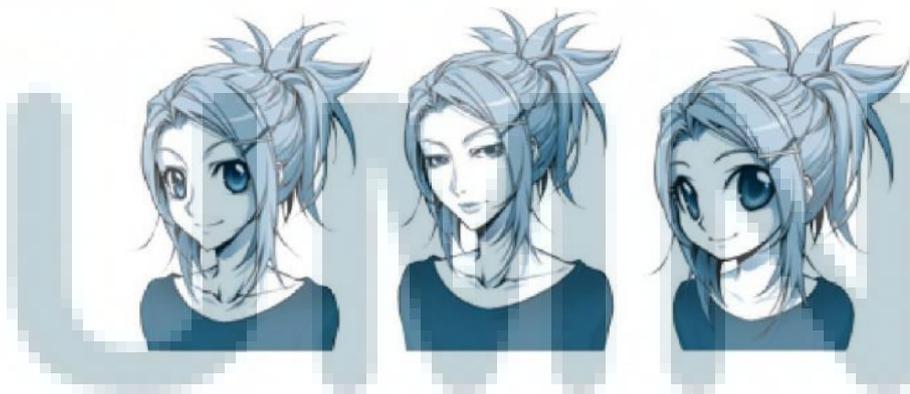
Dalam buku berjudul *Manga : An Anthology of Global and Cultural Perspectives*(2011), Toni Johnson-Woods mendefinisikan manga sebagai komik buatan Jepang. Selama dua dekade, manga telah berkembang dari sekedar gaya unik komik menjadi seni komik manga yang baru. Buku baru ini diterima secara internasional dengan baik. Manga pertamakali diterbitkan di luar Jepang sekitar tahun 1970. Aliran baru ini menambahkan panjangnya daftarevolusi komik yang “panjang dan rumit”. Bahkan tampaknya pernyataan seperti "manga adalah seni sekuensial" penuh dengan pengecualian seperti ; manga tidak selalu sekuensial (secara kronologis) dan beberapa mungkin berpendapat bahwa manga bukanlah seni. Manga adalah sebuah narasi visual dengan "sensibilitas " yang dapat dikenali. Istilah sensibilitas sendiri dengan sengaja dibuat sedikit rancu untuk menutupi banyaknya variasi dan mencakup elemen stereotip seperti mata berukuran besar, karakter berdagu lancip, yang banyak orang anggap sebagai lambang manga, gaya *Disneysque* dari Osamu Tezuka serta gaya realistis. Tidak semua manga terlihat sama dan tidak semua manga memiliki pandangan filosofis yang sama atau pembaca yang sama. Manga tidak sama dengan anime. Meskipun anime sering diadaptasi dari manga , keduanya tidak identik.

Dunia manga sangat berwarna-warni, beragam dan penuh dengan peluang tak terbatas. Setelah popularitas anime dan manga bertumbuh, mereka mulai merambah berbagai jenis media seperti serial televisi, film, video game, iklan, dan lainnya. Bob Berry dan Jeannie Lee dalam bukunya *The Art of Drawing Manga and Comic Book Characters* (2013) mendefinisikan manga (dibaca *mahn-gah*)

sebagai komik yang dibuat di Jepang, atau karya yang diciptakan oleh seniman Jepang dalam bahasa Jepang. Manga telah menjadi begitu beragam dan luas sehingga melahirkan sub-genre dalam dirinya

Beberapa seniman yang bukan berasal dari Jepang menyebut dirinya *mangaka*. *Mangaka* merupakan kata dalam bahasa Jepang untuk orang yang membuat manga. Walaupun istilah manga memiliki fleksibilitas untuk digunakan dalam kebiasaan ini, industri komik profesional menetapkan bahwa istilah manga khusus disediakan untuk komik yang diproduksi di Jepang. Di Amerika Serikat, istilah-istilah seperti “*Amerimanga*” dan “*Original English-Language*” manga (OEL) telah dikembangkan untuk merujuk pada komik yang memiliki pengaruh manga/gaya komik Jepang yang kuat tetapi tidak diproduksi di Jepang .

Dalam menggambar gaya manga, bukan hanya pakaian, rambut dan aksesoris saja yang mendefinisikan tampilan unik karakter, namun juga wajah dan atribut fisik lainnya. Perbedaan wajah dapat terlihat dramatis, namun desainer harus membayangkan variasi lebih halus dalam gambar.



Gambar 2.37. Contoh Variasi Karakter Manga
(Berry & Lee, 2013)

Gambar pertama merupakan contoh wajah karakter perempuan muda digambarkan dengan pipi ramping, leher ramping, serta mata besar yang energik. Perubahan pada gambar kedua menunjukkan desainer membuat mata lebih kecil, bentuk hidung yang lebih panjang, hidung lebih rinci dan bibir lebih penuh, desainer akan mendapatkan desain yang lebih matang ; karakter wanita dewasa dengan udara menawan dan menggoda, bukan kesan polos dan energik. Yang ketiga adalah gambar yang telah dimodifikasi dengan pakaian, rambut dan leher yang persis sama tapi bentuk wajah yang berubah. Mata besar, chubbier, wajah bulat, hidung dan mulut yang kecil. Ini memberikan tampilan seorang anak perempuan muda .

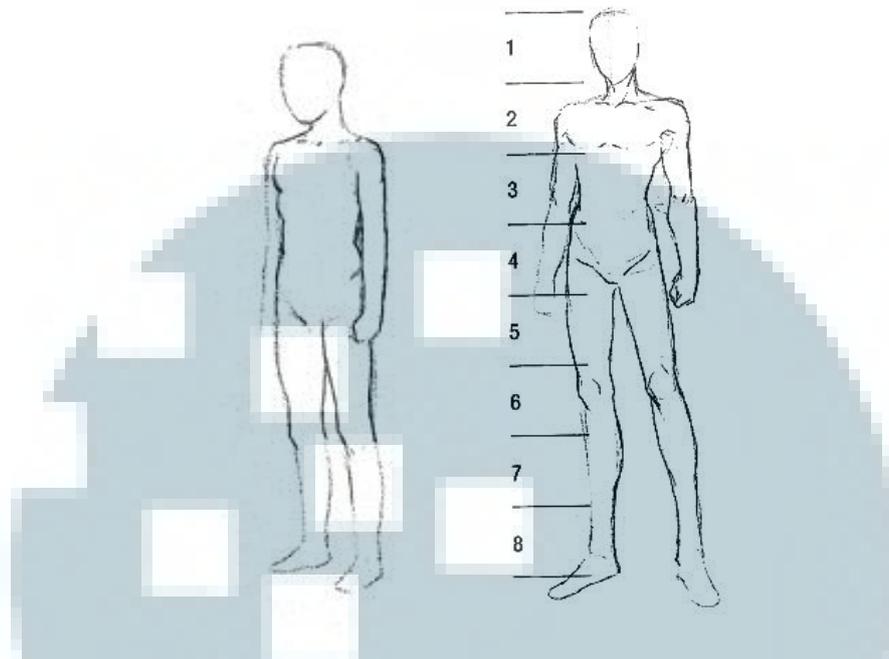
Ketika seorang desainer siap untuk merancang sebuah karakter manga, lebih baik dimulai dengan membuat turnaround sheet. *Turnaround sheet* atau disebut juga "*character turnaround*" adalah komposisi gambar dari sebuah karakter dari sudut tertentu. Character turnaround membantu desainer untuk menggambar karakter dari berbagai sudut dan bertindak sebagai sumber untuk desain karakter Anda. Ini adalah tahap dimana desainer melakukan semua konseptualisasi dan brainstorming tentang penampilan karakter .



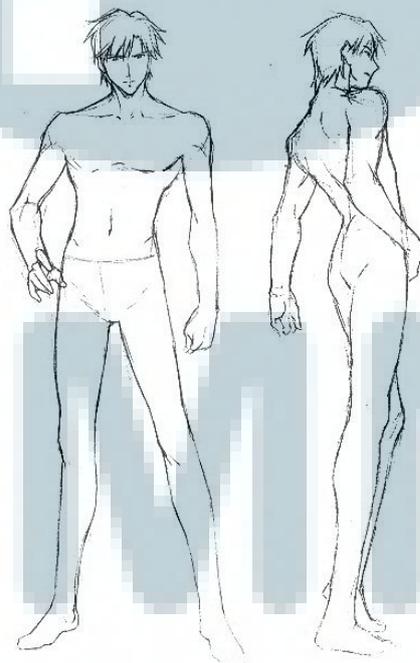
Gambar 2.38. Salah Satu Contoh *Character Turnaround Sheet* (Berry & Lee, 2013)

Proporsi tubuh dalam gaya manga sangat bervariasi. Tubuh manusia mirip satu sama lain dalam ukuran dan proporsi di kehidupan nyata, sementara ada banyak cara untuk menggambarkan tokoh dalam manga. Tidak ada istilah cara yang benar atau salah dalam menggambar karakter manga.

Hikaru Hayashi, Takehiko Matsumoto, dan Kazuaki Morita menjelaskan dalam buku *How to Draw Manga : Sketching Manga-Style* volume 1 (2005), bahwa penggambaran proporsi dalam gaya gambar manga dibagi dalam tipe yang sangat bervariasi. Umumnya ukuran menggunakan perbandingan *head-to-body ratio* untuk menciptakan berbagai macam ukuran karakter yang menimbulkan kesan berbeda.

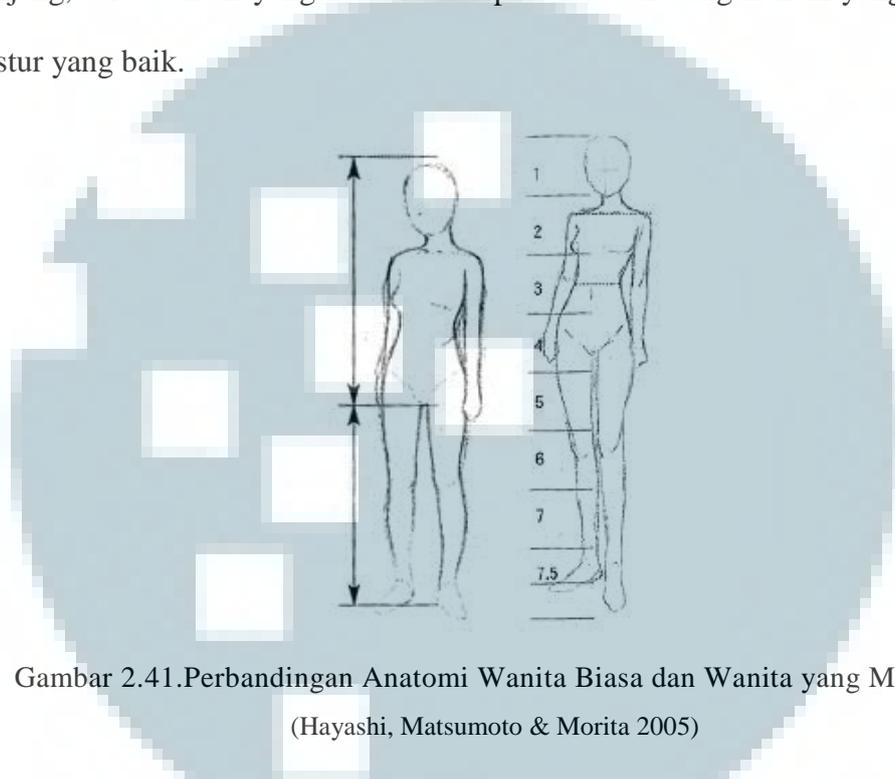


Gambar 2.39. Perbandingan Anatomi Pria Biasa dan Pria yang Menarik
(Hayashi, Matsumoto & Morita 2005)

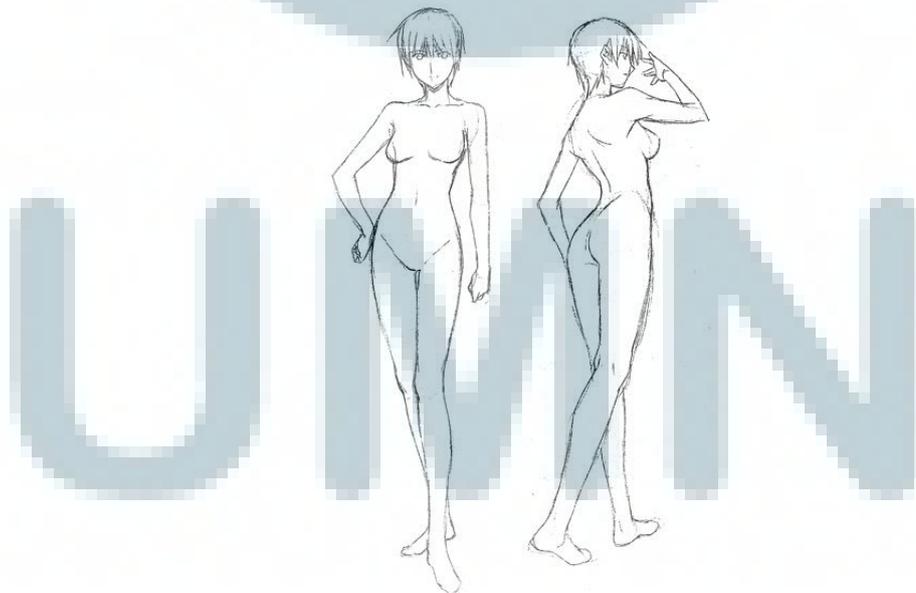


Gambar 2.40. Attractive Male Character
(Hayashi, Matsumoto & Morita 2005)

Ukuran yang digunakan Morita (2005) dalam menggambarkan sosok pria menarik adalah 8 *head-to-body ratio*. Tampilan bahu yang bidang, kaki yang panjang, serta bentuk yang kaku menampilkan sosok dengan fisik yang kuat dan postur yang baik.



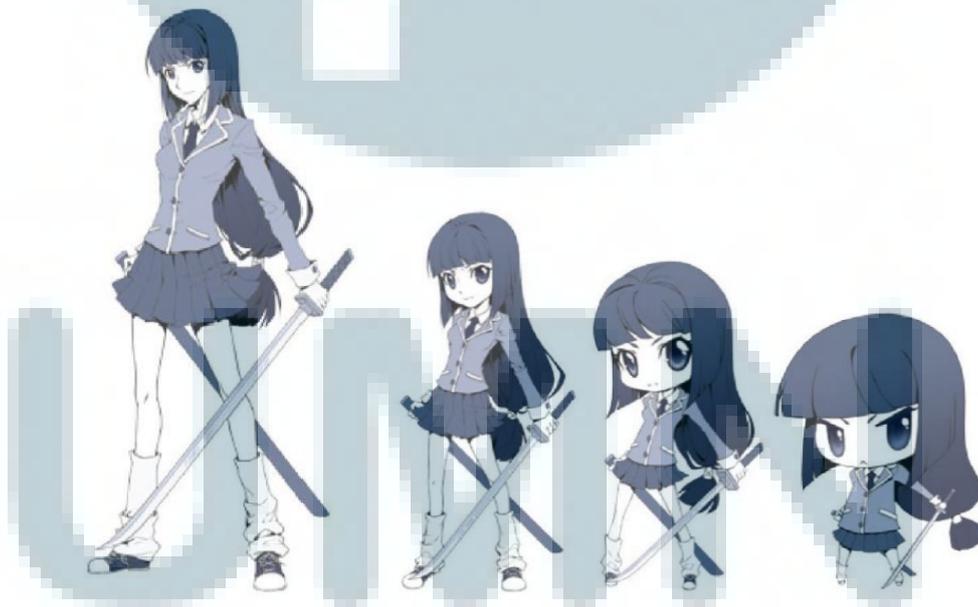
Gambar 2.41. Perbandingan Anatomi Wanita Biasa dan Wanita yang Menarik
(Hayashi, Matsumoto & Morita 2005)



Gambar 2.42. Attractive Female Character
(Hayashi, Matsumoto & Morita 2005)

Penggambaran karakter wanita dibuat dengan menonjolkan kurva pada tubuh wanita. Karakter digambar dengan 7 sampai dengan 7.5 *head-to-body ratio*. Berbeda dengan figure pria yang dibuat dengan menampilkan lekukan tulang, karakter wanita cenderung terkesan lembut dan supel. Penekanan pada bentuk pinggang memberikan kesan feminim. Mayoritas bagian tubuh diselimuti lemak yang membentuk, bukan tulang serta otot yang menonjol.

Salah satu tipe khas dari gaya gambar mana adalah karakter gaya chibi. Selain sebagai elemen gaya yang unik dalam manga dan anime, chibi yang juga dikenal dengan istilah "*Super Deformed*" (SD) ini adalah jenis karikatur Jepang dimana karakter yang terlalu disederhanakan dengan rincian berlebihan tertentu yang membuat mereka seperti anak kecil



Gambar 2.43. Normal, Detailed Chibi, Simple Chibi, Super Chibi
(Berry & Lee, 2013)

2.7. Target Audience

Estetika dapat didefinisikan sebagai filosofi berurusan dengan sifat dasar dari keindahan, seni, dan rasa. Estetika adalah hal pertama yang akan dilihat audiens pada sebuah desain karakter. Manusia adalah makhluk dengan ketertarikan pada hal yang menarik secara visual dan itu tidak berbeda dengan desain karakter. Ketika mereka melihat karakter yang menarik, orang-orang ingin tahu lebih banyak tentang karakter itu.

Tidak ada rumus pasti untuk membuat sebuah karakter tampak menarik bagi semua orang. Selera orang sangat bervariasi. Hal pertama yang seorang desainer pertimbangkan adalah target audiens. Jika desainer membuat karakter hanya untuk dirinya sendiri, maka hal yang akan dipertimbangkan adalah tentang apa yang desainer suka. Tetapi jika desainer mencoba untuk mempresentasikannya pada pihak lain, desainer harus mempertimbangkan preferensi orang lain yang akan melihat desain karakter tersebut. Salah satu yang harus diperhatikan ketika mendesain karakter adalah faktor usia dari audiens.

Bryan Tillman dalam bukunya *Creative Character Design* (2011) memecah kelompok umur sebagai berikut :

1. Usia 0–4 tahun

Karakter biasanya memiliki kepala dan mata yang sangat besar, tubuh pendek, warna terang, dan bentuk yang sederhana

2. Usia 5–8 tahun

Karakter masih memiliki kepala besa tapi tak sebesar karakter untuk kelompok usia 0-4. Mata mereka lebih kecil, warna-warna yang sedikit lebih diredam dan bentuk yang sedikit lebih rumit.

3. Usia 9–13 tahun

Karakter mulai menjauhi sederhanaan. Mereka menggunakan proporsi lebih bisa dipercaya dan terlihat lebih tepat. Warna-warna yang pakai lebih realistis dan memiliki detail lebih banyak.

4. Usia 14-18 tahun ke atas

Struktur karakter menyerupai yang kita lihat di dunia nyata. Mereka sangat proporsional. Warna-warna yang pergunakan lebih rumit, dan mereka memiliki jumlah detail paling banyak.

Faktor ini penting karena langsung mempengaruhi desain. Seorang desainer tidak ingin memberi terlalu banyak informasi pada pemirsa jika mereka tidak mampu memprosesnya. Sebagai contoh, desainer dapat melakukan perbandingan dari apa yang ditonton anak berumur 4 tahun dengan apa yang ditonton remaja berumur 14 tahun. Dapat dilihat bahwa program yang disaksikan remaja 14 tahun memiliki lebih banyak elemen untuk dilihat. Hal ini dikarenakan semakin tua seseorang, semakin banyak informasi yang dapat diproses oleh otak. Memang ada beberapa keadaan dimana pernyataan ini dianggap kurang tepat, tapi itu adalah aturan umum. Alasan lain untuk memperhatikan target audiens adalah karena tentunya desainer tidak ingin memasarkan karakter yang dibuatnya ke kelompok usia yang salah.



Gambar 2.44. Contoh Desain Karakter Untuk Usia 0 – 4 Tahun
(Tillman, 2011)

Secara visual, karakter ini sangat sederhana. Tidak ada banyak elemen dan informasi yang perlu diproses, hanya yang mendasar saja. Jika karakter ini dibagi, akan terlihat bahwa karakter berukuran dua kali dari ukuran kepalanya dengan kepala sebagai bagian terbesar dari karakter. Alasan penggunaan bentuk kepala besar dan mata besar adalah untuk membuat karakter terlihat lucu dan tidak mengancam.



Gambar 2.45. Contoh Desain Karakter Untuk Usia 5 – 8 Tahun
(http://beviacom.com/wp-content/uploads/2012/09/ourbrands_nickelodeon_13.jpg)

Dapat dilihat desain karakter untuk usia 5 – 8 tahun telah berubah sedikit. Perubahan yang dilakukan tidak terlalu drastis namun tetap dapat terlihat. Ukuran kepala menjadi sedikit lebih realistis. Meskipun karakter masih memiliki

kepala besardibandingkan dengan tubuh. Detail yang di pakai menjadi sedikit lebih jelas.Jadi kita bisa melihat beberapa hal yang menentukan ciri karakter. Penggunaan warna juga sedikit lebih berani dan bervariasi.



Gambar 2.46. Contoh Desain Karakter Untuk Usia 9 – 13 Tahun
(http://www.comicmix.com/media/2007/05/31/teen_titans.jpg)

Gambar di atas adalah contoh desain karakter untuk audiens berusia 9 - 13 tahun. Semuanya mengalami perubahan. Anak-anak usia ini sedang mencari tahu tentang dunia di sekitar mereka, dan mereka ingin tahu tentang segala macam hal. Pada titik ini mereka harus memiliki mental yang kapasitas untuk mengerti dan memahami apa yang diberikan pada mereka. Desain telah berubah untuk mengakomodasi tingkat kedewasaan. Garis, detail dan warna menjadi lebih kompleks. Desainer harus memahami bahwa kelompok usia ini sedang dalam perjalanan mereka untuk menjadi dewasa dan tidak ingin diperlakukan seperti anak-anak lagi.



Gambar 2.47. Contoh Desain Karakter Untuk Usia 14 – 18 Tahun ke Atas
(http://www.rpgfan.com/pics/Magna_Carta_2/art-003.jpg)

Dapat dilihat bahwa desain karakter untuk kelompok usia 14 – 18 tahun ke atas memiliki kemiripan dengan kelompok sebelumnya, namun dengan detail dan variasi yang jauh lebih mendalam. Audiens dengan rentang usia 14 – 18 tahun ke atas memiliki pemahaman yang layak tentang apa yang terjadi di sekitar mereka, jadi mereka menginginkan sesuatu yang menyerupai apa yang mereka lihat, apakah itu fantasi, sci - fi, horor, atau apa pun. Desain karakter harus berakar dalam realitas sebanyak mungkin.

Faktor penting yang harus diperhatikan saat mendesain sebuah karakter adalah kelompok usia tertentu ingin mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan apa yang mereka cari pada. Sebagai seorang desainer, hal itu dapat disampaikan dengan menentukan bagaimana karakter terlihat. Karena itulah karakter yang ditujukan pada kelompok usia muda dibuat seperti anak kecil dan untuk usia yang lebih tua dibuat lebih dewasa.