

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Screenwriting*

Screenwriting adalah perkembangan langsung dari *playwriting*; mengadaptasi alat dan tradisi yang sama dari teater ke teknologi modern untuk menyampaikan cerita kepada penonton (Howard & Mabley, 1993, Hlm. 4). *Screenwriting* merupakan bentuk penulisan khusus yang menuntut banyak pengkajian dan latihan (Schenk & Long, 2012). Selama apapun, tahap produksi film tak bisa menyelamatkan naskah yang ditulis dengan buruk. Penting untuk menggunakan sebanyak mungkin waktu demi membangun naskah yang kokoh (Hlm. 13).

Menurut Schenk dan Long, tugas pertama dalam *screenwriting* adalah menentukan cerita. Baik naskah untuk video musik, film dokumenter, ataupun iklan pemasaran—semuanya harus memiliki cerita yang jelas. Meski sangat sederhana, cerita apapun harus dirumuskan dengan baik (Hlm. 14).

Dalam *screenwriting*, cerita disampaikan dengan cara berbeda dari novel. Aksi dramatis dan alur cerita novel biasanya terjadi dalam benak karakter utama (Field, 2005). Pembaca segera mengetahui perasaan karakter dan apa yang dipikirkan olehnya. Sementara dalam film, diperlihatkan pergerakan jarum jam atau seseorang sedang bersandar di balkon. Pada latar, terdengar suara bayi menangis atau anjing menggonggong. Karena itu, Field menuliskan, *screenwriting* adalah seni dan keterampilan bercerita melalui penggambaran dalam dialog dan deskripsi (Hlm. 19). Dengan kata lain, bercerita untuk medium audio dan visual.

Screenwriter dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan berbagai lapisan pekerja profesional dalam produksi film (Howard & Mabley, 1993). Ia perlu mengetahui psikologi penonton dan konvensi-konvensi *screen storytelling* (bercerita lewat medium layar), serta terhubung dengan keinginan, gairah, dan keterbatasan karakter-karakter dalam ceritanya (Hlm. 3). Howard dan Mabley meyakini, para *screenwriter* hebat telah mengimajinasikan aksi dan dialog aktornya, kostum yang dikenakan karakter, musik yang bermain, efek *setting*, serta berbagai perubahan tempo dan ritme yang efektif. Meskipun orang lain nantinya bisa berinterpretasi secara berbeda, cetak biru film dilahirkan dari benak *screenwriter* (Hlm. 4-5).

Lanjut Howard dan Mabley, adalah hal yang menakjubkan jika semua ide dari naskah lolos untuk difilmkan, karena ada begitu banyak proses yang terjadi sejak perampungan naskah hingga ke pemutaran pertama filmnya. Tetapi, hal itu bisa terjadi jika *screenwriter* telah membayangkan keseluruhan produksi film dan berkomunikasi dengan semua pihak yang berkolaborasi dalam prosesnya. Berbekal naskah dengan cerita yang memikat dan alur yang efektif, *screenwriter* dapat memberikan dampak maksimum pada penonton filmnya (Hlm. 5).

2.1.1. Visualisasi dalam *Screenwriting*

Menulis naskah artinya menulis untuk suatu medium yang menggunakan gambar bergerak untuk menyampaikan maksud atau arti (Cooper & Dancyger, 2005). Untuk menulis naskah yang efektif, seorang *screenwriter* harus mengerti bahwa “ilustrasi” dapat bercerita dengan lebih efektif dibanding dialog (Hlm. 20).

Penglihatan mungkin adalah elemen penulisan adegan yang paling penting dan paling ironis (Rosenfeld, 2008). Meski tidak ada gambar sungguhan dalam naskah, pembaca harus mendapat pengalaman seolah mereka “melihat” karakter di dalamnya, dunia di mana karakter tersebut hidup, dan segala macam rincian lain di antaranya (Hlm. 53).

James (2009) juga mendukung pentingnya visualisasi dalam *screenwriting* dengan menyebutkan aksioma tertua dunia penulisan drama: “Perlihatkan, jangan ceritakan”. Bila karakter dalam naskah memiliki klaustrophobia, maka *screenwriter* harus meletakkannya dalam ruangan sempit seperti lubang jalan atau *lift*. Kemudian, reaksi karakter diperlihatkan kepada pembaca. Menurut James, cara ini lebih kuat karena mendorong pembaca untuk terlibat dalam cerita. Pembaca pun menjadi prihatin dengan penderitaan karakter melalui penggambaran, bukan karena diberitahukan lewat dialog (Hlm. 47).

Dalam kaitan pembacaan naskah oleh kru film, visualisasi lokasi, karakter, dan aksi dapat memikat perhatian mereka (James, 2009). Naskah pun menjadi lebih berpeluang untuk maju ke tahap produksi film (Hlm. 53).

Namun, peran visualisasi naskah tak hanya sampai di situ. Seorang *screenwriter* harus mengerti bagaimana lensa, ukuran *shot*, komposisi dan pergerakan kamera, bentuk, wujud, tekstur, dan pencahayaan mempengaruhi cerita (LoBrutto, 2002). *Screenwriter* juga menciptakan simbol dan metafora visual—bagian dari bahasa sinematik yang mengasosiasikan serta mengkorelasikan ide, konsep, dan

arti cerita. Intinya, *screenwriter* harus tahu cara menciptakan rencana untuk *mise en scène*—segala sesuatu yang terlihat dalam layar (Hlm. 7).

2.2. *Believability*

Dari segi bahasa, *believability* adalah kata benda abstrak. Terbentuk dari kata sifat “*believable*”—dapat dipercaya (Sumaryanto et al., 2004, Hlm. 38)—serta akhiran “-ity” sebagai tanda kondisi atau kualitas yang dideskripsikan kata sifat tersebut (Fowler, 2009, Hlm. 300). Jadi, *believability* adalah kualitas yang menandakan bahwa sesuatu dapat dipercaya.

Believability diperlukan dalam film karena penonton ingin mempercayai apa yang dilihatnya, sehingga dapat merasakan sensasi terkejut, bahagia, dan lain-lain (Gots & Wooding, 2013). Apapun jenis filmnya—mulai dari *science fiction* hingga *docu-drama*—penonton ingin dipikat oleh film. Masih menurut Gots dan Wooding, penonton ingin percaya bahwa mereka terhubung dengan bagian-bagian dalam ceritanya. Bahkan merasa bisa melakukan hal-hal yang sama.

Ini terjadi akibat kecenderungan manusia untuk mencari *verisimilitude*—elemen kehidupan nyata—bahkan di dalam karya fiksi (Rosenfeld, 2008). Jadi, penulis cerita fiksi bebas menciptakan karakter dan dunia yang sesuai dengan kehendaknya. Namun sebaliknya, pembaca tetap memerlukan kultur, sejarah, dan geografi fisik yang kaya untuk dapat menerima ide bahwa dunia fantasi tersebut nyata (Hlm. 40). Karena itu, penulis harus menghadirkan visualisasi detil *setting* yang unik dan *believable* untuk mensituasikan karakternya secara logis (Hlm. 42).

Tak hanya visualisasi *setting*; ada banyak komponen lain yang mendukung *believability* naskah. Seperti bagaimana tokoh ceritanya harus *three dimensional*, rumit, dan empatik (Costello, 2004, Hlm. 73). Lalu diperlukannya deskripsi bunyi yang datang dari dalam layar maupun yang memberi efek dramatis—seperti detak jantung karakter pada momen berbahaya (Howard & Mabley, 1993, Hlm. 90).

2.2.1. Membangun *Believability* dengan Riset

Riset adalah kunci untuk para meyakinkan pembaca (Cooper & Dancyger, 2005, Hlm. 134). Riset dibutuhkan pada karya fiksi maupun nonfiksi (Whiteley, 2002). Baik fakta, statistik, kepribadian karakter, dialog, ataupun referensi sejarah, semua harus seakurat mungkin hingga menyokong kredibilitas penulis (Hlm. 159).

Misalnya pada cerita berlatar sejarah. Jika penulis tidak detil dan kurang informatif dalam menyikapi bahan tulisannya, pembaca yang cerdas dapat menemukan kesalahan-kesalahan faktual kecil (Greenwell, 2009, Hlm. 28-29). Karena itu, *screenwriter* harus mengumpulkan sebanyak mungkin informasi agar cerita menjadi nyata, *believable*, dan jujur (Field, 2005). Edward Zwick dan John Logan bahkan menghabiskan waktu lebih dari setahun membaca tentang kultur dan tradisi Jepang demi merealisasikan film *The Last Samurai* (Hlm. 37).

Namun dalam buku Whiteley (2002), dikatakan juga tentang efek samping dari melakukan riset, seperti yang dialami Susan Fry. Riset dapat berlanjut terus menerus, padahal seorang penulis harus tahu kapan ia telah melakukan riset yang cukup untuk kemudian menggunakan hasil risetnya itu pada karya tulis. Whiteley menuliskan, Fry bercerita bahwa Kim Stanley Robinson menganjurkan bersikap

santai jika ada detil yang terlewat, berharap saja orang lain tidak menyadarinya, lalu teruskan pekerjaan (Hlm. 164).

Lanjut Whiteley, agar terhindar dari masalah tadi, seorang penulis perlu membuat daftar hal-hal yang harus diriset. Bila tidak familiar dengan kota New Orleans tapi hendak membuat cerita yang berlokasi di sana, maka harus dilakukan riset tentang panoramanya, logat penduduknya, cuacanya, tempat wisatanya, dan lain-lain. Semua dilakukan agar karakter dalam cerita terkesan benar-benar tinggal di sana dan menjadikan ceritanya *believable* (Hlm. 165).

2.2.2. *Believability VS Realism*

Believability tidak sama dengan *realism* (Hurd, 2005). Meski unsur *verisimilitude* dibutuhkan, *believability* film tidak dicapai dengan sekedar mengimitasi kehidupan nyata. Menurut Hurd, *believability* dicapai lewat aturan dari *filmmaker* yang diterapkan secara konsisten sepanjang film, sehingga menjadi hal yang logis.

Gots dan Wooding (2013) menuliskan hal yang sama. Setiap film memiliki aturan dari *screenwriter*, produser, atau sutradara. Aturan tersebut dapat berupa apapun—seperti bagaimana cara berjalan melintasi waktu atau hal-hal apa yang mungkin dan tidak mungkin dilakukan oleh seorang karakter. Gots dan Wooding menekankan, tujuan akhirnya adalah konsistensi yang melahirkan *believability*.

Sebagai contoh, tokoh Grover dalam seri *Sesame Street* didesain memiliki sensibilitas anak kecil (Hurd, 2005). Jika tiba-tiba Grover membahas *Wall Street* atau pekerja seks komersil, mungkin terkesan lucu. Tetapi, menurut Hurd, hal ini menghilangkan *believability* karakter Grover bagi penonton.

Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull pun sempat diperbandingkan karena banyak adegan yang tidak konsisten dengan tiga film sebelumnya (Gots & Wooding, 2013). Adegan Dr. Jones selamat dari ledakan nuklir dalam lemari es, pertolongan dari monyet-monyet, dan kedatangan alien terkesan absurd dibandingkan dengan film-film *Indiana Jones* lain yang relatif naturalistik.

Dalam animasi *Warner Bros*, tokoh *Road Runner* didesain untuk tak akan pernah bisa ditangkap Wile E. Coyote (Hurd, 2005). *Road Runner* dapat berlari ke ujung jurang dan melayang di udara, sementara Coyote jatuh saat sadar kakinya tak lagi menginjak tanah. Menurut Hurd, ini adalah aturan dalam dunia kedua karakter tersebut. Jika *Road Runner* ditangkap Coyote dan dimakan hingga tersisa tulang-belulanganya, cerita tak lagi *believable* dalam konteks animasi tersebut.

2.3. Plot

Istilah plot berasal dari dua sumber: kata dalam bahasa Perancis Kuno "*complot*" yang berarti skema rahasia, dan kata Inggris "*plat*" yang berarti peta atau rencana (Thomas, 2009). Plot memiliki makna yang paralel dengan intrik, konspirasi, dan *suspense*. Selain itu, Aristotle mendeskripsikan plot sebagai rancangan peristiwa-peristiwa dan merupakan prinsip pertama serta jiwa dari drama (Hlm. 93).

Plot dan cerita adalah dua hal yang berbeda fungsi dalam *screenwriting* (Costello, 2004). Cerita adalah segala sesuatu yang terjadi pada karakter dan disusun secara kronologis. Sementara, plot merupakan alur cerita—cara penulis dalam menempatkan berbagai elemen cerita; memasukkan *flashback* dan *flashforward* bila perlu (Hlm. 49). Dikutip dalam Costello, Jean-Luc Godard mengatakan film

harus memiliki bagian awal, tengah, dan akhir. Tetapi tak harus dalam urutan itu. Setelah kejadian-kejadian penting cerita disusun secara linear, penulis dapat melanjutkan ke tahap *plotting* yang lebih rumit (Hlm. 58).

Perlu diingat, plot dan karakter tidak bisa dipisahkan. Sudah seharusnya, tokoh protagonis terjebak dalam situasi plot setiap adegan (Rosenfeld, 2008). Ia harus mengemban atau berpartisipasi dalam konsekuensi yang mengikuti situasi plot tersebut. Maka, ketika mengembangkan karakter tersebut, *screenwriter* harus memikirkan bagaimana situasi dalam plot akan mempengaruhi sang karakter—membuatnya berpikir, merasa, dan bertindak seperti apa (Hlm. 67).

2.4. *Foreshadowing*

Secara umum, terjemahan *foreshadow* adalah “memberi pertanda” atau “membayangkan” (Echols & Shadily, 2003, Hlm. 253). Dalam dunia film, memberikan petunjuk-petunjuk visual kecil untuk memberitahu apa yang akan terjadi selanjutnya disebut *foreshadowing* (James, 2009, Hlm. 57). Definisi lainnya adalah pengaturan kejadian-kejadian yang mengawali dan mempersiapkan terjadinya sesuatu yang muncul belakangan (McKee, 1997, Hlm. 200).

Berbeda dengan James, McKee menuliskan genre, *setting*, karakter, dan *mood* dapat menjadi *foreshadowing*. Dengan setiap baris dialog atau penggambaran aksi, penonton digiring untuk mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan tertentu. Saat suatu kemungkinan akhirnya terjadi, hal itu memuaskan ekspektasi yang diciptakan (Hlm. 200).

Adegan film *Psycho* karya Hitchcock, saat tokoh Norman Bates diperlihatkan menyimpan burung-burung yang diawetkan, adalah contoh *foreshadowing* (James, 2009). Penggambaran tersebut belakangan dikaitkan dengan jasad kering ibu Bates di loteng. Sebelum itu, penonton ditipu agar percaya ibu Bates masih hidup, dengan memperdengarkan suaranya secara *off-camera* (Hlm. 57-58).

2.5. Penokohan

Screenwriter bertugas mencetak karakter ke dalam tiga dimensi dan memproyeksikannya ke dalam pikiran pembaca sehingga karakter seolah betul-betul hidup (Costello, 2004). Karakter harus tercipta sebagai individu yang berbeda dari sang penulis—diberikan kebebasan untuk tumbuh dan berkembang dalam cerita. Jika semua ciri karakter diambil dari aspek pribadi atau menyuarakan sang penulis, maka pembaca tidak akan percaya bahwa setiap karakter adalah individu yang hidup dan bernafas (Hlm. 63-64).

Untuk itu, Johnson (2010) membuat daftar pertanyaan yang membantunya menciptakan karakter-karakter. Termasuk di dalam daftarnya adalah nama, fisik atau penampilan, *backstory* (pengalaman sebelum cerita dimulai), situasi saat ini (pekerjaan, penghasilan, *key relationships*, lokasi geografis, tempat tinggal), pandangan mengenai dunia, sikap, opini, prinsip, hal-hal yang diyakini, dan ketidaksempurnaan karakter (Hlm. 64).

Cara yang hampir sama diberikan Thomas (2009). Penggambaran karakter dapat dilakukan dengan mempelajari dan merangkum aspek-aspek perilaku umum manusia yang dipadatkan ke dalam sejumlah fitur berikut:

1. *Objectives*: Membekali karakter dengan sebuah tujuan.
2. *Actions*: Apa yang dilakukan karakter untuk mencapai tujuannya.
3. *Adaptations*: Atribut perilaku yang diterapkan ke dalam tindakan.
4. *Conflict*: Mendeskripsikan ketegangan antar karakter.
5. *Willpower*: Usaha yang digunakan karakter untuk mengejar tujuannya.
6. *Values*: Hal-hal yang dianggap baik atau buruk oleh karakter.
7. *Personality traits*: Ciri individualitas yang memperlihatkan bagaimana karakter berpenampilan, berperasaan, dan berpikir.
8. *Complexity*: Tingkat *self-awareness* atau mawas diri sang karakter.
9. *Relationships*: Asosiasi primer dan sekunder karakter (Hlm. 169).

Dalam penulisan naskah, pengenalan tokoh sangat terkait dengan kejelasan visualisasi—seperti yang telah dibahas sebelumnya. Dengan memperlihatkan dan bukan menceritakan, penulis memberikan ruang bagi tokoh untuk menjadi lebih aktif; dengan agenda dan alasan tersendiri mengenai keberadaan mereka (Snyder, 2005). Karena film adalah mengenai “apa yang terjadi”, karakter seorang tokoh hanya dapat terungkap dari tindakan yang diambilnya, bukan dari kata-kata yang diucapkannya (Hlm. 148).

2.6. Setting

Setting merupakan keadaan, letak, lingkungan, dan latar tatacara dalam kaitannya dengan tempat dan pementasan drama (Echols & Shadily, 2003). Jika ditambah preposisi “to”, kata “set” yang mendasari “*setting*” berarti memasang, meletakkan, mengatur, menetapkan, dan masih banyak lagi (Hlm. 515-516).

Setiap adegan film memiliki dimensi fisik yang merefleksikan kebenaran tentang karakter di dalamnya, dunia di mana karakter itu berada, dan perjalanan yang akan terungkap (Dunne, 2009). Termasuk dalam dimensi fisik ini adalah *setting* lokasi dan waktu adegan, obyek yang ada dalam *setting*, dan elemen fisik yang mendefinisikan serta mengatur tempat tersebut (Hlm. 95).

Setting berguna untuk menciptakan otentisitas dan mengikat pembaca di dalam adegannya atau ceritanya (Rosenfeld, 2008). Jika *setting* terlalu mendominasi naskah dan mengalihkan pembaca dari karakter serta alur cerita, maka *setting* tersebut harus dikurangi proporsinya (Hlm. 50). Sesuai pesan Rosenfeld, hal-hal berikut perlu diperhatikan agar rincian *setting* seimbang dan tidak berlebihan:

1. *Setting* membantu menciptakan *mood* dan *ambience* (suasana sekitar) yang menentukan atmosfer sebuah adegan.
2. Karakter harus berinteraksi dengan *setting*. Yaitu, dengan terlibat secara fisik, atau melalui observasinya terhadap *setting*.
3. *Setting* harus mendukung plot dan memiliki alasan kuat untuk digunakan, bukan sebagai penghias yang tak memiliki andil dalam perkembangan karakter ataupun cerita.
4. Aksi dapat membantu menjabarkan *setting*. Bila karakter bergerak ke sana dan ke mari, adegan menjadi lebih berdimensi dan tidak statis (Hlm. 51).

Untuk menciptakan *setting* yang kaya dan ampuh, seorang penulis harus membuat *setting* yang *believable* (Whiteley, 2002). *Setting* harus dideskripsikan dengan detail sensorik—bukan statistik—agar dapat menciptakan atmosfer. *Setting*

juga harus memiliki kejelasan visual, dapat melibatkan dan menggugah pembaca, serta cocok dengan karakter dan plotnya. Lalu, *setting* perlu ditanamkan ke dalam benak pembaca secara tepat waktu agar tidak mengganggu alur cerita (Hlm. 164).

2.7. Property

Property atau *prop* diartikan sebagai obyek yang merupakan bagian dari *set* atau berfungsi sebagai alat yang digunakan aktor (Corrigan & White, 2012, Hlm. 72). Lebih khususnya, *hand props* adalah istilah untuk obyek-obyek yang dipegang aktor dan digunakan untuk menyampaikan cerita (Hart, 2013, Hlm. 2). Sementara, *set props* adalah obyek-obyek yang terletak dalam *set*. Sebagian besar *set props* merupakan furnitur (Hlm. 4).

Benda alam dan makhluk hidup dapat pula menjadi *props* yang mengkoncentrasikan makna-makna (Corrigan & White, 2012). Dalam film Jepang yang berjudul *The Eel* (1997), ikatan antara karakter utama dengan belut peliharaannya menjadi medium penebusan dosa yang mengharukan dari keputusasaannya terhadap kemanusiaan (Hlm. 72).

2.7.1. Signifikansi Prop

Sebuah *prop* memperoleh signifikansi khusus ketika digunakan untuk mengekspresikan tema utama dari film atau pikiran, perasaan, dan kemampuan karakter dalam dunia film tersebut (Corrigan & White, 2012, Hlm. 72). Di dalam naskah terdapat indikasi mengenai *props* yang memiliki peranan penting bagi karakter atau plot, memperkaya tekstur visual, dan membawa unsur *verisimilitude* maupun imajinasi ke dalam cerita (LoBrutto, 2002, Hlm. 21).

Contohnya, dalam film *Raise the Red Lantern* yang didesain Cao Jiuping dan disutradarai Zhang Yimou, lentera merah mengidentifikasi istri mana yang akan dikunjungi tokoh penguasa pada malam tertentu (LoBrutto, 2002). Dalam film *Citizen Kane*, terdapat kereta salju anak-anak yang dikatakan sebagai *prop* tersignifikan dalam sejarah perfilman Amerika. Kereta salju itu bernama *Rosebud* dan menjadi kata terakhir yang diucapkan tokoh Kane sebelum kematiannya—sebagai simbol masa kecil yang tak pernah dimilikinya (Hlm. 21)

Obyek atau *prop* yang signifikan dalam naskah adalah yang mengundang perhatian pada skala tertentu (Rosenfeld, 2008). Yaitu, ketika obyek secara langsung memiliki dampak terhadap plot atau perkembangan karakter. Lalu, ada pula obyek yang penting karena mempengaruhi atmosfer cerita (Hlm. 46-49). Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai:

2.7.1.1. *Plot-Significant Object*

Obyek tipe ini signifikan karena merubah plot atau alur cerita, dan bahkan menjadi *driving force* dari plot itu sendiri (Rosenfeld, 2008, Hlm. 47).

Cincin dalam trilogi *The Lord of the Rings* adalah contoh *plot-significant object*. Namun, obyek tipe ini tidak harus selalu mengendalikan keseimbangan antara baik atau jahat. Sebuah perhiasan curian, barang bukti yang membuat seorang tokoh dituduh melakukan tindakan amoral, atau senjata pembunuh dapat menjadi *plot-significant object* selama memiliki pengaruh langsung terhadap alur cerita (Hlm. 48).

2.7.1.2. *Character-Significant Object*

Obyek tipe ini adalah barang yang berharga bagi seorang karakter karena suatu alasan yang janggal atau personal (Rosenfeld, 2008). *Screenwriter* perlu mendeskripsikannya dengan cukup detil agar pembaca dapat memahami signifikansi benda tersebut bagi seorang karakter. Benda-benda yang dipercaya membawa keberuntungan, bermakna spiritual, atau yang memuaskan kebutuhan emosional seorang karakter adalah *character-significant objects*. Obyek tipe ini tidak harus memiliki pengaruh terhadap plot, tapi harus membantu pembaca dalam mendalami siapa diri karakter (Hlm. 48).

2.7.1.3. *Mood Object*

Selain kedua tipe obyek di atas, *mood object* adalah *prop* penting karena berfungsi mendukung suasana dan tema cerita, menyimbolkan perasaan karakter, menguatkan atmosfer *setting* dan dampaknya terhadap karakter, serta menambah kedalaman pemahaman pembaca mengenai apa yang dialami oleh karakter (Rosenfeld, 2008, Hlm. 46). Dalam novel *So Long, See You Tomorrow* karya Maxwell, narator cerita menyebut barang-barang di rumah almarhum ibunya dalam adegan nostalgia. Tak ada satu obyek pun yang dideskripsikan lebih detil dari yang lainnya, tapi semuanya familiar dan memberi kenyamanan bagi karakter (Hlm. 47).

2.7.2. *Instrumental dan Metaphorical Prop*

Ada dua bentuk dasar *property* dalam film, yaitu *instrumental prop* dan *metaphorical prop* (Corrigan & White, 2012). Kedua bentuk *prop* ini penting untuk

dibedakan karena mencirikan dunia macam apa yang meliputi karakter dalam sebuah film dan kemampuan karakter tersebut dalam berinteraksi dengan dunianya. Tulis Corrigan dan White, *prop* instrumental adalah obyek yang ditunjukkan dan digunakan sesuai dengan fungsi normalnya secara umum. Sementara, *prop* metaforis bisa jadi adalah obyek yang sama, tapi diciptakan dengan suatu fungsi ajaib, atau diberi makna metafor (Hlm. 72).

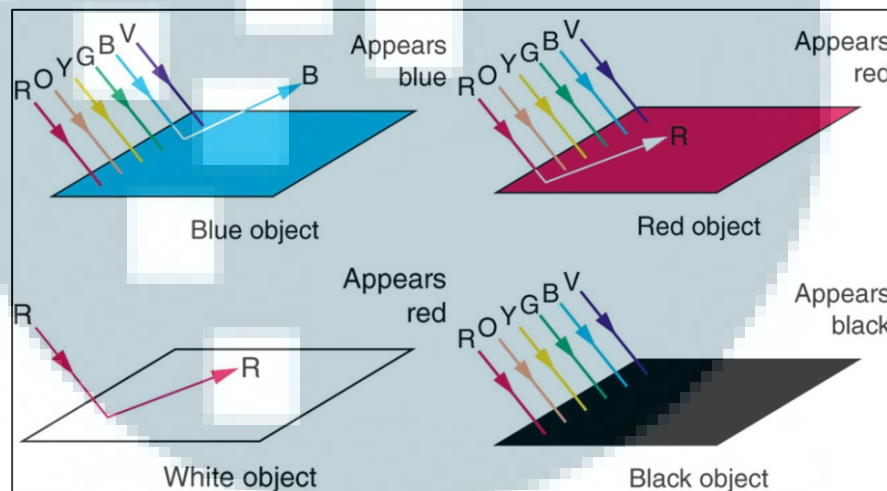
Contoh yang diberikan Corrigan dan White (2012) adalah pisau dalam film *Babette's Feast* dan *Psycho*. Fungsi pisau dalam film pertama betul-betul sebagai alat menyiapkan hidangan, sementara dalam film kedua malah menjadi simbol keganasan seksual. Contoh lain ada pada film *The Red Shoes*. Awalnya, sepasang *toe-shoes* merah milik tokoh Victoria muncul sebagai obyek instrumental yang membantunya menjadi balerina hebat. Tetapi pada akhirnya, *toe-shoes* tadi malah bertransformasi menjadi obyek metaforis yang secara ajaib membuat sang tokoh menari terus hingga ajalnya (Hlm. 72).

2.8. Warna

Warna merupakan fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur, yaitu cahaya, obyek, dan *observer* atau pengamat (Dameria, 2007). Tanpa salah satu dari ketiga unsur tersebut, warna tak bisa dikenali (Hlm. 10). Untuk lebih jelasnya, Dameria menjabarkan peran dari masing-masing unsur sebagai berikut:

1. Cahaya: Terangnya cahaya diukur dalam *colour temperature*, dengan satuan derajat Kelvin. Nilai temperatur tinggi menghasilkan warna yang lebih kebiruan, dan nilai rendah menghasilkan yang lebih kekuningan (Hlm. 11).

2. Obyek: Warna yang ditangkap manusia dipengaruhi bahan serta tekstur dari obyek yang memantulkan, meneruskan, atau menyerap cahaya yang mengenainya (Hlm. 11).
3. Pengamat: Dapat berupa alat ukur atau mata (Hlm. 10). Latar obyek, usia, jenis kelamin, kondisi fisik mata, perbedaan emosional, besar kecil suatu obyek, dan jarak pandang merupakan hal-hal yang mempengaruhi persepsi orang dalam melihat warna (Hlm. 12).



Gambar 2.1. Cahaya, Obyek, dan Warna

(<http://cnx.org>)

2.8.1. Psikologi dan Simbolisme Warna

Warna kaya akan makna-makna simbolis yang diperoleh dari asosiasi-asosiasi kultural dan sosial (Ambrose & Harris, 2005, Hlm. 104). Informasi mengenai psikologi warna dalam brosur-brosur perusahaan cat dan dekorasi rumah banyak bersumber dari tradisi Yahudi, Islam, Hindu, Tao, Budha, Kristen, dan sebagainya (Fraser & Banks, 2004, Hlm. 20).

Namun begitu, sebagian ilmuwan mengklaim bahwa makna-makna alami tertentu dari warna memang ada dan mempengaruhi manusia terlepas dari kondisi kultur ataupun sosial (Fraser & Banks, 2004). Bahkan, psikoanalisis bernama Carl Jung mengatakan bahwa warna adalah bahasa ibu alam bawah sadar. Banyaknya warna yang ditanggapi dengan sama oleh berbagai kebudayaan kuno justru menunjukkan warna memiliki makna yang intrinsik atau kolektif. Makna-makna itu datang dari fenomena natural—seperti merah untuk darah dan tanda bahaya, atau biru untuk tenangnya langit dan bebasnya laut lepas (Hlm. 20).

Zur Farbenlehre karya Goethe (1810) membahas persepsi dan pemrosesan warna oleh mata dan otak manusia, serta hubungannya dengan kondisi emosional manusia (Fraser & Banks, 2004, Hlm. 48). Selain itu, buku karya Skinner (2001) juga menyatakan bahwa warna memainkan peran besar dalam menetapkan *mood* atau kondisi pikiran tertentu, serta dapat mengubah kondisi fisik, mental, emosional, dan spiritual manusia (Hlm. 6-7).

Karena menimbulkan reaksi emosional dari penglihatnya, warna pun diasosiasikan dengan kata sifat seperti “panas”, “menenangkan”, “dingin”, atau “menggugah semangat” (Ambrose & Harris, 2005, Hlm. 105).

2.8.1.1. Makna Coklat

Ditinjau dari perspektif negatif, coklat bukan warna mewah. Masyarakat banyak menggunakan pakaian berwarna coklat pada masa Depresi Besar (1929-1939) karena dapat menyamarkan noda (Webster, 2006). Selain itu,

Sigmund Freud juga berpendapat bahwa simbol utama coklat adalah tinja (Hlm. 28). Warna coklat identik dengan tanah, kayu, kondisi yang kotor, dan produk hasil daur ulang yang cenderung tidak cerah (Dameria, 2007). Tetapi, dari segi positif, justru kelusuhan serta kekasaran teksturnya ini lah yang menjadi daya tarik (Hlm. 46).

Warna coklat dapat memberi kenyamanan, kehangatan, stabilitas, dan mengokohkan (Skinner, 2001, Hlm. 49). Coklat juga melambangkan kesehatan, kerja keras, serta penghargaan yang didapat dari hasil usaha (Webster, 2006, Hlm. 27). Bahkan, para Kaisar Dinasting Sung di Cina menggunakan coklat sebagai simbol dinastinya (Hlm. 28).

2.8.1.2. Makna Hijau

Hijau merupakan warna alam, simbol pertumbuhan, keberlimpahan, serta kebaruan—yang menghubungkannya dengan harapan dan umur panjang (Webster, 2006, Hlm. 19). Bahkan, “*green*” berasal dari “*grene*” dalam bahasa *Anglo-Saxon* yang diserap dari kata Jerman kuno, “*gro*”, untuk pertumbuhan. Karena itu lah, orang disebut hijau jika belum berkembang total atau belum berpengalaman. Tom Brown—karakter utama cerita karya Thomas Hughes—dideskripsikan sebagai orang yang sangat hijau karena dibingungkan oleh sesuatu yang begitu sederhana (Hlm. 20).

Dalam praktek medis dengan terapi warna, hijau digunakan untuk membantu penyembuhan tulang retak dan bermacam jaringan yang dapat tumbuh kembali, karena hijau menstimulasi hormon pertumbuhan dan pe-

remajaan (Skinner, 2001). Hijau juga meningkatkan imunitas dan membentuk otot, menstabilkan kondisi emosional dan psikologis, membantu kerja sistem pencernaan, serta memperkuat sistem syaraf. Bangsa Mesir kuno dan bangsa Cina menggunakan hijau sebagai warna penyembuhan primer karena hijau terletak pada bagian tengah spektrum warna dan memiliki keseimbangan harmonis antara sifat fisik dan spiritual (Hlm. 48).

Sehubungan dengan warna hijau, ada sebuah frasa yang sering didengar, yaitu *“green with envy”* (Webster, 2006). Frasa tersebut tercipta karena warna hijau terlihat pada aura seseorang ketika ia merasa cemburu atau iri (Hlm. 5). Berkaitan dengan hal ini, Skinner (2001) pun menuliskan bahwa hijau kusam kekuningan menandakan kecemburuan, dan hijau abu-abu pekat artinya iri hati (Hlm. 48).

2.8.1.3. Makna Kuning

Kuning adalah warna sinar matahari. Karenanya, kuning dianggap dapat menceriakan suasana, mencerahkan ruangan atau pikiran yang berkabut, memberi rasa lega, pemahaman, dan kebijaksanaan (Skinner, 2001, Hlm 37). Sebagai warna primer, kuning memiliki efek kuat secara psikologis dan dapat digunakan untuk memberi semangat, memperbaiki *mood*, menghilangkan keragu-raguan dan pikiran negatif (Dameria, 2007, Hlm. 34).

Sementara, dalam budaya Cina, kuning merupakan warna kerajaan dan dianggap sangat menguntungkan (Webster, 2006). Sehingga, jimat keberuntungan dicetak pada kertas warna kuning. Intelektualitas dan logika

pun dikatakan datang bersama warna kuning, dan memberi harapan serta arahan dalam hidup manusia (Hlm. 19).

Menurut Raja Solomon, warna kuning dibutuhkan untuk mendapatkan kebijaksanaan dan pemahaman (Skinner, 2001). Karena itu, *“Yellow Ray of Light”* hanya dapat dirasakan oleh orang yang telah menaklukkan diri sendiri dan bekerja dalam harmoni serta kejujuran (Hlm. 38).

2.9. Nutrisi untuk Pertumbuhan Manusia

Kirschmann (2007) menjelaskan bahwa nutrisi yang cukup artinya semua nutrisi yang esensial seperti karbohidrat, lemak, protein, vitamin, mineral, dan air tersedia dan dipergunakan secara seimbang untuk mempertahankan kesehatan dan kesejahteraan optimal (Hlm. 3). Nutrisi-nutrisi tadi mengandung zat-zat kimia yang menyuguhkan panas dan energi pada tubuh, menyediakan material yang diperlukan untuk pertumbuhan manusia dan perbaikan jaringan-jaringan tubuh, serta membantu regulasi proses-proses dalam tubuh (Hlm. 11).

Berkaitan dengan pertumbuhan, tubuh manusia memerlukan sejumlah besar mineral seperti kalsium, klorida, magnesium, fosfor, natrium, dan sulfur, serta sejumlah kecil kobalt, tembaga, iodium, besi, mangan, seng, dan selenium (Hassan & Napitupulu, 1985). Fluor dan molibden juga memiliki peran penting dalam metabolisme (Hlm. 356-357). Kalsium (sebanyak 99%) dan fosfor (70-80%) tercatat sebagai mineral utama yang terdapat dalam tulang. Sementara vitamin A, C, dan D juga merupakan faktor penting yang berperan

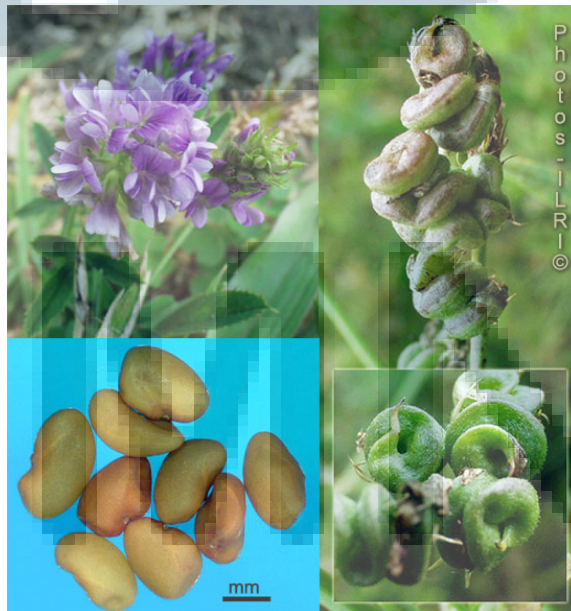
dalam metabolisme tulang. Demikian pula beberapa hormon seperti paratiroid, tiroid, *growth hormone*, dan hormon seks yang distimulasi oleh nutrisi-nutrisi yang tersebut sebelumnya (Hlm. 358).

2.9.1. Tanaman Berkhasiat

Berikut adalah tanaman-tanaman berkhasiat yang tumbuh di Indonesia dan mengandung nutrisi-nutrisi penting bagi pertumbuhan manusia, seperti yang telah dijabarkan sebelumnya:

2.9.1.1. Alfalfa (*Medicago sativa*)

Alfalfa tumbuh secara tahunan dengan ketinggian mencapai 45 hingga 100 cm (Fleming, 2000). Keseluruhan tanamannya ketika berbunga dan bijinya yang berkecambah adalah bagian yang dapat dijadikan obat (Hlm. 12).



Gambar 2.2. Bunga, Polong, dan Biji Alfalfa

(<http://www.tropicalforages.info>)

Alfalfa mengandung komponen *triterpene saponins* yang bermanfaat bagi sistem kardiovaskular, syaraf, dan pencernaan manusia (Fleming, 2000, Hlm. 12). Saponin juga meningkatkan produksi hormon dan respon sistem kekebalan tubuh, serta merupakan unsur penting regulasi metabolisme dan perkembangan organisme (Hoffmann, 2003, Hlm. 76-78).

Alfalfa juga mengandung banyak komponen *carotinoid*, *isoflavonoid*, *coumestan*, *triterpene*, *cyanogenic glycoside*, *L-canavaine*, *betaine*, *trigonelline*, dan *fatty oil* pada daun dan bijinya (Fleming, 2000, Hlm. 12).

Selain itu, alfalfa adalah tumbuhan polong. Tumbuhan polong kaya akan protein, zat besi, vitamin-vitamin B seperti *thiamin*, *riboflavin*, dan *niacin* (Kirschmann, 2007). Ketika polong bertunas, tumbuhan ini menjadi sumber vitamin C yang sempurna. Dan jika dikonsumsi bersama makanan berprotein lain dan padi-padian, maka tercipta protein komplet seperti yang ada pada daging (Hlm. 99).

2.9.1.2. Daun Kelor (*Moringa oleifera*)

Seperti terlihat pada gambar di bawah, kelor berdaun hijau tua. Tumbuhan berdaun hijau tua kaya akan kalsium, zat besi, magnesium, vitamin C, dan bermacam vitamin B (Kirschmann, 2007, Hlm. 107). Frank Martin (dalam Price, 2007) menyatakan daun kelor kaya akan vitamin A, C, dan B. Kandungan kalsium, protein, dan zat besinya juga sangat tinggi. Bahkan, tak

ada daun lain yang dapat menandingi persediaan asam amino *methionine* dan *cystine* dalam daun kelor (Hlm. 2).



Gambar 2.3. Daun Kelor

(<http://www.provivag.freshwerkz.net>)

Dari hasil penelitian yang dilakukan *Asian Vegetable Research and Development Center* (AVRDC), diketahui bahwa daun kelor mengandung level nutrisi dan antioksidan yang sangat tinggi (Price, 2007). Sehingga, banyak *health worker* di negara beriklim hangat yang memberikan bubuk daun kelor untuk penderita malnutrisi dari kalangan anak-anak serta ibu hamil dan menyusui (Hlm. 2).

Price menuliskan laporan dari Lowell Fuglie beserta *Church World Service* yang meneliti pengaruh daun kelor terhadap anak-anak umur satu hingga tiga tahun di Senegal. Dua puluh gram daun kelor segar dikatakan mencukupi semua vitamin A dan C yang dibutuhkan anak-anak itu. Jika mengonsumsi 100 gram daun kelor, seluruh kebutuhan kalsium dan 75%

dari kebutuhan zat besi, protein, potasium, vitamin B kompleks, tembaga, dan semua asam amino esensial per hari pun terpenuhi (Hlm. 3).

2.9.1.3. Kacang Hijau (*Pisum sativum*)

Kacang hijau adalah bahan makanan yang tidak asing lagi bagi manusia. Mineral yang terkandung dalam kacang hijau adalah kalium karbonat, zat besi, kalsium, dan fosforus (Nelson, 1951, Hlm. 225-226).



Gambar 2.4. Kacang Hijau

(<http://200birdies.files.wordpress.com>)

Lanjut Nelson (1951), vitamin yang paling banyak tersedia dalam kacang hijau adalah vitamin C, anggota vitamin B kompleks, dan karoten (Hlm. 220). Berikut adalah tabel persentase total dari empat vitamin yang dibutuhkan manusia setiap hari dan tersedia dalam 100 gram kacang hijau segar yang belum dimasak:

Tabel 2.1 Vitamin dalam 100 gr Kacang Hijau

VITAMIN	LOW RANK STRAIN	HI RANK STRAIN
Vitamin C	30 – 40 %	56 – 60 %
Thiamin (B1)	4 ½ – 5 %	30 – 35 %
Riboflavin (B2)	6 – 7 %	7 – 8 ½ %
Karoten (A)	14 %	19 %

(Sumber: Nelson, 1951, Hlm. 222)

Kandungan vitamin C, karoten, dan riboflavin seperti yang tersebut pada tabel di atas berguna memproduksi hormon tiroid yang bermanfaat bagi tulang dan metabolisme sel (Kirschmann, 2007, Hlm. 190).

Dalam kacang hijau muda yang banyak mengandung air, sekitar 27% karbohidrat yang terkandung berupa gula, sementara 16% berupa *starch* atau pati (Nelson, 1951). Pada kacang hijau dewasa yang lebih kering, karbohidrat berupa gula menjadi 9%, sementara zat pati 70%. Ketika 16% dari berat total kacang hijau segar merupakan padatan, protein yang terkandung di dalam padatan itu sejumlah 33%. Lalu ketika kacang semakin dewasa dan 70% berat total merupakan padatan, protein di dalamnya menjadi 25% (Hlm. 224).

2.9.1.4. Cara Meracik

Menurut Taylor (1998), tanaman berkhasiat dipersiapkan dan digunakan dengan berbagai cara, dan bagian-bagian yang berbeda dari satu tumbuhan dapat memberikan khasiat yang juga berbeda. Daun sebuah tanaman dapat diseduh untuk diminum sebagai obat suatu penyakit, sementara tangkainya

bisa diekstraksi menjadi alkohol untuk membantu penyembuhan penyakit lain (Hlm. 237). Oleh karena itu, jika hanya memerlukan khasiat dari satu atau beberapa bagian sebuah tanaman saja, bagian-bagian tersebut harus dipisahkan terlebih dulu sebelum diproses.

Seperti dalam *Herbal Indonesia Berkhasiat* (2010)—agar sari pati dan kandungan senyawa tanaman berkhasiat dapat dimanfaatkan, tanaman harus diolah terlebih dulu dengan cara merebus, menyeduh, atau menjadikannya serbuk. Dengan merebus, senyawa-senyawa aktif dari simplisia tanaman akan berpindah ke dalam air. Alat yang aman untuk digunakan adalah wadah dari bahan antikarat, tanah liat, kaca, atau *email* (Hlm. 31). Sementara itu, teknik menyeduh lazim digunakan untuk simplisia lunak seperti bunga dan daun, atau simplisia berbentuk serbuk. Ada dua macam serbuk yang dapat dibuat, yaitu murni dengan satu simplisia tunggal saja, atau merupakan campuran dari berbagai jenis tanaman (Hlm. 32).

Taylor (1998) menyatakan bahwa metode standar perebusan tanaman obat adalah dengan membiarkannya di air selama satu jam. Sebanyak 30 gram herbal kering atau 60 gram herbal segar direbus dalam 750 ml air hingga volume air berkurang menjadi 500 ml. Untuk metode penyeduhan, Taylor menyarankan untuk menggunakan 30 gram herbal kering atau 60 gram herbal segar dengan 500 ml air mendidih. Lalu wadah harus ditutup dan dibiarkan hingga 10 menit. Untuk diminum, dosis normal dari hasil penyeduhan dan perebusan ini adalah setengah gelas (Hlm. 237).

Cara-cara lain untuk mengolah obat herbal menurut Taylor (1998) adalah dengan metode *maceration* (penyeduhan tanaman menggunakan air dingin) dan *tincture* (mencampur dengan alkohol). Standar metode *maceration* adalah menuangkan 500 ml air dingin ke 25 gram herbal kering atau 50 gram herbal segar, kemudian dibiarkan terendam hingga 12 sampai 24 jam sebelum disaring. Lalu standar metode *tincture* menurut Taylor adalah dengan membuat campuran alkohol (25% hingga 80% dari total volume) dengan air (sebanyak persentase sisanya), untuk rasio 5:1 antara campuran dengan satu material tumbuhan. Normalnya, *tincture* dibiarkan hingga dua minggu, dikocok sekali-sekali, kemudian disaring (Hlm. 237-238).

UMN