



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

Menurut Chong (2008), pengertian animasi itu tidak secara pasti dapat diartikan dengan mudah seperti yang tertulis dalam berbagai teks yang sudah ada. Beliau menyatakan bahwa animasi dapat didefinisikan sebagai sebuah proses terciptanya ilusi gerakan yang mempresentasikan urutan gambar secara cepat kepada penontonnya (hlm. 7).

Kemudian, menurut Beane (2012), animasi 3D merupakan segala macam produk industri yang menggunakan komputer animasi 3D. Sebelumnya, 3D sudah lama ditemukan di bidang film, animasi, dan video game. Namun, semua itu dianggap tidak berguna. Akan tetapi, di zaman sekarang ini, obyek-obyek 3D semakin banyak digunakan di berbagai bidang (hlm. 1).

2.2. Karakter

Perancangan sebuah karakter merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah animasi. Menurut Brunelle (2006), karakter sebuah animasi itu merupakan sesuatu obyek yang fiktif yang dihasilkan melalui imajinasi atau kenyataan dari pembuatnya untuk menggerakkan sebuah cerita (hlm. 72).

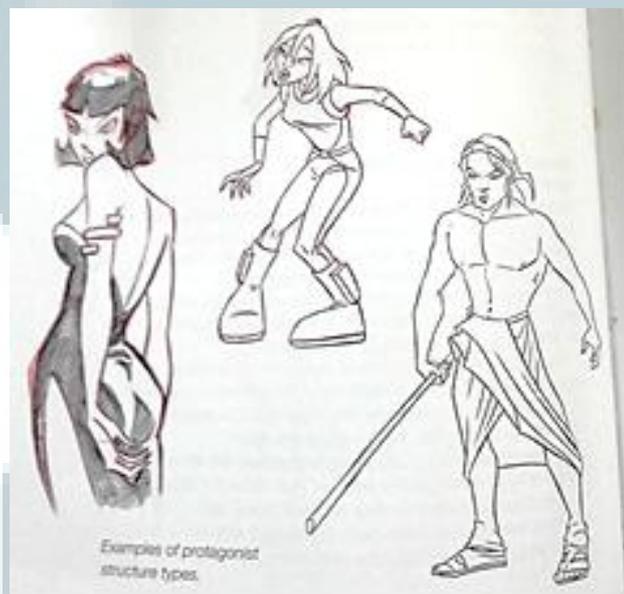
Selain itu, Woodcock (2010) juga menambahkan bahwa sebuah karakter tidak dapat disebut karakter tanpa adanya personality atau kepribadian. Kepribadian tersebut dapat ditunjukkan melalui *action* dari karakter itu sendiri, sehingga penonton akan tertarik untuk melihatnya (hlm. 68).

2.2.1. Tipe Karakter

Brunelle (2006) menjelaskan bahwa sangat penting bagi desainer karakter untuk memberikan kepribadian, karakteristik, dan temperatur pada karakter yang diciptakannya. Untuk memberikan ketiga elemen tersebut, maka seorang desainer harus membuat dan mengeksplorasi beberapa tipe karakter berdasarkan penampilannya (hlm. 73). Beliau juga menambahkan bahwa ada beberapa tipe karakter yang biasanya dijumpai dalam sebuah cerita, antara lain sebagai berikut.

1. *The Protagonist*

Karakter protagonis merupakan karakter utama yang akan membawa alur cerita. Karakter ini harus memiliki karisma karena akan menarik perhatian penonton ketika sebuah cerita telah dimulai (hlm. 74).



Gambar 2.1. Contoh Gambar Karakter Protagonis.
(Brunelle, 2006)

2. *The Villain*

The villain atau karakter jahat ini merupakan salah satu karakter yang penting. Karakter ini memiliki tujuan yang berlawanan dengan karakter utama,

sehingga akan berperan sebagai penghambat karakter utama dalam mencapai tujuannya. Akan tetapi, ada juga beberapa cerita yang menciptakan karakter jahat yang memiliki tujuan yang sama dengan tokoh utamanya, sehingga mereka akan saling bersaing untuk mendapatkan tujuan itu (hlm. 75).



Gambar 2.2. Contoh Gambar Karakter *The Villain*.
(Brunelle, 2006)

3. *The Heroic Character*

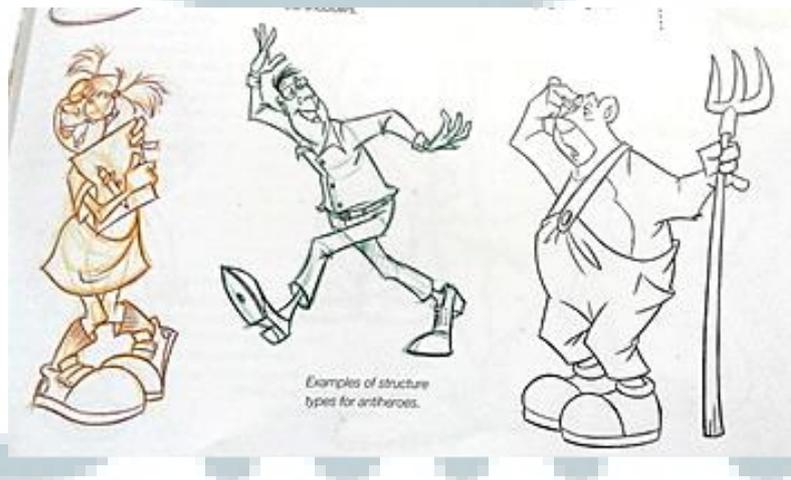
Karakter ini merupakan karakter protagonis yang positif dan selalu melawan apapun yang negatif. Hal ini membuat penonton terkesima dengan kekuatan, kecerdasan, atau keberaniannya (hlm. 76).



Gambar 2.3. Contoh Gambar *The Heroic Character*.
(Brunelle, 2006)

4. *The Antihero*

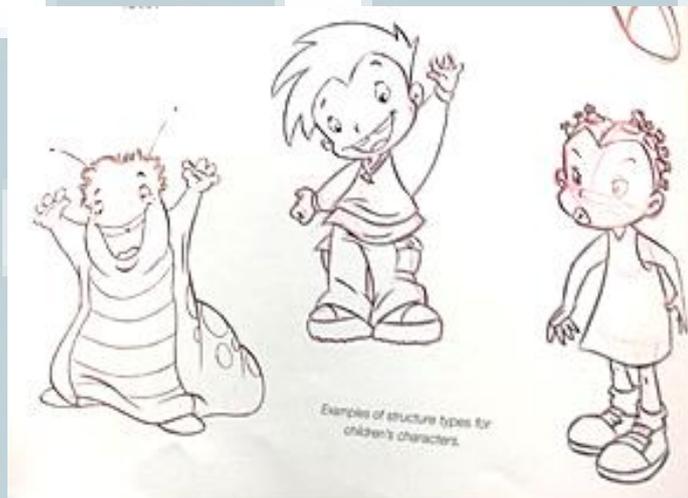
The Antihero merupakan karakter pembantu atau secondary character. Karakter ini tidak memiliki kecerdasan, keberanian, ataupun penampilan semenarik karakter utama, sehingga tidak terlalu menonjol (hlm. 77).



Gambar 2.4. Contoh Gambar Karakter *The Antihero*.
(Brunelle, 2006)

5. *Children's Character*

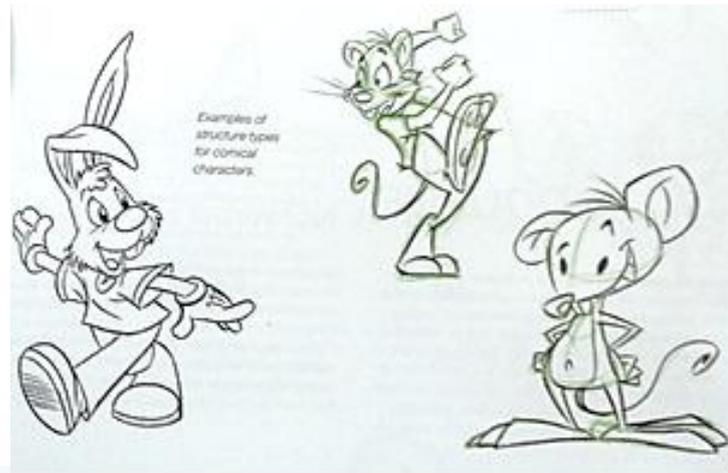
Pada umumnya, *children's character* merupakan karakter protagonis yang memiliki kecerdasan dan keramahan yang melebihi kekuatan mereka. Karakter ini cenderung baik dan *extrovert*, sehingga mudah menjadikan lawannya sebagai teman. Kebaikan inilah yang menjadikan karakter ini memiliki karisma yang dapat mempengaruhi penontonnya, terutama anak-anak (hlm. 78).



Gambar 2.5. Contoh Gambar *Children's Character*.
(Brunelle, 2006)

6. *The Comical Character*

Karakter seperti ini biasanya muncul hampir di setiap kartun animasi. Karakter ini akan muncul secara tidak terduga sebagai bagian dari parodi cerita yang akan menarik perhatian penonton. Akan tetapi, perhatian tersebut tidak akan berlangsung lama, dan akan segera ditutupi oleh karakter utama. Selain itu, karakter ini dapat berada di pihak baik atau jahat (hlm. 79).



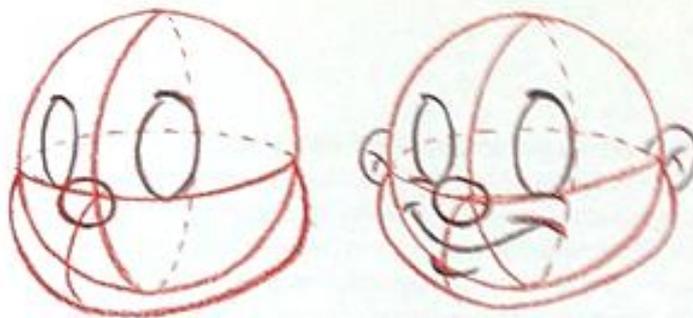
Gambar 2.6. Contoh Gambar *The Comical Character*.
(Brunelle, 2006)

2.3. Membangun Karakter

Menurut Brunelle (2006), ada dua tahap untuk membangun sebuah karakter, antara lain sebagai berikut (hlm. 62).

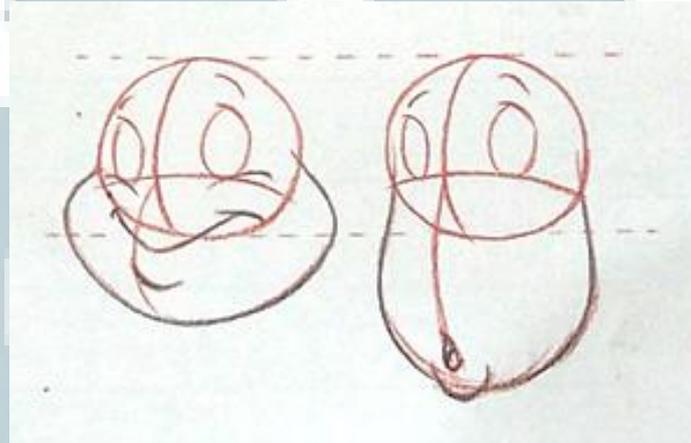
1. Membuat Kepala Karakter

Untuk membuat sebuah karakter, terlebih dahulu harus membuat kepalanya. Dalam membangun sebuah kepala karakter tersebut, diperlukan struktur kerangka kepala dengan mempertimbangkan volume kepala tersebut (hlm. 62).



Gambar 2.7. Contoh Struktur Kerangka Kepala.
(Brunelle, 2006)

Bentuk dasar selanjutnya adalah rahang. Pembentukan rahang ini akan menentukan karakteristik karakter tersebut. Dengan membentuk rahang yang pendek akan membuat karakter tersebut tampak seperti karakter yang baik, sedangkan jika rahang yang dibentuk agak memanjang, akan membentuk karakter yang besar dan keras (hlm. 63).

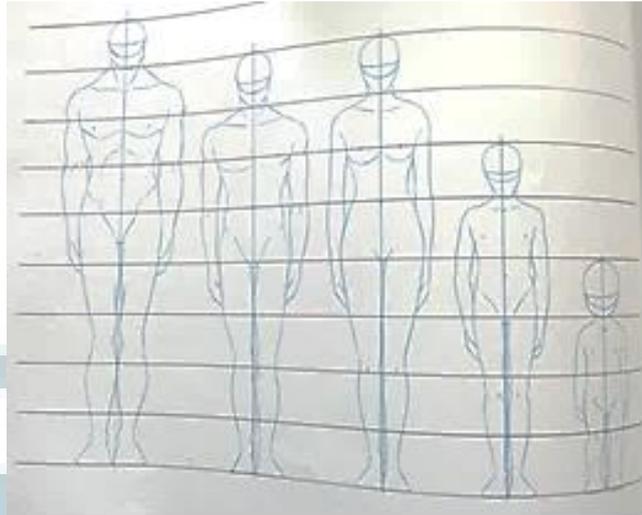


Gambar 2.8. Contoh Struktur Rahang.
(Brunelle, 2006)

Brunelle (2006) juga menambahkan bahwa kekuatan animasi terletak pada area kepala. Oleh karena itu, perbedaan antara kerangka kepala dan rahang harus benar-benar dipahami. Kerangka kepala memiliki struktur yang keras dan padat, sedangkan rahang lebih lentur (hlm. 63).

2. Membuat Badan Karakter

Brunelle (2006) menjelaskan bahwa untuk membuat badan karakter, dapat menggunakan formula klasik. Pada formula klasik, proporsi tubuh manusia dewasa meliputi 8 kepala, 4 dan 6 kepala untuk anak-anak dan remaja, serta 9 kepala untuk *heroic character* (hlm. 64).



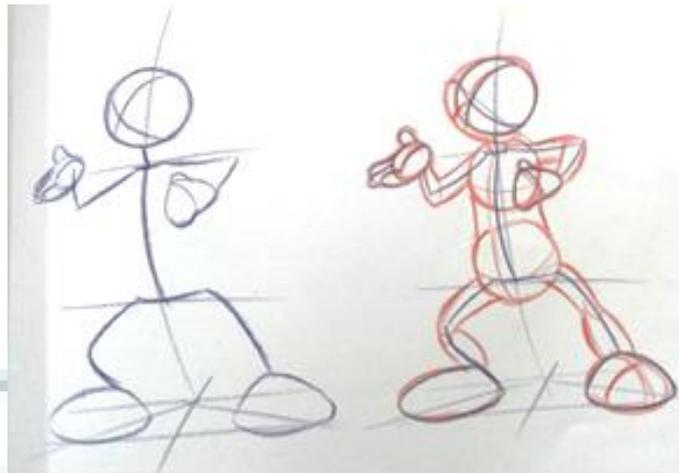
Gambar 2.9. Proporsi Tubuh Manusia pada Formula Klasik.
(Brunelle, 2006)

Selain itu, dapat juga menggunakan oval sebagai bentuk dasar untuk membentuk badan, paha, kaki, jari dan tangan. Setiap struktur yang terbentuk, akan menghasilkan karakteristik yang berbeda-beda untuk setiap karakter yang dibuat (hlm. 65).



Gambar 2.10. Bentuk Oval dapat Digunakan Sebagai Kerangka Dasar.
(Brunelle, 2006)

Kemudian, untuk menyatukan bentuk oval yang sudah dibuat itu, dapat juga menggunakan kerangka tulang manusia, sehingga oval-oval tersebut dapat disesuaikan dengan ukuran yang ditentukan (hlm. 65).



Gambar 2.11. Kerangka Tulang Manusia Dapat Digunakan Sebagai Acuan Pembentukan Karakter.
(Brunelle, 2006)

2.4. *Tridimensional-character*

Menurut Egri (2009), sebelum membentuk sebuah karakter, sebaiknya tentukan *tridimensional-character* terlebih dahulu (hlm. 33). *Tridimensional-character* tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Fisiologi (*Physiology*)

Dimensi fisiologi ini merupakan dimensi yang paling mudah ditemui. Setiap benda pasti memiliki bentuk fisik yang dapat dilihat. Bentuk fisiologi tersebut memberikan warna pada penampilan, sehingga mempengaruhi identitas sebuah benda (hlm. 33). Egri (2009) juga menjelaskan bahwa dimensi fisiologi ini mencakup antara lain sebagai berikut.

- a. *Sex*.
- b. Umur.
- c. Tinggi dan berat.
- d. Warna rambut, mata, dan kulit.
- e. Postur tubuh karakter.

- f. Penampilan, yang mencakup *good-looking*, terlalu tinggi atau pendek, bersih, penampilan yang berantakan, dan lain sebagainya.
- g. Cacat fisik, yang mencakup normal atau abnormal, tanda lahir, penyakit bawaan, dan lain sebagainya.
- h. Keturunan.

2. Sosiologi (*Sociology*)

Dimensi sosiologi merupakan dimensi dimana sebuah kualitas sosial sebuah karakter ditentukan. Jika sebuah karakter tersebut lahir di tempat yang kotor, tentunya akan memiliki reaksi yang berbeda dengan karakter yang hidup di tempat yang mewah. Keadaan kondisi keluarga pun akan mempengaruhi kondisi sebuah karakter (hlm. 33). Egri (2009) menambahkan bahwa dimensi sosiologi ini mencakup antara lain sebagai berikut.

- a. Kelas sosial, yang mencakup kelas bawah, tengah, atau atas.
- b. Pekerjaan, yang mencakup jenis pekerjaan, waktu kerja, pendapatan, kondisi pekerjaan, kelakuan terhadap organisasi, dan lain sebagainya.
- c. Pendidikan, yang mencakup tingkat pendidikan, jenis sekolah, mata pelajaran yang disukai, dan lain sebagainya.
- d. Kehidupan sehari-hari, yang mencakup kehidupan orang tua, merupakan anak yatim atau tidak, perceraian orang tua, status karakter, dan lain sebagainya.
- e. Agama, suku atau ras, serta kependudukan.
- f. Kontak sosial: merupakan ketua atau anggota dalam sebuah organisasi.
- g. Hubungan politik.

3. Psikologi (*Psychology*)

Dimensi psikologi ini merupakan gabungan dari dimensi fisiologi dan sosiologi. Pada dimensi ini, sebuah karakter akan menggabungkan keadaan fisik dan sosialnya, sehingga membentuk ambisi hidup, tingkat *stress*, kelakuan sehari-hari, dan lain sebagainya. (hlm. 34). Dimensi ini mencakup antara lain sebagai berikut.

- a. Standar moral.
- b. Ambisi.
- c. Tingkat frustrasi atau kekecewaan.
- d. Kelakuan terhadap kehidupan, mencakup mudah menyerah, tegas, tidak mau kalah, dan lain sebagainya.
- e. *Temperament*, mencakup *choleric*, *easygoing*, pesimis, optimis, dan lain sebagainya.
- f. *IQ*.
- g. *Extrovert*, *introvert*, *ambivert*.
- h. Kemampuan, dapat mencakup bahasa yang dikuasai atau talenta yang dimiliki.

2.5. *Stylized Character*

Maestri (2009) mengatakan bahwa dengan membuat *stylized character* ini dapat menghindari bagian-bagian realis tertentu yang biasanya menjadi masalah dalam pembuatan sebuah karakter. Selain itu, dengan menggunakan gaya karakter seperti ini, dapat menyakinkan penonton dalam pergerakan dan ekspresi karakter yang tidak realis (hlm. 9). Hal tersebut akan memberikan keuntungan bagi desainernya

dalam membuat sebuah karakter. Salah satu contoh dari *stylized character* ini adalah karakter dengan gaya kartun (*cartoon style*) atau *chibi*.



Gambar 2.12. Contoh *Stylized Character*.
(Maestri, 2006)

2.5.1. Chibi

Menurut Hernandez (2005), *chibi* atau yang biasa disebut sebagai *super deformed* merupakan karakter yang memiliki ciri-ciri berkepala besar dan berbadan kecil. Biasanya karakter *chibi* digunakan untuk adegan yang lucu, memberikan komentar yang masam, atau untuk karakter yang memiliki reaksi yang ekstrim (hlm. 70).



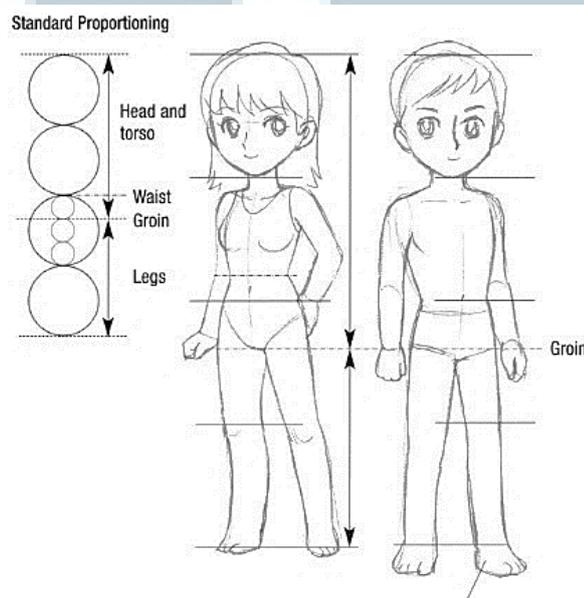
Gambar 2.13. *Chibi*

(http://th07.deviantart.net/fs70/PRE/i/2013/357/e/c/chibi_commissions_by_runawaywithyou-d6z13uf.png)

Selain itu, Hayashi (2010) juga menambahkan bahwa proporsi *chibi* dengan kepala yang cenderung lebih besar ini membuat penampilan karakter *chibi* tersebut tampak seperti anak-anak (*childlike*) dan terlihat lucu (hlm. 8). Proporsi *chibi* pada umumnya menggunakan rasio yang berkisar antara 1 banding 4 (1:4) hingga 1 banding 2 (1:2) kepala.

1. Rasio 1:4

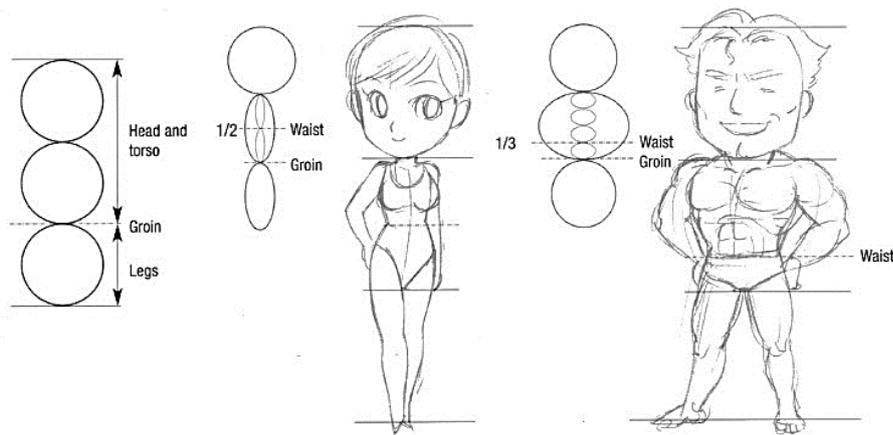
Rasio 1:4 ini biasanya digunakan dalam pembuatan karakter untuk *jido manga* (*manga* atau komik yang ditujukan kepada remaja). Oleh karena itu, rasio ini sangat cocok untuk karakter anak SD hingga SMP (hlm. 8).



Gambar 2.14. Struktur Karakter *Chibi* Dengan Rasio 1:4.
(Hayashi, 2010)

2. Rasio 1:3

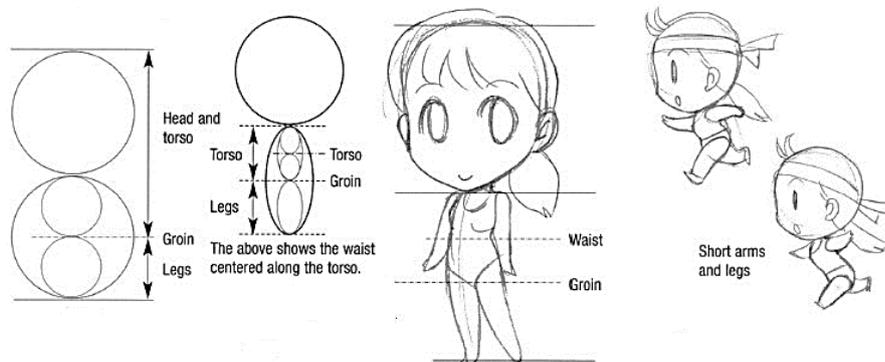
Proporsi ini sering digunakan dalam berbagai *genre*, mulai dari *cutout*, buku, majalah ilustrasi, hingga *manga* (hlm. 8).



Gambar 2.15. Proporsi Karakter *Chibi* Dengan Rasio 1:3.
(Hayashi, 2010)

3. Rasio 1:2

Karakter *chibi* dengan rasio ini sering kali digunakan untuk karakter dalam pemasaran yang mewakili produk yang ada, karakter dalam *cut-out frame*, dan lain sebagainya.



Gambar 2.16. Proporsi Karakter *Chibi* Dengan Rasio 1:2
(Hayashi, 2010)

2.6. *Fantasy Character*

Menurut Peffer (2007), fantasi merupakan salah satu *genre* yang paling menyenangkan untuk digambar karena dalam dunia fantasi tidak memiliki aturan-aturan tertentu, sehingga segala hal menjadi mungkin. Selain itu, Beliau juga

menambahkan bahwa karakter fantasi yang berbentuk manusia merupakan salah satu karakter yang menarik dalam pembuatan *visual story-telling*. Hal tersebut dikarenakan karakter yang berbentuk manusia dapat menunjukkan segala sesuatu melalui ekspresi wajah dan postur tubuhnya (hlm. 8).

2.7. Gaya Pakaian

Untuk mendesain pakaian yang dikenakan oleh karakter yang dibuat, penulis menggunakan referensi gaya pakaian yang digunakan oleh kaisar dan permaisuri yang berasal dari negara Tiongkok. Menurut Mei (2004), pakaian kaisar tersebut disebut juga dengan *mianfu* atau *dragon robe* (hlm. 15).



Gambar 2.17. Contoh *Mianfu* yang Digunakan Oleh Kaisar.
(Mei, 2004)

Mianfu merupakan satu set pakaian yang digunakan kaisar yang terdiri dari jubah bagian atas dan bawah yang dihubungkan dengan ikat pinggang, serta *mianguan*, sejenis mahkota yang biasa dipakai kaisar. Biasanya, pakaian kaisar menggunakan warna kuning dengan motif naga (hlm. 16).



Gambar 2.18. Pakaian Kaisar yang Berwarna Kuning.
(Mei, 2004)

Selain itu, pakaian yang biasanya digunakan oleh permaisuri selama periode 5 dinasti (dinasti *Zhou*, *Qin*, *Han*, *Tang* dan *Qing*) menggunakan jubah yang panjang dengan lengan pakaian yang melebar serta mahkota yang berhiaskan burung *phoenix*.



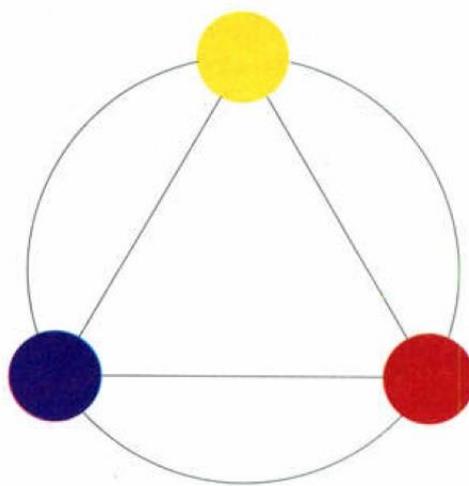
Gambar 2.19. Pakaian Permaisuri.
(Mei, 2004)

2.8. Teori Warna

Menurut Edwards (2004), untuk memahami warna, terlebih dahulu harus mengidentifikasi 3 dasar set warna yang membentuk 12 *hue color wheel*, yaitu warna primer, sekunder dan tersier (hlm. 21)

1. *The Three Primary Colors*

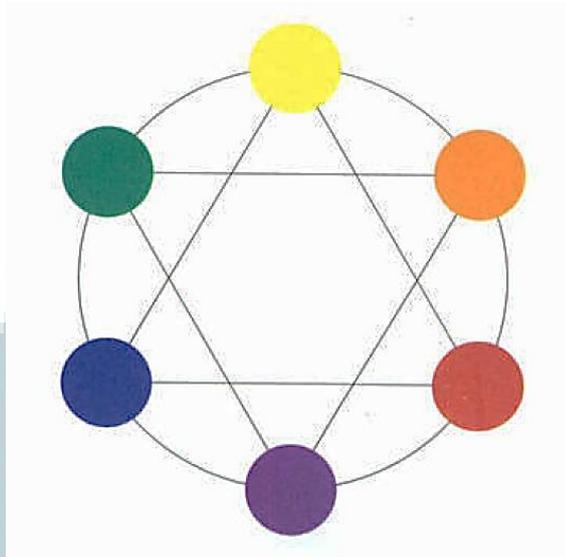
Warna primer ini terdiri dari 3 warna, yaitu kuning, merah, dan biru. Warna tersebut disebut sebagai warna primer karena untuk membuat suatu desain, harus memiliki ketiga warna tersebut.



Gambar 2.20. *Three Primary Colors.*
(Edwards, 2004)

2. *The Three Secondary Colors*

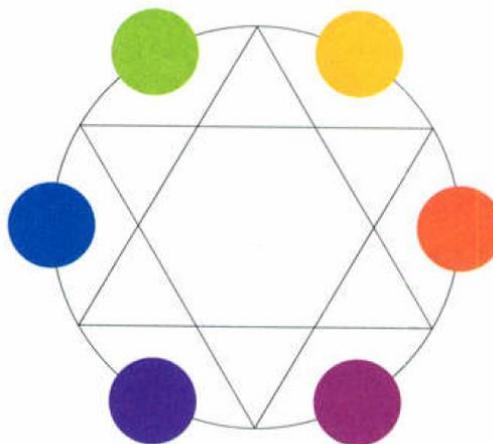
Warna sekunder ini terdiri dari *orange*, *violet*, dan hijau. Warna-warna ini disebut sebagai warna sekunder karena warna-warna tersebut tercipta dari pencampuran 2 warna primer, misalnya *orange* berasal dari pencampuran antara merah dan kuning, *violet* berasal dari merah dan biru, sedangkan hijau berasal dari biru dan kuning.



Gambar 2.21. *The Secondary Colors.*
(Edwards, 2004)

3. *The Six Tertiary Colors*

Warna tersier ini merupakan generasi ketiga dari *hue* (warna). Warna-warna ini terbentuk dari kombinasi antara warna primer dan sekunder. Penamaan untuk warna tersier ini ditulis dengan tanda penghubung yang menunjukkan dua warna sumbernya, misalnya *yellow-orange*, *red-orange*, *red-violet*, *blue-violet*, *blue-green*, dan *yellow-green*.



Gambar 2.22. *The Six Tertiary Colors.*
(Edwards, 2004)

2.8.1. Psikologi Warna

Menurut Edwards (2004), setiap warna yang terbentuk memiliki arti yang berkaitan dengan psikologi dan emosi dari warna itu sendiri (hlm. 173).

1. Kuning

Menurut Edwards (2004), kuning merupakan salah satu warna yang paling ambigu, dimana kuning merupakan warna cahaya matahari, emas dan kebahagiaan. Di sisi lain, dalam sisi negatifnya, warna kuning juga dapat diartikan sebagai warna yang bersifat memalukan, kecemburuan, kebohongan, pengkhianatan, atau penakut (hlm. 178).

2. Biru

Edwards (2004) mengatakan bahwa biru merupakan warna yang tenang dan murni seperti halnya sebuah laut yang menenangkan. Selain itu, biru juga berkonotasi dengan kesedihan, melankolis, dan lamunan (hlm. 180).

3. Merah

Ambroce (2005) menjelaskan bahwa merah merupakan warna yang mencerminkan kemarahan, berbahaya, atau darah. Selain itu, merah itu sendiri juga merupakan warna yang menarik, dinamis, dan enerjik (hlm. 108).

Kemudian, Fraser (2004) juga menambahkan bahwa merah merupakan warna yang mencerminkan keberanian fisik, kekuatan, kehangatan, kejantanan, ketegangan, dan penuh tantangan (hlm. 49).

4. Pastel

Menurut Ambroce (2005), warna pastel merupakan warna yang lembut dimana dapat mengekspresikan kepolosan remaja, kekanak-kanakan, kerentanan, dan romansa (hlm. 27).

5. *Pink*

Ambroce (2005), menjelaskan bahwa *pink* merupakan warna yang hangat, menarik, menyenangkan, dan feminim. Warna ini juga berkaitan erat dengan cinta, romansa, dan kehidupan yang sehat (hlm. 110).

6. *Orange*

Menurut Ambroce (2005), *orange* merupakan salah satu warna yang panas dimana dapat mencerminkan sesuatu yang *extrovert*, lucu, dan menarik perhatian khususnya pada anak-anak dan remaja (hlm. 112).

