



### **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. Media Interaktif

Hofstetter (seperti dikutip oleh Sarwiko, 2009) mendefinisikan media interaktif sebagai pemanfaatan komputer untuk menggabungkan teks, grafik, audio, dan gambar bergerak (video dan animasi) menjadi satu kesatuan dengan *link* dan *tool* yang tepat sehingga memungkinkan pengguna melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi. Media interaktif memiliki unsur audio-visual (termasuk animasi) dan disebut interaktif karena media ini melibatkan respon pemakai secara aktif (hlm. 3).

##### 2.1.1. Visual Novel

Gaya grafis yang berdasarkan pada *anime* secara mendalam telah memengaruhi industri *game* Jepang dari awal (Cavallaro, 2010). Hal ini sebagiannya disebabkan karena berlawanan dengan rekan-rekan mereka di barat pada masa itu, banyak *developer game* Jepang mendapat keuntungan dari belajar di perkuliahan seni dan desain dibandingkan dengan *programming* komputer, dan memulai karir sebagai ilustrator *anime* dan *manga* (hlm. 7).

Menurut Cavallaro, sejak dulu, persilangan antara *anime* dan *videogame* secara besar dipengaruhi oleh faktor komersial. Meskipun *game-game* di Jepang awalnya menyebut *anime* sebagai sumber inspirasi yang lebih unggul, *game* kemudian berubah dari hanya sekedar *spin-off* menjadi aspek yang mampu berdiri

sendiri. Pada pertengahan tahun 1990, beberapa seniman berpindah dari animasi televisi ke desain *game*.

Cavallaro menuliskan bahwa pengaruh *Anime* sekarang ada dimana-mana dan memasuki desain-desain dari perusahaan *game* barat. konsumen dari barat juga menjadi lebih responsif terhadap *game* buatan perusahaan Jepang dikarenakan pengalaman Jepang dalam *anime* dan familiaritas Jepang dengan gaya grafisnya, dan para pemain *game* yang sudah terbiasa dengan grafis ala Jepang lewat *game* juga mulai menjadi lebih responsif terhadap *anime*. Menurut beliau, pemasaran *game* secara langsung dipengaruhi oleh rilisnya *anime* populer dan juga oleh *manga* yang biasanya menjadi dasar adaptasi dari *anime* yang bersangkutan, dimana ada kalanya *game* seperti ini hanya mengambil sebagian karakter dari *anime*-nya dan memberi *setting* untuk karakter-karakter tersebut (hlm. 7).

Cavallaro melanjutkan bahwa meskipun *anime* telah menjadi sumber inspirasi dari kebanyakan *videogame* selama beberapa dekade, perkembangan akhir-akhir ini menunjukkan kebalikannya, yaitu adaptasi *game* sebagai animasi. Beberapa judul *anime* yang paling dianggap bagus, menarik secara visual, dan memiliki cerita yang kompleks dalam beberapa tahun terakhir ini merupakan adaptasi berdasarkan satu tipe *game* komputer yang dikenal secara umum sebagai visual novel.

Cavallaro menuliskan bahwa visual novel biasanya mengungkapkan narasinya dengan lewat pembicaraan dengan teks diikuti dengan gambar latar belakang yang digambarkan dengan baik (dan umumnya statis), ditambah dengan

kotak dialog dan *sprite* karakter untuk menunjukkan karakter yang sedang berbicara.



Gambar 2.1. Contoh Visual Novel  
(ef~A Fairytale of the Two, 2006)

Pada momen penting tertentu dalam cerita, gambar yang lebih detail yang dibuat khusus untuk *scene* tersebut dan ditambah dengan *angle* kamera yang lebih sinematik, juga dengan digunakannya CGI (*Computer Generated Images*) (hlm. 8).



Gambar 2.2. Contoh *Scene* Khusus Dalam Visual Novel  
(ef~A Fairytale of the Two, 2006)

Cavallaro menambahkan bahwa *ending* dari sebuah visual novel berubah tergantung pilihan yang dibuat pemain pada momen-momen puncak, dimana hal ini memberi motivasi bagi pemain untuk memainkan kembali visual novel tersebut dan memilih pilihan yang berbeda setiap kalinya.



Gambar 2.3. Contoh Pilihan Dalam Visual Novel  
(ef~A Fairytale of the Two, 2006)

Meskipun Cavallaro mendefinisikan visual novel sebagai *game*, studi yang dilakukan Yin, Ring, dan Bickmore pada tahun 2012 menyatakan bahwa visual novel lebih mendekati penceritaan interaktif karena bergantung banyak pada penceritaan. Hal ini diperkuat oleh Gobel, Malkewitz, dan Iurgel (2006), yang menulis bahwa dalam penceritaan interaktif, pengguna dibuat dapat membuat pilihan – pilihan yang secara langsung mempengaruhi alur dan hasil penceritaan, dimana ciri-ciri ini mirip dengan visual novel.

## 2.2. Karakter

Lankoski (2011) menulis bahwa karakter merupakan bagian yang penting dari *game* modern. Sebagai contoh, sebagian besar *game* untuk konsol *PlayStation 3*

yang dirilis pada tahun 2008 merupakan *game* yang berdasarkan pada karakter (hlm. 21).

Hartas (seperti dikutip oleh Lankoski, 2011) menyatakan karakter-karakter *game* berkembang dengan cepat, mulai dari berupa sekumpulan *pixel* hingga sosok 3 dimensional yang mampu melakukan gerakan selayaknya manusia sungguhan, bahkan berpikir seperti manusia sungguhan. Menurut beliau, seiring menghilangnya batasan teknis, desainer *game* menyadari bahwa mereka mampu menciptakan siapa saja karakter yang mereka bayangkan dan menghidupkan karakter tersebut.

#### **2.2.1. Teori Schema**

Menurut Lankoski (2011), Teori *Schema* (atau *prototype*) merupakan usaha untuk menjelaskan konsep bagaimana manusia memutuskan bahwa suatu keberadaan masuk ke dalam suatu kategori tertentu. Berdasarkan teori *Schema*, setiap kategori memiliki sejumlah fitur yang mewakili kategori tersebut.

Smith (seperti dikutip oleh Lankoski, 2011) menuliskan bahwa *schema* manusia adalah sebagai berikut:

1. Bentuk tubuh manusia yang berbeda-beda
2. Kesadaran diri dan aktivitas yang dilakukan dengan sadar
3. Tindakan yang dilakukan dengan sengaja (setiap tindakan dilakukan dengan suatu tujuan dan berdasarkan inisiatif sendiri)
4. Emosi
5. Kemampuan untuk menggunakan dan mengerti bahasa
6. Ciri-ciri khas yang tetap.

Suatu keberadaan dikategorikan sebagai manusia apabila fitur dari suatu keberadaan mendekati *schema* tersebut (hlm. 23).

### **2.3. Desain Karakter**

Egri (2007) menuliskan karakter sebagai keberadaan 3 dimensional, dimana 3 dimensi ini akan mempengaruhi bagaimana suatu karakter akan bertindak dan memberikan alasan dibalik setiap tindakan karakter. Menurut Egri, 3 dimensi tersebut adalah fisiologi, sosiologi, dan psikologi (hlm. 33).

#### **2.3.1. Fisiologi Karakter**

Dimensi yang pertama menurut Egri (2007), adalah fisiologi. Wujud fisik dari karakter memberi gambaran dari kehidupan karakter tersebut. Fisiologi terus-menerus mempengaruhi karakter, membuat karakter menjadi toleran, pemberontak, rendah hati, atau arogan. Menurut Egri, fisiologi juga mempengaruhi perkembangan mental karakter, menjadi dasar dari *inferiority* dan *superiority complex*. Dimensi ini menjadi dimensi yang paling jelas terlihat dari ketiga dimensi karakter (hlm. 33).

Frey (2010) menambahkan bahwa dimensi fisiologi karakter mencakup tinggi karakter, berat badan, umur, jenis kelamin, ras, dan faktor-faktor lainnya. Lingkungan sosial karakter membentuk karakter tersebut dengan ekspetasi berdasarkan apa yang terlihat dari wujud fisik karakter tersebut (hlm. 4).

Tillman (2011) menulis bentuk berperan besar dalam desain karakter. Bentuk dapat memberi gambaran pada karakter secara visual. Hal ini dikuatkan pula dalam “*Creating Characters with Personality*” yang menyebutkan bahwa

bentuk keseluruhan akan menggambarkan kepribadian karakter bahkan sebelum karakter tersebut berbicara (Bancroft, 2006).

Bancroft melanjutkan bahwa dengan menggabungkan atau mengubah sedikit bentuk-bentuk dasar, kepribadian karakter mulai bisa terlihat meskipun karakter tersebut belum diberi detail wajah, ekspresi, pakaian, atau pose, dan menggabungkan beberapa bentuk bisa membuat karakter lebih kompleks. Menurutnya, bentuk-bentuk dasar seperti lingkaran, segitiga, dan kotak dapat menggambarkan secara visual dasar dari kepribadian dan sikap karakter secara keseluruhan. Berikut ini bentuk-bentuk dasar dan kesannya terhadap karakter menurut Bancroft:

1. Lingkaran

Memberi kesan menarik, karakter yang baik dan umum digunakan untuk melambangkan tipe yang lucu dan bersahabat. Karakter perempuan biasanya digambarkan dengan banyak lekukan dan lingkaran.

2. Kotak

Biasanya melambangkan karakter yang bisa diandalkan, keras, atau berat.

Desain-desain *superhero* sering menggunakan bentuk kotak.

3. Segitiga

Digunakan untuk menggambarkan karakter yang licik, mencurigakan, dan biasanya melambangkan karakter jahat dalam desain karakter.

### 2.3.2. Sosiologi Karakter

Dimensi yang kedua menurut Egri adalah sosiologi. Hal ini dikuatkan oleh Frey (2010) yang menulis bahwa karakter manusia dibentuk dari keadaan sosial dimana

karakter tersebut bertumbuh, dan hal ini berlaku baik untuk manusia di kehidupan nyata ataupun karakter fiksional (hlm. 5). Menurut Frey, desainer karakter harus memahami dinamika perkembangan karakter agar motivasi dari karakter tersebut bisa dipahami sepenuhnya. Lebih lanjut, Frey menjelaskan bahwa motivasi dari masing-masing karakter merupakan sumber dari konflik dan ketegangan yang diperlukan dalam cerita.

### **2.3.3. Psikologi Karakter**

Dimensi yang ketiga, psikologi merupakan hasil dari kedua dimensi sebelumnya. Pengaruh dari fisiologi dan sosiologi karakter memberi ambisi, rasa frustrasi, temperamen, sikap, dan kompleks (Egri, 2007). Psikologi melengkapi ketiga dimensi karakter. Psikologi memberikan motivasi bagi karakter untuk melakukan setiap tindakannya (hlm. 34).

Morrow (seperti dikutip oleh Seger, 1990) menambahkan bahwa desainer karakter perlu memahami mengapa suatu karakter melakukan dan menginginkan sesuatu. Beliau menuliskan bahwa karakter tidak bertindak tanpa suatu alasan dan dalam setiap tindakan karakter terdapat motivasi dan niat tertentu. Menurut Morrow, dengan memahami hal tersebut, kita bisa mengetahui bagaimana karakter akan bertindak atau bereaksi terhadap suatu kejadian.

### **2.3.4. Seragam Sekolah di Jepang**

Kepada orang-orang yang sehari-harinya berada di kota-kota besar di Jepang, seragam sekolah mungkin terlihat dimana-mana mulai dari murid taman kanak-kanak hingga murid SMA (Grimes, 2008). Persepsi ini terbentuk dikarenakan fakta bahwa sekolah-sekolah privat yang mengharuskan murid-muridnya

mengenakan seragam kebanyakan berada di kota-kota besar, dan para murid sering terlihat menggunakan transportasi publik, ke sekolah-sekolah yang tidak membatasi pendaftaran siswanya berdasarkan daerah tempat tinggal mereka. Bagaimanapun, sebagian besar sekolah dasar di Jepang tidak mengharuskan murid-muridnya mengenakan seragam, sehingga pengalaman pertama mengenakan seragam bagi mayoritas siswa adalah pada saat mereka masuk SMP (hlm. 99).

Ashcraft (2014) menuliskan bahwa seragam sekolah di Jepang berawal sekitar seratus tahun yang lalu, pada era *Meiji*. Awalnya kombinasi dari *kimono*, kaos, dan *hakama* yang lebih formal menjadi pilihan menteri pendidikan untuk lebih mengangkat profil sebagai pelajar.



Gambar 2.4. Seragam Model *Hakama*  
(<http://pingmag.jp/2008/03/31/japanese-school-uniform/>)

Seiring dengan Jepang mulai menganut budaya barat, *hakama* mulai diganti dengan jaket *gakuran* berwarna hitam atau biru gelap dan celana panjang. Seragam *gakuran* ini disebut juga *tsume-eri* (berkerah tinggi). Ashcraft menuliskan bahwa desain kerah tinggi yang menutupi bagian leher membuat para siswa mengangkat tinggi kepalanya dan memberi kesan lebih kuat untuk para

siswa laki-laki. Ashcraft menambahkan bahwa pada dekade berikutnya di Universitas Tokyo muncul *tsume-eri* dengan kancing berwarna emas yang lebih bergaya dibanding dengan yang berkancing hitam sederhana. Meskipun bukan seragam militer, *tsume-eri* memiliki kemiripan dengan angkatan bersenjata pada era *Meiji*, terutama angkatan laut. Menurut Kasuhiko Sano, direktur dari Museum Seragam Tombow (seperti dikutip oleh Ashcraft, 2014), alasan mengapa angkatan laut terlihat begitu mengagumkan adalah karena para pelaut pergi menyeberangi lautan dan melihat dunia internasional. Seragam sekolah pria berawal dari hasrat untuk mengejar para pahlawan dari angkatan laut.



Gambar 2.5. Seragam Sekolah Model *Tsume-Eri*  
(Japanese Schoolgirl Confidential: How Teenage Girls Made a Nation Cool, 2014)

Evers dan Macias (2010), menulis bahwa seragam *sailor* mulai digunakan pada tahun 1920-an. Seragam ini mempunyai dasi segitiga, juga rok pendek, dan dibuat berdasarkan model seragam angkatan laut Inggris karena kepala sekolah pada masa itu, Elizabeth Lee, pernah tinggal di Inggris.

Hal ini diperkuat oleh Ashcraft (2014) yang menulis bahwa pada tahun 1915, *kimono* yang dikenakan murid perempuan tidak praktis untuk digunakan dalam pelajaran ataupun olahraga. Tempat jahit setempat, *Ota's Western Clothing Shop* kemudian mulai membuat pakaian Elizabeth Lee yang bergaya *sailor* yang juga disenangi murid-muridnya untuk kelas musim semi pada tahun 1922 lengkap dengan topi baret. *Ota Design* melakukan hal yang sama ke sekolah-sekolah misionaris lainnya, dan pada masa sebelum perang, seragam *sailor* yang terdiri dari 2 potongan (blus dan rok) menjadi sinonim dengan pendidikan Kristen. Bagian terbaiknya adalah, tampilan ala angkatan laut seragam perempuan cocok dengan seragam laki-laki yang juga terinspirasi dari seragam angkatan laut. Desain 2 potongan dengan blus dan rok terpisah menjadi rancangan awal bagi seragam *sailor* dan desain ini masih digunakan oleh sekolah-sekolah di Jepang.



Gambar 2.6. Seragam Sekolah Model *Sailor* Tahun 1920  
(*Japanese Schoolgirl Confidential: How Teenage Girls Made a Nation Cool*, 2014)

Ashcraft menambahkan bahwa meskipun terdapat beberapa perubahan pada desain seragam dan juga pergantian menjadi model *blazer* di beberapa

sekolah, desain dasarnya tetap tidak berubah pada kebanyakan SMP dan SMA di Jepang (hlm. 6).



Gambar 2.7. Seragam Sekolah Model *Sailor*  
(<http://www.allinjapan.org/wp-content/uploads/2011/08/sailor-uniform.png>)

Menurut Ashcraft, seragam model *blazer* mulai terkenal di Jepang pada pertengahan tahun 1980. Dibandingkan “penampilan”, praktikalitas seragam model *blazer* menjadi daya tarik utamanya. Pergantian seragam ke model *blazer* awalnya dimulai dari sekolah-sekolah privat, yang kemudian diikuti oleh sekolah-sekolah publik (Evers dan Macias, 2010).

Evers dan Macias menulis bahwa selain berubahnya zaman, alasan lain mengapa sekolah-sekolah mulai mengganti seragam sekolah menjadi model *blazer* adalah karena rendahnya angka kelahiran di Jepang membuat sekolah-sekolah harus memikirkan cara-cara baru untuk mengundang orang untuk masuk ke sekolah tersebut (hlm. 46). Menurut Ashcraft, seragam model *blazer* untuk pria terdiri dari kemeja putih, celana panjang, dasi, dan jaket *blazer*. Seragam model *blazer* untuk perempuan terdiri dari kemeja putih, rok, dasi, dan jaket *blazer*.



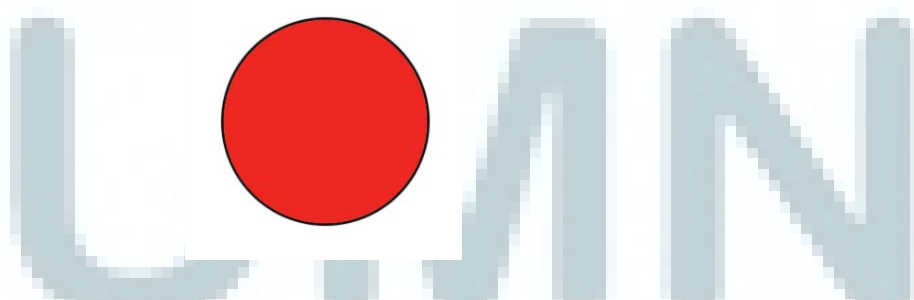
Gambar 2.8. Seragam Sekolah Model *Blazer*  
(<http://harbordjcc.blogspot.com/2011/12/summary-japanese-school-life.html>)

### 2.3.5. Psikologi Warna

Makna dari suatu warna bisa berbeda tergantung kebudayaan dan keadaan. Dalam desain karakter, warna dapat memberi gambaran mengenai suatu karakter dan ceritanya (Tillman, 2011).

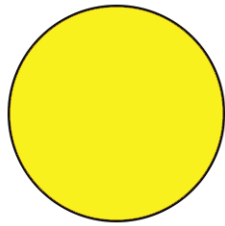
Berikut ini warna-warna yang umum digunakan oleh desainer karakter dan maknanya menurut Tillman:

#### 1. Merah



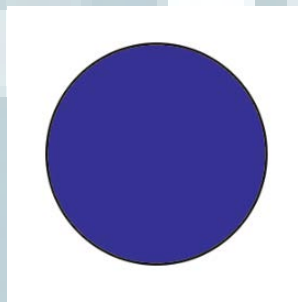
Warna merah memberi kesan aksi, kepercayaan diri, keberanian, energi, perang, bahaya, kekuatan, tekad, hasrat, keinginan, kemarahan, dan cinta.

#### 2. Kuning



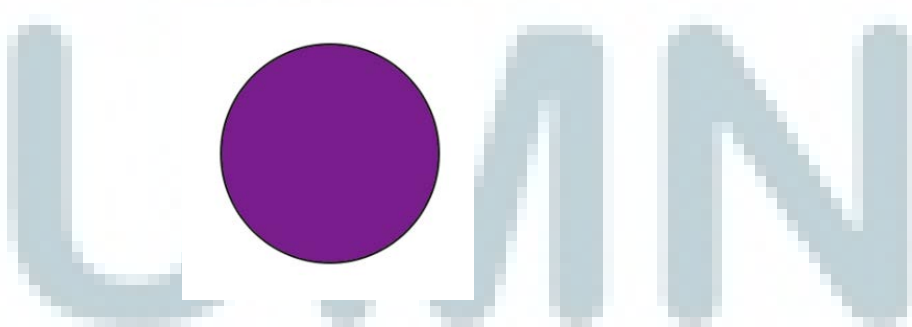
Warna kuning memberi kesan bijaksana, kebahagiaan, kepintaran, waspada, sakit, rasa iri, pengecut, nyaman, optimis, dan merasa terbebani.

### 3. Biru



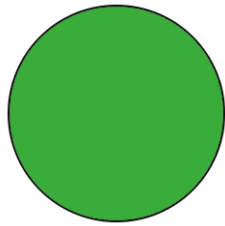
Warna biru memiliki makna kepercayaan, kesetiaan, kebijaksanaan, percaya diri, kepandaian, iman, kebenaran, kesehatan, pengertian, kelembutan, pengetahuan, kesatuan, serius, kehormatan, kedinginan, dan kesedihan.

### 4. Ungu



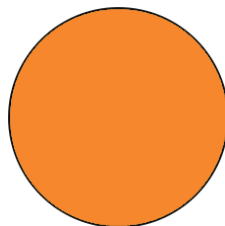
Warna ungu umumnya memberi kesan kekuatan, keagungan, elegan, kemewahan, misteri, ambisi, kemandirian, dan kreativitas.

### 5. Hijau



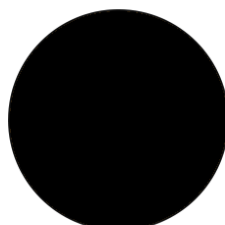
Hijau merupakan warna yang umumnya memiliki makna alam, pertumbuhan, harmoni, kesegaran, kesuburan, keamanan, uang, ketahanan, kemewahan, optimis, relaksasi, kejujuran, rasa iri, dan kemudahan.

6. Orange



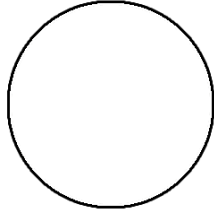
Orange umumnya memberi kesan ceria, antusias, kreativitas, kekaguman, kebahagiaan, tekad, daya tarik, kesuksesan, dukungan, iluminasi, dan kebijaksanaan.

7. Hitam



Hitam memberi kesan kekuatan, elegan, formalitas, kematian, kejahatan, misteri, ketakutan, kesedihan, depresi, duka, dan berpengalaman.

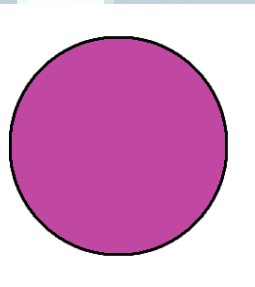
## 8. Putih



Putih umumnya memiliki makna kebersihan, kemurnian, baru, kedamaian, kepolosan, kesederhanaan, cahaya, kebaikan, dan kesempurnaan.

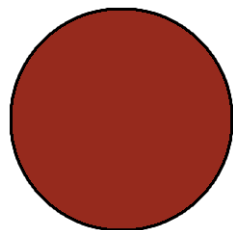
Selain warna – warna diatas, Green (2006) menambahkan juga warna lain berikut maknanya:

### 1. Pink



Warna pink memiliki makna lembut dan sering diasosiasikan dengan perempuan dan kemudaan. Pink juga memiliki makna lemah.

### 2. Cokelat



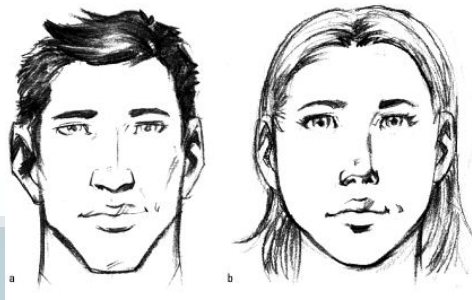
Warna coklat menurut Green sering dihubungkan dengan kesuburan karena coklat merupakan warna tanah. Warna coklat memiliki makna kemunduran, atau kemerosotan, juga ketenangan. Green menambahkan bahwa warna coklat juga memiliki efek menghilangkan ketegangan mental, mengurangi kelelahan dan kekesalan.

## **2.4. Ekspresi Wajah Karakter**

Menurut Robert (2013), ekspresi wajah merupakan sesuatu yang paling menunjukkan emosi. Manusia menggunakan wajah untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan emosi. Menurutnya, ekspresi wajah manusia terbentuk dari kontraksi dan relaksasi otot-otot wajah. Ekspresi wajah merupakan hasil dari seseorang mendengar, melihat, mencicipi, merasakan, atau memikirkan sesuatu. Seiring karakter melewati atau mengalami suatu kejadian, ekspresi wajahnya akan berubah tergantung rangsangan-rangsangan dari kejadian tersebut (hlm. 215).

### **2.4.1. Ekspresi Netral**

Menurut Okabayashi (2011), ekspresi netral merupakan ekspresi yang tidak menunjukkan rasa marah atau sedih. Ekspresi netral digambarkan dengan kedua alis mata yang melengkung dan terangkat sama tinggi, ditambah dengan mulut yang sedikit melengkung atau sedikit terbuka agar ekspresi karakter tidak terkesan kosong (hlm. 162).



Gambar 2.9. Contoh Ekspresi Netral  
(Figure Drawing for Dummies, 2011)

#### 2.4.2. Ekspresi Senang

Robert (2013) menjelaskan bahwa dalam ekspresi senang, alis mata kanan dan kiri sama-sama terangkat. kedua ujung mulut sama-sama terangkat, membentuk senyuman, baik dengan mulut terbuka ataupun tertutup. Lebih lanjut menurutnya, dalam posisi mulut terbuka, senyuman bisa dengan posisi gigi yang dirapatkan, atau dengan posisi gigi terbuka mengikuti dagu yang turun.



Gambar 2.10. Contoh Ekspresi Senang  
(Character Animation: 2D Skills for Better 3D, 2013)

#### 2.4.3. Ekspresi Marah

Menurut Robert (2013), dalam ekspresi marah, ujung alis bagian dalam bergerak turun menekan mata, dan membuat mata terlihat lebih menyempit. Lebih lanjut menurut Robert, gigi yang terlihat dalam ekspresi marah menunjukkan kesan agresif. Bagian mulut bisa juga tertutup dengan bibir dirapatkan dan bagian mulut

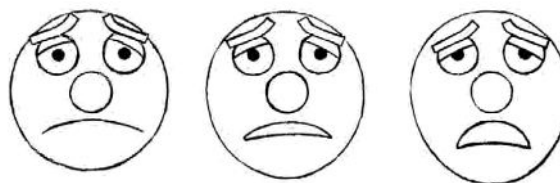
terlihat menjadi lebih kecil, dimana hal ini cenderung memberi kesan karakter sedang menahan amarahnya (hlm. 343).



Gambar 2.11. Contoh Ekspresi Marah  
(Character Animation Fundamentals: Developing Skills for 2D and 3D Character Animation, 2013)

#### 2.4.4. Ekspresi Sedih

Menurut Robert (2012), dalam ekspresi sedih, ujung bagian dalam alis terangkat dan ujung bagian luar alis turun ke bawah, diikuti dengan kelopak mata bagian atas yang juga bisa sedikit turun. Lebih lanjut menurutnya, kedua ujung mulut turun ke bawah dan dagu yang turun selagi mulut masih tertutup membuat wajah karakter terlihat lebih panjang (hlm. 339).



Gambar 2.12. Contoh Ekspresi Sedih  
(Character Animation Fundamentals: Developing Skills for 2D and 3D Character Animation, 2013)

#### 2.4.5. Ekspresi Malu

Menurut Galea (2006), karakter yang merasa malu kadang mengalihkan pandangannya, diikuti dengan alis karakter yang juga naik jauh di atas mata dan terdapat efek tersipu di pipi. Galea menambahkan bahwa efek tersipu merupakan

bagian yang paling memberi kesan bahwa karakter tersebut merasa malu dibanding bagian lainnya dalam ekspresi wajah (hlm. 39).



Gambar 2.13. Contoh Ekspresi Malu  
(Discover Manga Drawing: 30 Basic Lessons for Drawing Guys and Girls, 2006)

## 2.5. Desain Karakter Berdasarkan Kelompok Usia Target Audiens

Tillman (2011) menulis bahwa penting untuk mengetahui kelompok usia yang menjadi target audiens dari karakter yang dibuat karena hal tersebut akan menentukan estetika desain karakter yang akan dibuat. Menurutnya kelompok usia target audiens merupakan hal penting yang harus diperhatikan karena hal ini mempengaruhi secara langsung desain dari karakter. Lebih lanjut menurutnya, semakin tua seseorang, semakin banyak informasi yang bisa diproses oleh otak, sehingga semakin tua kelompok usia target audiens, semakin banyak detail dan informasi yang disajikan dalam desain karakter.

Berikut ini contoh desain karakter berdasarkan pembagian kelompok usia menurut Tillman:

## 1. Kelompok usia 0-4 tahun



Gambar 2.14. Contoh Desain Karakter Untuk Kelompok Usia 0-4 Tahun  
(Creative Character Design, 2011)

Tillman menuliskan bahwa untuk kelompok usia ini, karakter memiliki kepala dan mata dengan ukuran yang besar, tubuh yang pendek, warna-warna yang terang, dan bentuk-bentuk yang sederhana.

Menurutnya, dalam desain karakter untuk kelompok usia ini, tidak banyak informasi untuk diproses. Tinggi karakter pada contoh gambar hanya dua kepala, dimana kepalanya merupakan bagian terbesar, ditambah dengan kepala dan mata yang besar bertujuan membuat karakter terlihat lucu dan kurang mengancam. Lebih lanjut menurutnya, garis-garis yang digunakan untuk membentuk karakter juga sangat minimalis dan warna yang digunakan pada karakter juga merupakan warna dasar.

## 2. Kelompok usia 5-8 tahun



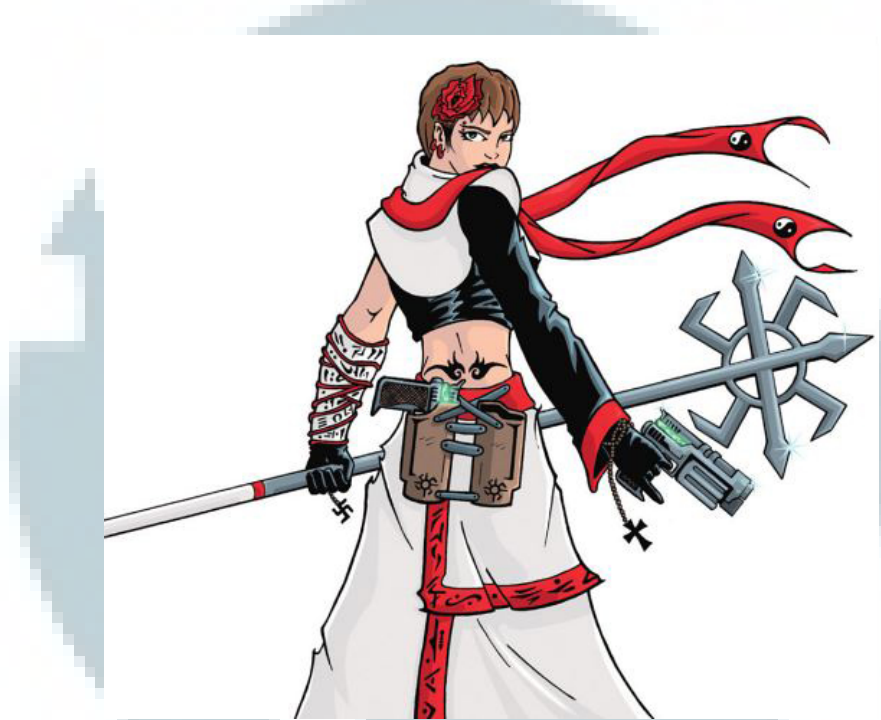
Gambar 2.15. Contoh Desain Karakter Untuk Kelompok Usia 5-8 Tahun  
(Creative Character Design, 2011)

Menurut Tillman, pada desain karakter untuk kelompok usia ini, karakter masih memiliki kepala berukuran besar, tetapi tidak sebesar pada desain karakter untuk kelompok usia 0-4 tahun, ditambah mata karakter digambarkan lebih kecil, warna-warna yang digunakan lebih gelap, dan bentuk-bentuk yang digunakan lebih rumit.

Menurutnya, desain karakter untuk kelompok usia ini sedikit berubah meskipun tidak jauh. Ukuran kepala karakter pada gambar contoh menjadi sedikit lebih realistis meskipun masih besar jika dibandingkan dengan badannya, dan garis-garis yang membentuk karakter masih minim. Lebih lanjut menurutnya, detil-detil menjadi lebih terlihat sehingga hal-hal yang

menentukan karakter menjadi jelas, dan Warna yang digunakan juga sedikit lebih rumit dan memerlukan pengertian mengenai teori warna.

### 3. Kelompok usia 9-13 tahun



Gambar 2.16. Contoh Desain Karakter Untuk Kelompok Usia 9-13 Tahun  
(Creative Character Design, 2011)

Menurut Tillman, untuk kelompok usia 9-13 tahun, desain karakter mulai menjauh dari kesederhanaan, dimana karakter memiliki proporsi yang lebih nyata. Lebih lanjut, Tillman menuliskan warna-warna yang digunakan juga lebih realistis dan detail garis yang digunakan juga lebih rumit, dan karakter juga memiliki lebih banyak detail. Menurutnya, desain karakter untuk kelompok usia ini mirip dengan desain karakter untuk kelompok usia 14-18 tahun keatas.

### 4. Kelompok usia 14-18 tahun keatas



Gambar 2.17. Contoh Desain Karakter Untuk Kelompok Usia 14-18 Tahun Keatas  
(Creative Character Design, 2011)

Menurut Tillman, untuk kelompok usia 14-18 tahun keatas, desain karakter yang dibuat memiliki kemiripan dengan dunia nyata, dimana karakter memiliki proporsi yang baik, dan memiliki jumlah detil terbanyak. Lebih lanjut menurutnya, kelompok usia 14-18 tahun menginginkan desain yang dibuat sebisa mungkin berdasarkan pada kenyataan.

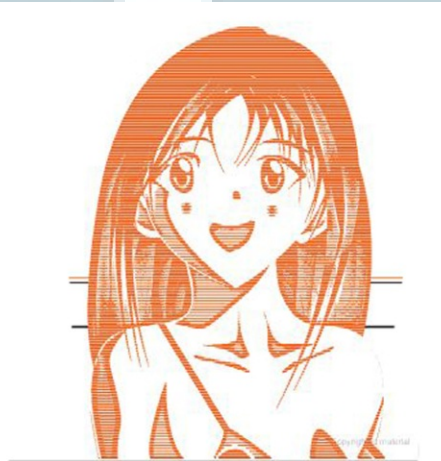
## 2.6. Gaya Gambar *Anime* dan *Manga*

Berry dan Lee (2013) mendefinisikan *anime* sebagai kartun dan animasi Jepang. *Anime* seringkali diangkat dari *manga* dengan judul yang sama. Beberapa *anime* bahkan memiliki cerita yang berbeda dari *manga*-nya. Berry dan Lee melanjutkan

bahwa manga merupakan komik yang berasal dari Jepang, atau karya komikus Jepang yang menggunakan bahasa Jepang.

Menurut Reid (2006), secara umum penggambaran karakter dalam *anime* dan *manga* memiliki ciri khas sebagai berikut:

1. Mata digambarkan lebih besar.
2. Karakternya sangat ekspresif.
3. Gaya berpakaian dan gaya rambut karakternya terkadang tidak biasa.
4. Warna rambut dan mata yang unik.



Gambar 2.18. Contoh Gaya Gambar *Anime-Manga*  
(Talk the Talk: The Slang of 65 American Subculture, 2006)