



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. Film Animasi

Menurut Oxford Dictionaries (2013), animasi merupakan sebuah proses dalam memberikan tampilan yang hidup, memiliki kekuatan, dapat berbicara, dan menunjukkan tanda-tanda kehidupan lainnya, melalui teknik 2d yang menciptakan sebuah ilusi gerakan dan 3d animasi yang memanipulasi gambar elektronik melalui komputer untuk membuat gambar bergerak. Jean Ann Wright (2005, hal.1) dalam bukunya yang berjudul *Animation Writing and Development* menyatakan bahwa animasi berasal dari bahasa latin yaitu *animare* yang berarti untuk menghidupkan atau memberi nafas kehidupan. Oleh karena itu, animasi merupakan sebuah kegiatan atau seni untuk memberikan kehidupan pada sebuah tokoh yang berasal dari benda mati. Sedangkan film pendek diartikan pada situs The Academy of Motion Picture Arts and Science sebagai sebuah *motion picture* berdurasi kurang dari empat puluh menit termasuk *credit*. Situs ini juga menyatakan bahwa film pendek animasi merupakan hasil dari penggunaan teknik *frame by frame* (atau *cel animation, computer animation, stop motion, clay animation, pixilation, cutout*, dan teknik lainnya) yang biasanya terbagi menjadi animasi tokoh dan abstrak.

2.1.1. Animasi 3d

Andy Beane (2012, hal.1) dalam bukunya yang berjudul *3D Animation Essentials* menjelaskan bahwa animasi 3d yang merupakan sebuah istilah umum yang

menggambarkan pemanfaatan *software* dan *hardware* komputer animasi dalam berbagai jenis produksi industri, seperti *entertainment* dan *scientific*.

Beane (2012, hal.2) menjabarkan beberapa industri utama dalam produksi animasi 3d seperti berikut:

a. *Entertainment*

Industri hiburan berdedikasi dalam menciptakan dan menjual hiburan untuk penonton seperti film, televisi, *video game*, dan iklan. Dalam industri perfilman, animasi 3d digunakan dalam *fully-animated films* dan *visual effects films*. Pada *fully-animated films*, seluruh elemen visual merupakan hasil render dari *software* animasi 3d sepenuhnya, seperti film Toy Story, Despicable Me, dan Cars. Sedangkan *visual effects film* biasanya menggunakan *real-shot* pada aktor yang kemudian ditambahkan dengan *background* dan *visual effect* yang dihasilkan komputer. Industri ini memakan waktu enam bulan hingga empat tahun dengan kru sebanyak 3 hingga 300 orang.

b. *Scientifics*

Pemanfaatan animasi 3d dalam industri ilmiah membantu dalam bidang kedokteran, hukum, arsitektur, dan visualisasi produk. Karena penggunaannya ditujukan untuk target yang spesifik, maka hasil animasi ini tidak terlalu terkenal. Salah satu animasi 3d populer yang sangat membantu dalam penyampaian info industri ini yaitu penggambaran sistem kerja tubuh manusia. Adapun dalam bidang hukum, dimana animasi 3d dikombinasikan dengan perhitungan fisika pada komputer digunakan untuk reka ulang

kecelakaan, forensik, dan simulasi. Hal ini bertujuan untuk membantu pembuktian, penyangkalan, dan penguraian fakta pada kasus pengadilan.

Pemanfaatan animasi ini juga digunakan dalam bidang arsitektur dan visualisasi produk yang bertujuan searah, yakni untuk merancang dan menguji model atau produk untuk ditunjukkan pada investor terlebih dahulu dan diuji konstruksinya, sebelum hal tersebut direalisasikan secara nyata.

c. *Others*

Animasi 3d juga telah menjamah kategori industri baru lainnya seperti *augmented reality* dan teknik *projection mapping*.

2.1.2. Produksi Animasi 3d

Beane (2012, hal.21) menjelaskan bahwa setiap segmen industri 3d animasi menggunakan tahapan yang sama dalam produksi, yaitu sebagai berikut:

1. Praproduksi

Praproduksi merupakan tahap di mana perencanaan, perancangan, dan fase penelitian seluruh proyek 3d akan menghasilkan ide-ide besar dan rencana pengelolaan proyek. Tujuan dari tahap praproduksi adalah untuk membuat rencana, memprediksi masalah yang akan terjadi, beserta pemecahannya sehingga akan memudahkan proses produksi. Pada umumnya pelaksanaan dibagi pada dua tim yaitu, *artist* dan manajemen. Tahap ini dapat menghabiskan setengah hingga seluruh waktu produksi untuk mengabadikan ide-ide yang menarik.

Terdapat lima komponen tahap umum praproduksi yaitu ide atau cerita, *script* atau skenario, *storyboards*, *pre-vizualization*, dan desain. Ide atau cerita merupakan formula awal yang harus ‘diramu’. Cerita yang sudah matang dituliskan secara formal dalam *script* yang berisi gerakan dasar tokoh, lingkungan, waktu, tindakan, dialog, dan segala informasi penting dari cerita. *Script* nantinya akan divisualisasikan dalam gambar-gambar pementasan kamera (dengan representasi adegan, pose, dan efek visual) yang disebut *storyboards*. Dari *storyboard*, akan dibuat *pre-vizualization* yang berisi animatik sederhana dengan tambahan efek suara untuk menampilkan gambaran umum proyek. Selanjutnya adalah tahap desain, seperti desain tokoh, properti, kostum, dan *environment*.

2. Produksi

Pada tahap produksi, segala bahan praproduksi diserahkan kepada *artist* untuk menciptakan bagian proyek animasi. Komponen yang harus dikerjakan pada tahap ini yaitu *layout*, penelitian, *modeling*, *texturing*, *rigging* atau *setup*, animasi, *3d visual effects*, dan *lighting rendering*. *Layout* merupakan versi animatik 3d sebagai pengembangan dari *pre-vizualization*, untuk mencocokkan sudut pandang dan tata letak dalam versi 3d. Penelitian (*Research and Development*) bersama *Technical Director* akan meneliti tentang cara teknis dalam pembuatan film. Sedangkan *modeling*, *texturing*, dan *rigging* dikerjakan untuk menghasilkan tokoh, *environment*, dan properti hingga dapat dianimasikan. Dalam tahap animasi, pergerakan

benda dan tokoh akan dibuat sesuai dengan layout dan set yang tersedia. Animasi yang dihasilkan akan diberi pencahayaan dan *3d special effects*.

3. Pascaproduksi

Pascaproduksi merupakan tahap penyelesaian dan *output* proyek animasi 3d dimana dilakukannya koreksi warna dan polesan terakhir untuk menonjolkan sisi visual proyek. Setidaknya terdapat 4 komponen yang harus dikerjakan pada tahap ini yakni *compositing*, *visual effects* atau *motion graphics*, *color correction*, dan *final output*.

2.2. Tokoh

Tokoh dalam KBBI berarti sebuah rupa atau wujud, merupakan kata terjemahan dari *character*. Menurut situs RWC (*Reading and Writing Centre*) (2013) *character* berarti seseorang (atau dalam fabel, sebagai *non-human* yang berkepribadian) dalam sebuah karya sastra; merujuk pada ciri khas yang unik pada seseorang yang diceritakan dalam karya sastra. Sedangkan *characterization* diartikan sebagai cara di mana seorang penulis mendefinisikan sebuah tokoh. Selain itu, *humanoid* diartikan dalam Oxford Dictionaries sebagai suatu hal yang memiliki penampilan dan sifat yang merujuk seperti manusia. Jadi tokoh *humanoid* merupakan sesuatu (*human* atau pun *non-human*) berkepribadian dan berpenampilan seperti manusia.

Beane (2012, hal.106) mengatakan bahwa tokoh digunakan untuk menunjukkan tentang siapakah cerita itu, dan pada siapakah penonton harus melihat dalam cerita. Hal ini menunjukkan bahwa tokoh utama menjadi poin penting cerita

yang menjadi pusat perhatian, meskipun tetap ada tokoh lainnya. Beane mengelompokkan beberapa *archetypes* tokoh utama yang umum sebagai berikut:

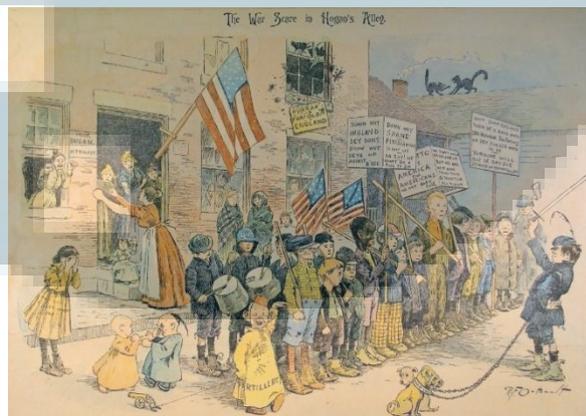
1. *The Hero*, sebagai tokoh utama.
2. Teman atau *sidekick*, sebagai tokoh pendukung tokoh utama untuk belajar dan bersandar.
3. *The Villain*, dalam hal ini bukan selalu berarti tokoh jahat melainkan tokoh yang berlawanan dengan *Hero*.
4. *The Challenger*, sebagai orang atau makhluk yang harus diatasi *Hero*.
5. *The Trickster*, sebagai penipu atau pengecoh *Hero*.
6. *The Shape-shifter*, sebagai seseorang yang berbeda dengan saat perkenalan pertama kali.

2.2.1. Sejarah Desain Tokoh

Seorang desainer tokoh yang profesional tentunya harus selalu mampu menemukan inspirasi dari berbagai hal, sekali pun hal yang membosankan dan biasa saja. Pemahaman sejarah desain tokoh akan memberikan banyak inspirasi kreatif yang berasal dari desainer-desainer luar biasa di masa lampau. Haitao Su (2010, hal. 13) mengingatkan pentingnya mengetahui seabad sejarah seni animasi, lima abad sejarah seni kartun dan sejarah seni lukis di masa lalu, dimana merupakan asal mulanya sumber daya dan peralatan. Untuk pembahasan tentang sejarah animasi dan kartun, penulis mengesampingkan sejarah seni nenek moyang seperti lukisan gua dan langsung merujuk pada jaman berkembangnya seni ilustrasi dan ala mula kartun pada akhir abad ke-90.

Haitao mengelompokkan perkembangan sejarah animasi dari awal perkembangan kartun sebagai berikut:

1. R.F. Outcault, pada tahun 1894 diperintahkan mengerjakan kolom kartun untuk surat kabar “New York World”. Ia mengerjakan serial cerpen jenaka tentang seorang anak lelaki dengan jubah kuning yang kumuh. Dari sini lah berawal terciptanya desain tokoh , yang kemudian membuat Outcault disebut sebagai *Father of American Cartoons* dan ciptaannya diabadikan sebagai “The Yellow Kid”. Hal ini membuat menjadi kartun semakin ramai beredar di surat kabar sebagai tokoh fiktif yang dapat diwujudkan dalam sebuah kartun dan dapat diterima.



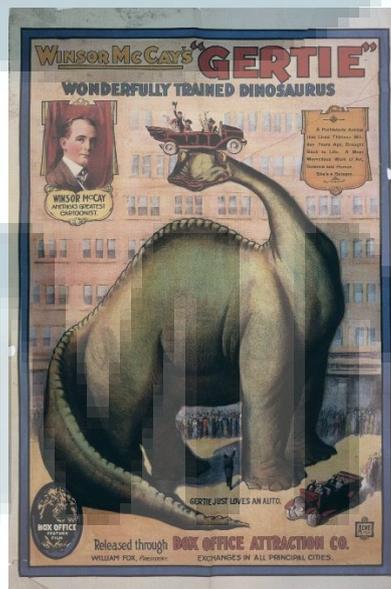
Gambar 2.1. The Yellow Kid
(<http://cartoons.osu.edu/yellowkid/1896/march/1896-3-15.jpg>)

2. Michelin Brothers bersama Marius Roussillion (desainer poster), pada tahun 1898 menciptakan sebuah tokoh Michelin Man yang diperuntukkan untuk sebuah perusahaan besar ban dan meraih sukses luar biasa pada masa itu. Tokoh yang berbalut ban tersebut sampai sekarang masih digunakan sebagai maskot dan logo dari perusahaan Michelin.



Gambar 2.2. Michelin Brothers
(www.trulydeeply.com.au)

3. Winsor McCay, pada tahun 1914 meluncurkan film kartun berjudul “Gertie The Dinosaur” dengan paduan cerita dongeng. Dengan film kartun ini, McCay mencoba menantang dirinya untuk membuat kartun dengan gaya seni yang tinggi dan mencapai keberhasilan. Tokoh Gertie pun menjadi nama yang terkenal sebagai perwujudan film kartun pertama.



Gambar 2.3. Gertie The Dinosaur
(<http://expeditionlive.files.wordpress.com/2014/02/gertie-the-dinosaur.jpg>)

4. Pat Sullivan, pada tahun 1917 meluncurkan film kartun serial dengan tokoh Felix The Cat. Dalam enam belas tahun, ia mencapai rekor kesuksesannya dalam menyelesaikan 100 serial kartun Felix The Cat.



Gambar 2.4. Felix The Cat
(<http://felix.goldenagecartoons.com/felixfelix1.gif>)

5. Walt Disney, pada tahun 1928 memproduksi film kartun pertama yang menggunakan suara berjudul “Steamboat Willie” dengan tokoh utama Mickey Mouse. Kemudian tokoh Mickey menjadi *trademarks* sebuah desain tokoh yang berpengaruh luas. Tokoh Mickey yang menjanjikan, membuat Carl Barks, yang bekerja di perusahaan Disney meluncurkan tokoh Donald Duck dengan tokohistik temperamen dan cerewet sebagai partner Mickey. Kemudian perusahaan ini terus berkembang dan menghasilkan banyak tokoh baru yang menguasai pasar dari seluruh penjuru. Pada tahun 1937, dunia animasi dikejutkan dengan peluncuran film “Snow White And The Seven Dwarfs” yang menjadi kartun berwarna dengan

durasi terpanjang pertama. Film ini sukses meraih piala Oscar dan membuat Disney di masa kejayaannya. Hal ini berkat konsep unik dari masing-masing tokoh terutama tujuh kurcaci yang memiliki tokohistik sangat khas yang tidak lain merupakan perwujudan kreativitas dan kebijakan seorang desainer. Sejak saat ini, desainer tokoh sangat terinspirasi dengan tokoh dongeng dan cerita nyata.



Gambar 2.5. Walt Disney

(http://media.liveauctiongroup.net/i/11189/11538357_1.jpg%3Fv%3D8CE816E4BF4AAD0)

6. Pada tahun 1951, muncul sebuah tokoh Denice The Menace yang berhasil membuat banyak orang tertawa akan tingkah lakunya, dalam surat kabar “Post-Hall Syndicate Sundays”. Tokoh ini dirancang Henry King dengan mengambil perwujudan anak lelakinya yang berumur lima tahun.

7. Selanjutnya desain tokoh semakin berkembang di dunia industri terutama dalam Online Games, seperti Super Mario Bros, Lara Croft, dan Games lainnya yang memberikan pilihan pada pemain untuk membuat tokohnya sendiri.

8. Perkembangan puncak dari tokoh desain dicapai dalam film “Toy Story 3” produksi Disney Pixar yang meraih seratus juta dolar Amerika.

Dapat dikatakan bahwa keberhasilan sebuah film ditentukan oleh desain dan keunikan konsep dari tokoh itu sendiri. Pete Docter (2006, hal.18) dalam buku “The Art of Up” mengatakan bahwa kesuksesan tokoh film Up bukan karena teknik cahaya dan bayangan yang dihasilkan, melainkan detail dan *personality* yang terpancar dari tokoh yang ‘kaya’. Oleh karena itu, seorang desainer tokoh harus berkonsentrasi tinggi pada kreativitasnya dan dapat mengangkat tokoh secara jelas kepada tim produksi yang terlibat agar karakteristik dan keunikan tokoh tersebut dapat tersampaikan dengan tepat. Tidak hanya memiliki kemampuan yang baik dalam menggambar, namun desainer tokoh juga mampu mengemukakan *style* dan fitur yang unik berdasarkan prinsip utama desain tokoh.

2.2.2. Hirarki dan Wujud Tokoh

Tom Bancroft (2006, hal.18) dalam bukunya yang berjudul *Creating Character with Personality* menyatakan enam kategori utama dalam desain tokoh berdasarkan hirarki yang mengacu pada tingkat kerumitan yaitu sebagai berikut:

1. *Iconic*

Kategori ini identik dengan bentuk grafik yang sangat sederhana seperti Mickey Mouse, Felix The Cat dan Hello Kitty. Mata besar, hidung kecil (atau bahkan tidak ada), merupakan ciri khas kategori ini.



Gambar 2.6. Felix The Cat
(<http://people.ucsc.edu/~efsomers/exhibit/Art%20Exhibition/felix.jpg>)

2. *Simple*

Hampir sama dengan *logo-style*, kategori ini sedikit lebih ekspresif. *Style* ini sering dijumpai di TV dan web seperti Fred Flinstone dan Dexter's Lab.



Gambar 2.7. Fred Flinstone
(http://userserve-ak.last.fm/serve/_/33397865/Fred+Flintstone+FredFlintstone.jpg)

3. *Broad*

Mata dan mulut besar merupakan ciri khas dari kategori ini, yang bertujuan untuk menampilkan ekspresi yang ekstrim dan jelas terpampang pada penampilannya untuk kepentingan humor.

4. *Comedy Relief*

Berbeda dengan broad yang mementingkan penampilan visual dalam humor, kategori ini lebih mengacu pada akting dan dialog. Penggunaan anatomi wajah yang tepat diperlukan untuk memberi kesan humor, seperti yang diterapkan pada Nemo, Bernard Bear, dan Mushu.



Gambar 2.8. Bernard Bear

(<http://cowperhill.com/wp-content/uploads/2013/07/Bernard-Bear-Wallpapers-HD5.jpg>)

5. *Lead Character*

Ekspresi wajah, akting, dan anatomi yang digunakan dalam kategori ini mendekati realis, dan mampu melakukan hal seperti manusia. Kategori ini diterapkan dalam tokoh Sleeping Beauty, Cinderella, dan Brave oleh Disney karena lebih mudah dalam menarik emosi penonton.



Gambar 2.9. Princess Brave
(http://deathandtaxesmag.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2013/05/tumblr_mjvmm5O3Ns1s6tfkmo3_500.jpg)

6. *Realistic*

Kategori tingkat tinggi yang hampir menyerupai bentuk realis dengan campuran gaya karikatur ini sering ditemukan dalam game bergenre realis, dan film animasi Hollywood. *Style* ini dapat menarik perhatian penonton dengan tingkat realistiknya seperti Shrek dan Hulk.



Gambar 2.10. Hulk
(http://marvel.com/images/gallery/story/18805/images_from_new_marvel_heroes_screen_shots_characters_revealed/image/920291L)

2.3. Desain Tokoh

Rancangan tokoh atau desain tokoh merupakan sesuatu yang sangat populer dalam dunia desain yang seringkali digunakan sebagai unsur dalam film, iklan, *game*, animasi, *video game*, dan sebagainya.

Withrow (2009, hal.19) mengatakan bahwa ide sebuah tokoh biasanya bermula melalui proses *brainstorming* dengan melakukan coretan sketsa atau *thumbnails* untuk memperkuat citra yang jelas. Kemudian dasar rancangan tokoh mulai dibenahi lagi dengan kontur yang lebih detail, tegas, *tone*, warna, hingga akhirnya sebuah rancangan *model sheet*. *Model sheet* merupakan rancangan sementara yang dapat menjelaskan pose, kontur, kostum, pilihan warna, dan bentuk tokoh secara efisien kepada tim produksi lainnya.

Bancroft (2006, hal. 17) mengatakan bahwa sebelum mendesain tokoh, terdapat beberapa hal yang perlu diketahui terlebih dahulu, yaitu:

1. Pada posisi apa tokoh diterapkan dalam cerita (pahlawan, penjahat, pemeran pembantu, *heroine*, dsb.)
2. Kepribadian khas apa yang harus dimiliki tokoh (menyenangkan, bergairah, penuh kasih, dsb.)
3. Mengetahui adanya plot cerita yang mempengaruhi desain yang akan diterapkan (hidung kecil Pinocchio yang bisa menjadi panjang, telinga besar Dumbo, dsb.)

2.3.1. *Three Dimensional Character Development*

Pembangunan tokoh dibagi ke dalam tiga dimensi berikut:

1. Fisiologi Tokoh

Pembangunan sebuah tokoh tidak pernah terlepas dari penentuan ciri fisik dalam membantu latar belakang tokoh. Marianne Krawczyk dan Jeannie Novak (2007, hal.128) dalam bukunya yang berjudul *Game Development Essentials: Game Story & Character Development* mengemukakan bahwa bagaimana penampilan tokoh, apakah tokoh tersebut tinggi, pendek, tampan atau pun jelek akan memiliki kontribusi yang besar pada tingkah laku tokoh.

Napoleon Bonaparte sebagai contoh, merasa tertekan disebut sebagai pria pendek membuatnya tergerak untuk menguasai Eropa demi membuktikan dirinya kepada dunia. Selain itu, Pinnochio yang diolok-olok karena memiliki badan terbuat dari kayu, membuatnya ingin membuktikan dirinya bahwa ia sama seperti anak-anak lainnya, memiliki hati dan akal budi. Dapat dilihat bahwa fisiologi tokoh berpengaruh besar pada tindakan dan tingkah laku seseorang. Jika saja Bonaparte tidak memiliki ukuran tubuh yang pendek, dan Pinnochio tidak terbuat dari kayu, maka akan lain ceritanya, bahkan mungkin mereka tidak akan bersusah payah seperti itu dalam membuktikan diri.

Marianne Krawczyk dan Jeannie Novak (2007, hal.128) menentukan hal-hal yang harus diperhatikan dalam fisiologi tokoh diantaranya; gender, umur, warna mata dan rambut, tinggi dan berat, bentuk tubuh, penampilan (tampan, cantik, jelek, penjahat), *gesture*, kesehatan, genetik, dan terutama *face and expression*. Perlu

diingat bahwa pembentukan visual tidak hanya sekedar membangun penampilan yang menarik, namun juga harus berdampak pada psikologi tokoh tersebut.

Bancroft dalam buku *Character Mentor: Learn by Example How to Bring Your Character to Life* (2012, hal.32) menjabarkan peranan penting pada pada wajah, baik manusia maupun binatang untuk menunjang komunikasi melalui emosi. Berikut adalah elemen-elemen yang dibagi oleh Bancroft berdasarkan tingkat kegunaannya dalam berkomunikasi:

a. Mata

Mata adalah jendela jiwa. Saat berkomunikasi, tanpa disadari kita akan menatap langsung pada mata. Hal ini disebut *eye-contact*. Terdapat beberapa bentuk mata untuk tokoh animasi, diantaranya bundar, *almond*, dan *teardrop*.



Gambar 2.11. Mata
(Character Mentor, 2012, hal.34)

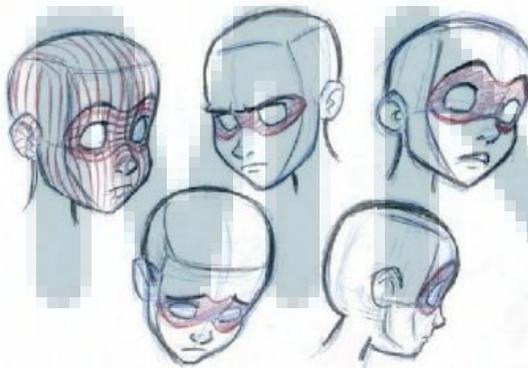
b. Alis Mata

Sama halnya dengan mata, alis juga menekankan sebuah emosi dan memberi arti akan apa yang ingin disampaikan. Yang perlu diperhatikan adalah keseimbangan antara alis dan mata. Jarak yang terlalu jauh akan mempengaruhi kurang kuatnya ekspresi yang dapat disampaikan karena otot alis terlalu jauh, dan sebaliknya.



Gambar 2.12. Alis Mata
(Character Mentor, 2012, hal. 37)

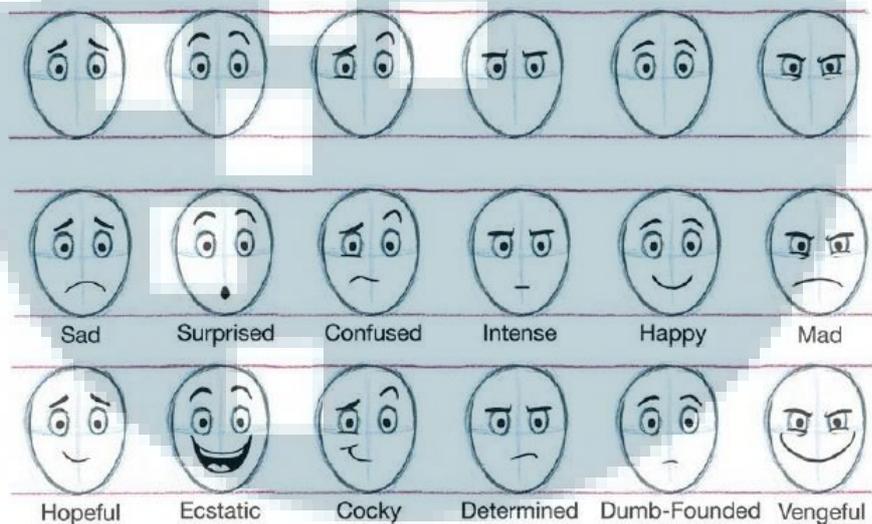
Bancroft (2012, hal.37) menjelaskan sebuah teknik dalam menyeimbangkan jarak alis dan mata, yaitu dengan mengandaikan adanya sebuah topeng yang menutupi mata sampai alis. Jadi setiap pergerakan mata akan berpengaruh pada alis, dan sebaliknya.



Gambar 2.13. Face Mask
(Character Mentor, 2012, hal. 37)

c. Mulut

Mulut berperan sebagai “penerjemah perasaan” dan sebagai “*face Action*”. Maksudnya, dari mulut seseorang dapat membaca secara lugas perasaan dan ekspresi yang disampaikan oleh orang tersebut, seperti ekspresi sedih, kaget, bingung, intens, senang, dan marah. Pemakaian ekspresi mulut yang tepat akan menekankan emosi dan karakteristik yang unik. Oleh karena itu, tanpa mulut, alis dan mata tidak akan cukup untuk menciptakan suatu emosi.



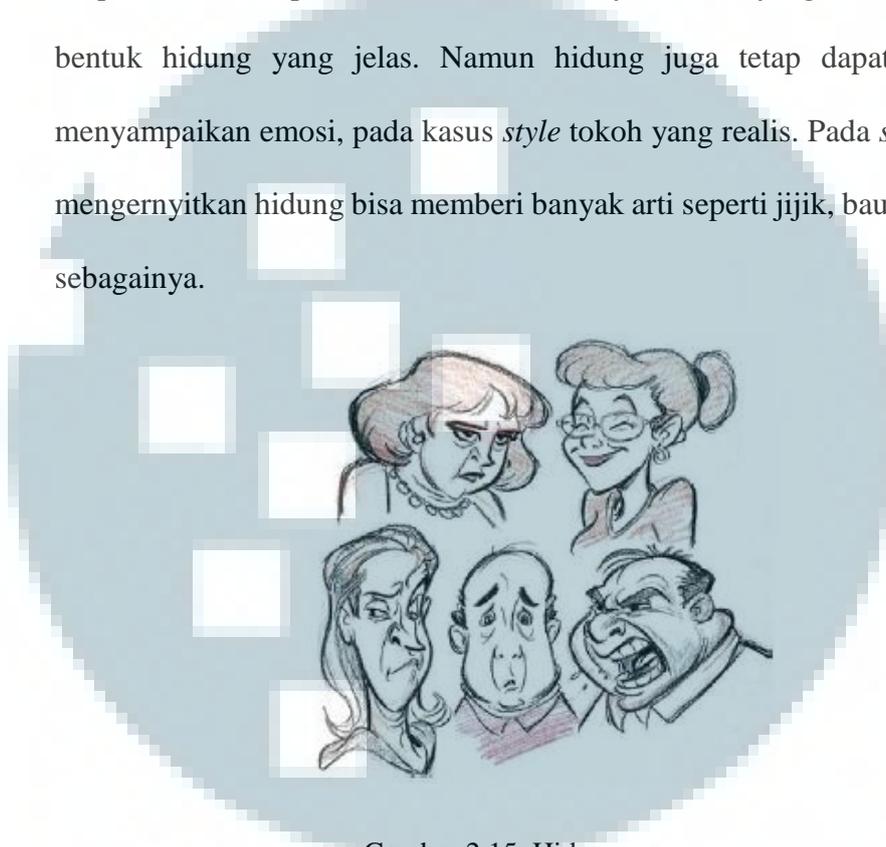
Gambar 2.14. Mulut
(Character Mentor, 2012, hal. 38)

d. Leher

Leher menjadi penghubung antara kepala dan tubuh, berguna dalam memperdalam sebuah gerakan sehingga akan dihasilkan sebuah gerakan dengan emosi yang mendalam. Sebagai contoh, saat tokoh mencondongkan kepalanya ke depan kepada tokoh lainnya, hal itu dapat memperkuat sebuah gagasan dan emosi rasa penasaran secara dramatis.

e. Hidung

Hidung memang tidak selalu sering digunakan untuk menyampaikan ekspresi. Bahkan pada kasus tertentu, banyak tokoh yang tidak memiliki bentuk hidung yang jelas. Namun hidung juga tetap dapat berperan menyampaikan emosi, pada kasus *style* tokoh yang realis. Pada *style* realis, mengernyitkan hidung bisa memberi banyak arti seperti jijik, bau, kesal dan sebagainya.



Gambar 2.15. Hidung
(Character Mentor, 2012, hal. 42)

2. Sosiologi Tokoh

Bagian ini membahas latar belakang sosial tokoh, seperti dari mana ia berasal, siapa orang tuanya, didikan seperti apa yang mempengaruhi ambisi dan tindakannya. Sebagai contoh, seorang anak yang terlahir dari keluarga miskin akan sangat berbeda perilakunya dengan anak yang berasal dari keluarga kerajaan.

Krawczyk dan Novak (2007, hal.131) mengelompokan faktor sosiologi yang semacamnya sangat berpengaruh pada perkembangan tokoh seseorang sebagai berikut:

a. *Economic Power*

Segi sosial ini membahas mengenai kasta atau kelas sosial mana tokoh berasal, dan bagaimana dampak pada perilakunya.

b. *Family roots*

Segi sosial ini membahas mengenai kedudukan tokoh di dalam keluarga. Apakah ia berasal dari keluarga yang besar, atau hanya seorang anak bungsu yang hanya tinggal bersama kedua saudaranya.

c. *Marital status*

Status menikah atau belum menikah tentunya dapat mempengaruhi pola pikir seseorang. Jika tokoh berstatus menikah, desainer perlu menyesuaikan diri untuk mencari tahu hal yang dipikirkan oleh orang yang sudah berkeluarga.

d. *Occupation*

Segi pekerjaan, jabatan, dan kedudukan seseorang juga berpengaruh pada pola pikir seseorang. Namun apabila tokoh tidak bekerja, desainer harus menentukan peran tokoh, akan jadi apa ia, dan apa yang ingin dicapai.

e. *Education*

Setinggi apa pendidikan seseorang, pendidikan apa yang ditempuhnya, dan seberapa lama ia menyelesaikan pendidikan tersebut (lebih cepat, normal, atau lama) akan menentukan pikiran seseorang. Orang yang menyelesaikan pendidikan lebih tinggi dengan kurun waktu lebih cepat tentulah seseorang dengan tipe pikiran luas dan cerdas.

f. *Religion*

Hal apa yang dianut seseorang, dan seberapa besar semangat dan kewajibannya dengan hal tersebut memberi pengaruh pada jalur pemikiran dan apa yang ia kehendaki.

g. *Race*

Segi sosial ini lebih membahas mengenai pengaruh dari lingkungan dan tempat tinggal seseorang. Sebagai contoh, Tarzan memiliki sifat yang liar dan emosi sulit terkendali sebab ia tinggal di dalam hutan dan tidak banyak memiliki interaksi dengan manusia.

h. *Political affiliations*

Segi ini tidak sekedar membahas hubungan politik, namun mengenai keanggotaan, komunitas, atau kelompok mana yang menjadi pilihan seseorang.

3. Psikologi Tokoh

Sementara fisiologi dan latar belakang sosial mempengaruhi tingkah laku seseorang, psikologi merupakan studi yang mempelajari tingkah laku tersebut. Marianne Krawczyk dan Jeannie Novak (2007, hal.132) mengelompokkan beberapa pertanyaan yang harus dijawab dalam pembentukan tokoh, yaitu sebagai berikut:

- a. *Beliefs*: apakah keyakinan yang diyakininya, hal seperti apa yang benar dan salah menurutnya, dan bagaimana sudut pandangnya pada satu hal.
- b. *Sex Life*: bukan hanya mengenai kehidupan seksual seseorang namun mengenai apa yang ia pikirkan tentang hal itu, dan bagaimana interaksinya dengan lawan jenis.

- c. *Temperament*: apakah ia mudah bergaul, pemarah, berpikir logis atau dengan perasaan.
- d. *Attitude*: bagaimana cara ia memandang hidup, secara pesimis atau optimis.
- e. *Extrovert or introvert*: apakah ia senang berada di tengah kerumunan, atau ia suka menyendiri dan tidak nyaman dengan banyak orang.
- f. *Complexes*: apakah ia tipe yang suka bertakhyul, takut, atau tipe bersemangat.
- g. *Intelligence*: setiap orang memiliki kecerdasan sendiri, namun secerdas apakah ia, dan cerdas dalam hal apa yang ia capai.
- h. *Emotional intelligence*: bagaimana tingkah emosional tokoh, apakah ia pencemburu, dermawan, atau murah hati.

2.3.2. Bentuk, Ukuran, dan Perbedaan

Penciptaan desain tokoh tentunya memerlukan elemen desain yang tepat. Bancroft (2006, hal.28) menjelaskan elemen dasar yang disebutnya sebagai *Meat, Potatoes, and Veggie*. Bentuk atau *meat* secara keseluruhan akan menunjukkan kepribadian sebuah tokoh. Bentuk dasar yang dimaksud ialah lingkaran, segi tiga, dan persegi.

1. Lingkaran

Bentuk dasar lingkaran mengesankan tokoh yang ramah, baik lucu dan *friendly* sebab terdapat banyak bentuk kurva. Penerapannya biasa pada tokoh seperti Santa Claus, wanita, dan bayi.

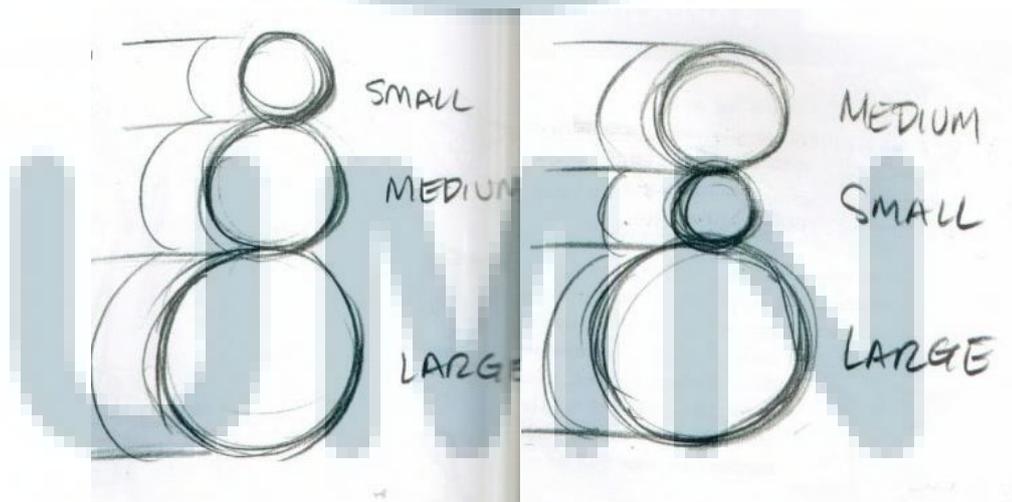
2. Segi Tiga

Tokoh dengan bentuk dasar ini akan memberikan kesan yang agresif, licik, jahat, dan penuh tipu muslihat. Penerapan bentuk segi tiga ini biasa digunakan pada tokoh *bad guy* dan penjahat.

3. Persegi

Bentuk persegi pada tokoh memberikan kesan tegas, kokoh, kuat dan bermain kasar seperti *superhero*.

Bentuk-bentuk dasar tersebut dapat membantu desainer dalam visualisasi kepribadian tokoh secara keseluruhan. Sementara memainkan ukuran antara bentuk tersebut dapat membangun desain yang lebih kuat secara visual. Bancroft mengandaikan dengan bentuk *snowman* yang memiliki perbedaan ukuran statis dari tiap bagiannya. Kemudian dibandingkan dengan variasi ukuran bentuk yang dinamis. Variasi baru ini dapat menghasilkan visual yang lebih menarik.



Gambar 2.16. Variasi Bentuk
(Character Mentor, 2006, hal. 28)

Adapun *potatoes* dalam istilah Bancroft yaitu mengenai perbedaan. Perbedaan ini lebih mengarah pada jarak dan variasi ukuran dan bentuk dalam desain. Semakin banyak variasi yang dapat menonjolkan desain, semakin kuat desain tersebut.

1. *Contrast in line*

Garis dapat digunakan untuk menyatakan perbedaan kedalaman dan panjang. Penerapan garis pada sudut tertentu juga dapat menghasilkan kontras yang kuat. Hal ini membuat desain visual semakin kuat dan menarik.

2. *Straight lines juxtaposed against curves*

Garis lurus yang disandingkan dengan kurva dapat membuat desain terlihat semakin hidup dan menarik. Garis lurus yang paralel membuat kesan statis dalam desain. Sementara kurva yang paralel memberi kesan yang terlalu mulus. Penempatan garis lurus dan kurva secara berlawanan membuat desain lebih dinamis dan natural.

3. *Recurring shapes within design*

Bentuk berulang dapat membuat sebuah motif baru dalam desain.

Pengulangan bentuk dengan berbagai ukuran juga dapat menghasilkan variasi baru yang dapat mendukung desain.

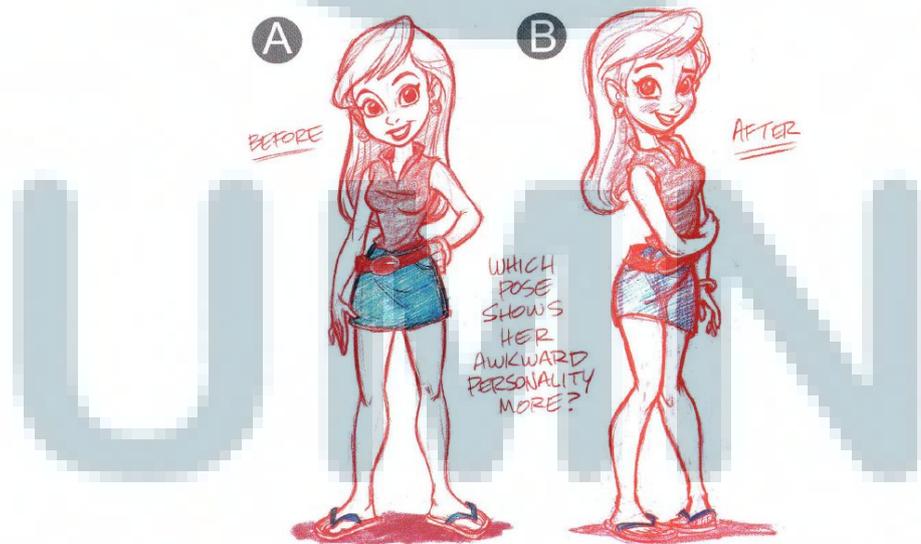
5. *Negative space*

Jarak dan regangan di antara bentuk berguna untuk menegaskan visual dari tokoh. Variasi dari *negative-positive shapes* dapat menghasilkan siluet tokoh yang lebih menarik.

2.3.3. Pose dan *Emote*

Bancroft (2006, hal. 135) mengatakan bahwa *three-quarter front view* pada tokoh jauh lebih efektif dari *front view* untuk menunjukkan sikap dan dimensi dari tokoh. Hal ini disampaikan dalam sebuah pose dan *emote*. Kepribadian, usia, ukuran tubuh, dan bentuk fisik perlu diperhatikan dalam pembuatan pose.

Sebagai contoh, desain pada orang yang sudah tua akan dibutuhkan pose yang lebih bungkuk sebagai pengaruh dari umur. Hal ini bukan berarti bahwa pada umur yang lebih muda, akan diberlakukan pose tegak lurus, sebab pose bergantung pada kepribadian masing-masing tokoh.



Gambar 2.17. Pose
(Character Mentor, 2006, hal. 55)

2.3.4. Desainer Tokoh

Haitao Su dalam bukunya yang berjudul *Character Design for Game, Animation, and Film* menjelaskan bahwa seorang desainer tokoh tidak hanya merancang tokoh sesuai konsep, namun juga dapat memainkan banyak peran, seperti *director*, *dresser*, *lighting engineer*, *photographer*, *air stylist*, *costumer*, *props master*, dan dapat berperan sebagai *casting director* dalam industri perfilman. Oleh karena itu, seorang desainer tokoh tidak hanya harus memiliki pengetahuan yang luas dan memadai, namun juga harus memiliki rasa keingintahuan dan penasaran yang tinggi dalam mengamati hal-hal di sekelilingnya. Apabila seseorang ingin meninjau tokoh tersebut dari segi konsep dan desain, ia akan menemukan banyak hal menarik yang sangat terancang dan terperinci.

Withrow (2009, hal.18) menyebutkan bahwa untuk sebagian orang, animasi berarti melihat sebuah tokoh dalam gerakan terarah yang umumnya disertai dengan suara akting. Ia juga menjabarkan bahwa seorang desainer tokoh seperti menciptakan seorang aktor dengan emosi pikiran (di luar tindakan fisik) yang membuat ilusi kehidupan lebih kuat dan pendekatan *audience* yang lebih cepat. Pada umumnya, desainer tokoh menggunakan jangkauan dari segi artistik yang sama, yaitu meliputi anatomi, estetika, kinetik, dan ekspresi dramatis. Kemudian hal tersebut diwujudkan dalam sebuah rancangan *draft* tampak samping, depan, belakang, dan $\frac{3}{4}$ tampak samping kepala (biasa disebut perspektif). Perancangan tokoh seperti ini dapat diaplikasikan dalam cerita yang difilmkan, kartun, *game*, maskot, iklan, ilustrasi buku, dan sebagainya.

Setiap desainer tokoh tentu akan memulai dengan proses pembangunan sebuah konsep dan dilanjutkan dengan proses *draft* (sketsa), skema berdasarkan negosiasi dengan *client*, *coloring*, dan pengembangan hingga selesai. Berikut adalah prosedur awal dalam menyiapkan sebuah rancangan tokoh yang dikelompokkan menjadi tiga bagian oleh Haitao (2010, hal.24).

1. Persiapan diri

Persiapan peralatan, media, imajinasi, dan referensi akan memperlancar proses pengerjaan tahap awal. Desainer tokoh umumnya memulai menggunakan media tradisional dengan peralatan seperti pensil, penghapus, *drawing pen*, buku sketsa, dan peralatan lainnya yang dianggap mendukung. Referensi dapat berupa majalah, TV, buku sketsa, *scrapbook*, dan internet.

4. Proses dasar dalam merancang

Terdapat tujuh tahap pada bagian ini yaitu, tahap berpikir, *draft*, software, diskusi atau negosiasi dengan *client*, persetujuan, pewarnaan, dan revisi hasil akhir. Pada tahap pemikiran, desainer tentunya harus memahami script dengan teliti. Lalu akan timbul banyak pertanyaan, seperti; kategori seperti apa yang cocok untuk tokoh ini? Apa keunikannya? Siapa sajakah teman dan musuhnya? Seperti apa tokoh yang pas dan dapat diterima *audience*? Apa yang harus digunakannya? Desainer harus menemukan solusi dari pertanyaan tersebut, dan mulai membuat sketsa (*draft*).

Kemudian sketsa dilanjutkan dengan menggunakan software yang dianggap mendukung, sebelum diajukan pada *client*. Setelah persetujuan tokoh, maka dapat dilanjutkan ke tahap pewarnaan yang biasa disebut *digital painting*, berlanjut pada

tahap revisi (bila diperlukan) dimana desainer harus melakukan sedikit perubahan konsep tokoh atas permintaan client atau pun desainer.

2.4. Fantasi

Berdasarkan Oxford Dictionary (2013), *fantasy* memiliki arti sebagai sebuah kegiatan imajinasi pada hal yang mungkin atau tidak mungkin; ide tanpa didasari kenyataan; kategori imajinatif fiksi yang umumnya meliputi sihir dan petualangan, terutama pada *setting* yang jauh berbeda dengan dunia nyata. Sementara James Walter (2011, hal.3) dalam bukunya yang berjudul *Fantasy Film* menjelaskan bahwa fantasi merupakan elemen yang fana, tidak nyata, rentan dan tidak stabil dalam sinema, dan cenderung memunculkan keadaan fiktif. Ia juga menegaskan bahwa tidak semua film fiksi dapat dimaknai sebagai fantasi, namun lebih mengacu pada hal-hal yang berangkat dari batasan-batasan biasa, kehidupan sehari-hari, seperti alam supernatural dimana biasanya terdapat *creature*.

Ellen Besen (2008, hal.18) dalam bukunya yang berjudul *Animation Unleashed* mengatakan bahwa animasi dan fantasi merupakan pasangan serasi, karena animasi dapat mewujudkan segala karakteristik fundamental fantasi yang tidak mungkin menjadi mungkin. Besen (2008, hal. 26) juga mengatakan bahwa dunia animasi memerlukan logika, konsistensi, dan batasan agar terasa 'nyata'. Jadi meskipun fantasi menggapai segala bentuk *invisible* dan *abstract*, diperlukan pula logika, konsistensi, dan batasan dari dunia fantasi itu sendiri.

Jessica Peffer (2007, hal.13) dalam bukunya yang berjudul *DragonArt Fantasy Character* menyatakan bahwa fantasi sering kali dikaitkan dengan *human*

(*humanlike creatures*) karna dekat dengan diri mereka. Ia menegaskan bahwa *human* adalah sebuah alat yang fantastis dalam cerita visual sebab dapat menyampaikan pesan dengan sekilas ekspresi wajah dan gestur. Peffer juga membagi tokoh fantasi ke dalam beberapa kategori umum berikut.

2.4.1. *Fairy Tale*

Kategori *fairy tale* ini identik dengan alam dan lingkungannya. Cerita tentang peri dan folklor mempengaruhi tipe dunia ini. Berikut adalah jenis tokoh yang ada pada dunia ini:

1. *Fairy*

Tokoh ini berasal dari cerita peri dan mitologi Eropa kuno, di mana peri identik dengan sayap dan telinga runcing.

2. *Sprite*

Sprite dan *spirits* biasanya berada di dekat air, atau di bersembunyi di belakang daun. Mereka identik dengan sifat nakal, dan suka bermain.

3. *Elf*

Berasal dari literatur Eropa selama berabad-abad, dan sekarang rupa *elf* digambarkan tidak terlalu ‘peri’ melainkan lebih mengarah pada ‘Santa’.

Tokoh ini lebih umum ke fantasi modern dengan ciri khas lebih tinggi, elegan dan memiliki telinga runcing.

4. *Goblin*

Tokoh ini identik dengan sifat nakal, terkadang menjadi peri kecil jahat yang suka menipu dan mengerjai orang-orang yang tidak mencurigainya.

5. *Dwarf*

Berasal dari mitos Norse, dan identik dengan tubuh pendek, tambun, dan berjanggut lebat. Kadang tokoh ini bisa menjadi *warriors* atau pun tokoh yang ganas.

6. *Orc*

Tokoh yang muncul di novel fantasi modern, *game RPG*, dan *video game* ini mulanya dikembangkan oleh J.R.R. Tolkien. Tipe ini cenderung kasar, memiliki tubuh dan taring yang besar, dan identik dengan warna tanah.

2.4.2. *Legend*

Kategori ini dipengaruhi oleh mitos dan legenda dengan cerita sejarah yang lengkap dari masing-masing ciptaan. Beberapa jenis tokoh dari tipe ini yaitu *mermaid*, *centaur*, *faun*, *angel*, dan *ritsune*.

2.4.3. *Bump in the Night*

Dunia malam merupakan ciri khas dari kategori tokoh ini. Terdapat empat tokoh umum dunia ini diantaranya:

1. *Banshee*, merupakan roh wanita dalam mitologi Irish.
2. *Vampire*, merupakan sosok kebangkitan mayat dari kematian sehingga membuat mereka tergantung dengan darah untuk bertahan diri.
3. *Werewolf*, berasal dari manusia yang dimantrai atau dikutuk menjadi serigala atau manusia serigala terutama saat bulan penuh.
4. *Demon*, merupakan sosok adaptasi rupa hewan yang tinggal di tempat lain dan datang ke dunia hanya untuk membuat masalah.

2.4.4. *Fashion Central*

Di luar dari kategori tipe dunia fantasi, bagian ini mengacu pada *fashion* yang diterapkan pada tokoh. Hal ini mengutamakan kostum dan properti yang digunakan. *Fashion* yang diterapkan pada tokoh yaitu diantaranya; *Warrior* yang mementingkan senjata dan pedang; *Ranger* yang identik panah dan kamuflase; *Rogue* yang identik dengan dandanan ala pencuri dan pembajak; *Mage* sebagai *Master of Magic* yang memerlukan kostum penyihir; *Cleri* berkebalikan dengan *Mage*; *Samurai* dengan kostum budaya timur; Nobles dengan dandanan tingkat atas dan perhiasannya; dan Peasants dengan kostum sederhana sebagai ‘makhluk biasa’.

2.5. **Warna**

Adam Fraser dan Tom Banks (2004) dalam bukunya yang berjudul *Designer’s Color Manual* mengemukakan warna dapat membentuk persepsi seseorang secara tidak sengaja dalam hal budaya, alam, dan gaya hidup. Hal ini menunjukkan bahwa warna dapat mempengaruhi sesuatu dengan lebih singkat dibanding dengan penggunaan kata. Namun sama halnya dengan persepsi, warna dapat memiliki arti berbeda untuk setiap orang.

2.5.1. **Skema Warna**

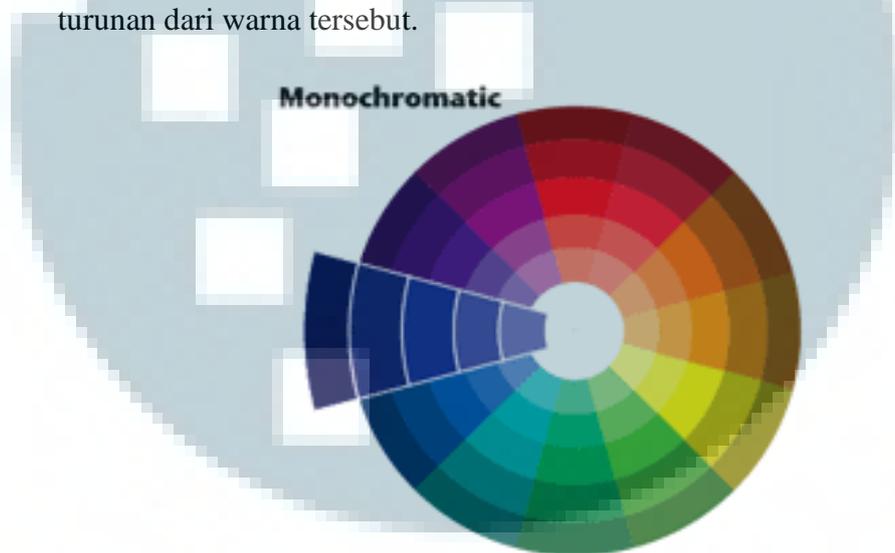
Pada bagian ini akan dibahas bagaimana kombinasi warna yang sesuai. Johan Wolfgang von Goethe (1810) dalam bukunya yang berjudul *Theory of Color* menyatakan bahwa warna memiliki dampak terhadap psikologis manusia. Ia menemukan warna-warna kontras, *after imaging*, warna bayangan, efek kilap pada

objek, dan relasi antar warna yang berpengaruh terhadap emosi. Dengan begitu pengetahuan mengenai komposisi perpaduan warna sangatlah penting.

Berikut adalah pengelompokan Goethe tentang perpaduan warna yang yang kombinasinya seimbang dan harmonis.

1. *Monochromatic Scheme*

Warna monokromatik adalah warna yang dihasilkan dengan menambahkan warna hitam atau putih pada suatu warna untuk menghasilkan bayangan atau turunan dari warna tersebut.

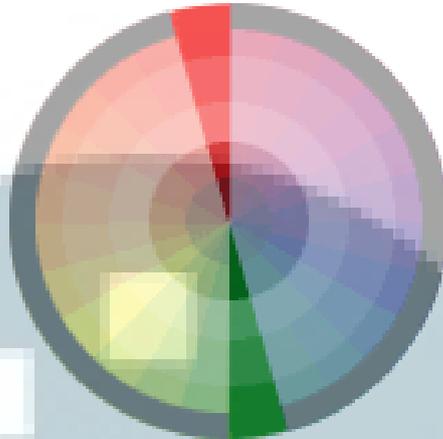


Gambar 2.18. Skema Monokromatik

(<http://www.beautyhows.com/wp-content/uploads/2013/03/How-to-Choose-Eyeshadow-Colors-%E2%80%93-Monochromatic-colors.gif>)

2. *Complementary Scheme*

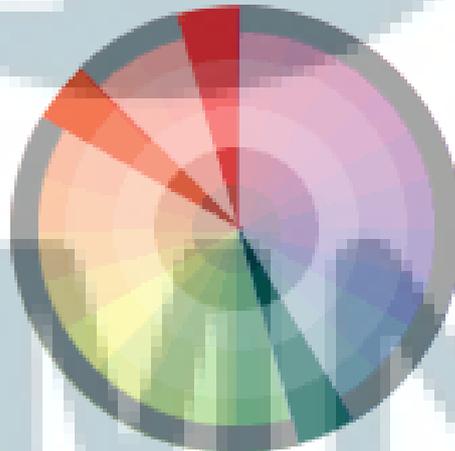
Warna komplementer merupakan warna yang saling berseberangan. Perpaduan dari warna ini akan saling menguatkan dan menonjolkan warna warna satu sama lain dimana akan menimbulkan efek harmonis yang kuat.



Gambar 2.19. Skema Komplementer
(<http://www.worqx.com/color/combinations.htm>)

3. *Split Complementary Colors*

Komposisi warna ini didapat dengan memilih satu warna, dan mencari dua warna pengapit komplementernya (warna yang berseberangan). Perpaduan ketiga warna yang didapat akan menimbulkan efek harmonis.



Gambar 2.20. Skema Split Complementary
(<http://www.worqx.com/color/combinations.htm>)

4. *Triadic Scheme*

Warna triadic merupakan kombinasi warna yang didapat dengan memilih 3 warna yang membentuk segitiga sama sisi dalam color wheel. Perpaduan ketiga warna ini akan menghasilkan efek keharmonisan yang tinggi.



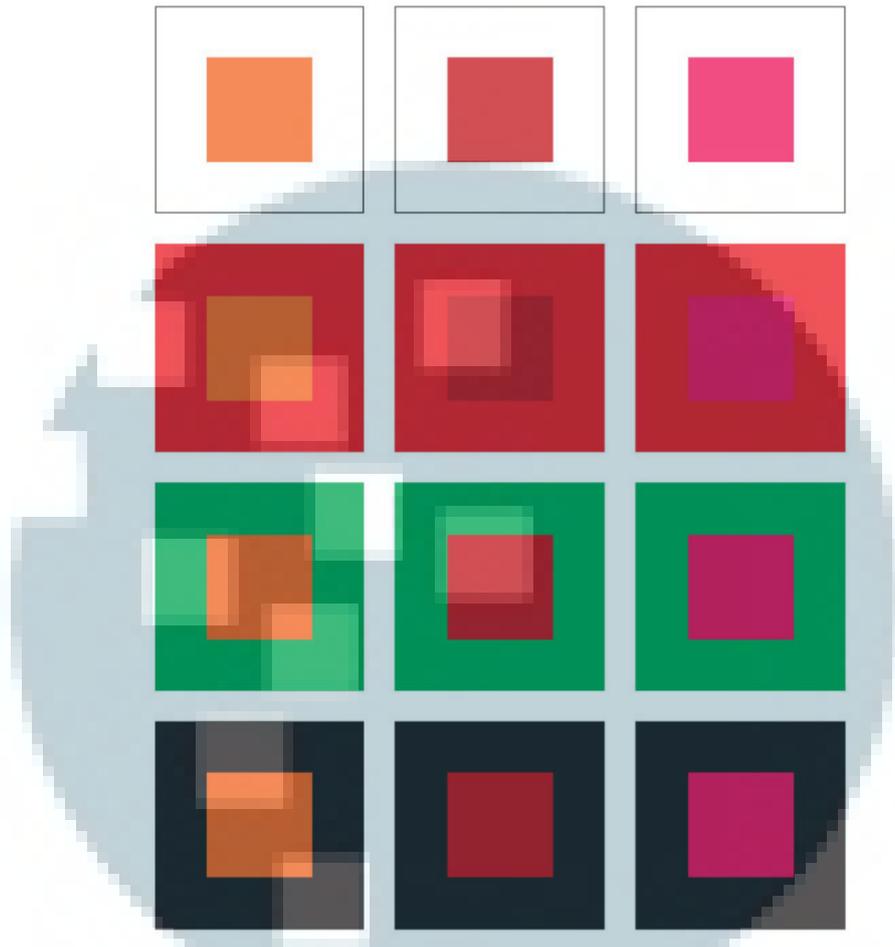
Gambar 2.21. Skema *Triadic*
(<http://www.worqx.com/color/combinations.htm>)

5. *Analogous Scheme*

Tipe warna ini merupakan komposisi warna yang terdiri dari warna-warna yang saling bersebelahan. Hasil dari komposisi warna ini adalah warna yang cenderung 'damai' dan tetap berhubungan.

2.5.2. Relasi Warna dengan Latar

Adams Morioka (2008, hal.53) dalam buku *Color Design Workbook* menjelaskan bahwa warna dapat memiliki persepsi yang berbeda jika berhubungan dengan warna lain di sekitarnya.



Gambar 2.22. Relasi Warna dengan Latar
(Color Design Workbook, 2008, hal. 53)

Morioka (2008, hal.53) juga mengatakan bahwa persepsi warna selalu bergeser, tidak pernah tetap. Studi empat warna merah dengan warna latar berbeda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing warna. Semua warna merah terlihat lebih menonjol dengan latar hitam, sedangkan akan lebih pucat dengan latar putih. Hal ini menunjukkan bahwa warna dapat tampil berbeda karena dipengaruhi warna di sekitarnya. Adapun persepsi warna dapat berubah oleh skema tertentu seperti *complimentary scheme* yang akan membuat warna satu sama lain lebih terang, dan *triadic scheme* membuat keduanya lebih terlihat hidup.

2.5.3. Psikologi Warna

Pengaruh dari warna dari segi psikologi dalam mempengaruhi emosi seseorang.

Berikut adalah psikologi warna menurut Adams Morioka (2008, hal.26).

1. Merah

Warna ini merupakan warna panas yang paling enerjik dan menarik perhatian. Warna ini dapat memberikan kesan kehangatan, kekuatan, semangat, cinta, kebahagiaan, kemarahan, agresif, pertengkaran, dan kekerasan. Warna ini diterapkan pada perayaan hari *valentine*, hari imlek, dan umum digunakan dalam bendera Negara.

2. Oranye

Warna ini mengingatkan pada musim gugur dan *citrus*. Warna hangat ini memberikan kesan bahagia, kreatif, istimewa, unik, sosial, dan kekerasan. Penerapannya digunakan pada hari Halloween, dan *emoticon smiley*.

3. Kuning

Warna ini sedikit hangat, riang, penuh harapan, terang, intelek, optimis, ideal, cerah, spontanitas, ketakutan, jealous, peringatan, kebohongan dan depresi. Warna kuning ini mengingatkan pada matahari, cahaya, emas, dan inspirasi.

4. Hijau

Warna ini merupakan warna sejuk yang memberikan kesan *refreshing*, alami, pengharapan, rasa tenang, kehidupan, sukses, uang, tidak berpengalaman, sombong rasa sakit, bosan, dan kecemburuan. Warna ini sering digunakan sebagai simbol “*Go Green*” dan juga racun.

5. Biru

Warna sejuk ini mengingatkan pada laut dan langit. Warna ini memberikan kesan simpati, harmonis, tenang, berpendidikan, kebijaksanaan, kebersihan, kepercayaan, bisa dipercaya, *loyalty*, depresi, dingin dan rasa sedih. Penerapan warna ini sering digunakan dalam simbol dan logo suatu perusahaan atau lembaga.

6. Ungu

Perpaduan warna merah dan biru ini merupakan warna eksotis yang mencerminkan kepercayaan, kebenaran, mewah, spiritualitas, misterius, *fashion*, penindasan dan kemunduran. Warna ini sering digunakan sebagai simbol kerajaan, keagungan (pemuka agama seperti Pastor), dan penindasan (Joker).

7. Putih

Warna putih identik dengan bersih dan suci. Selain itu warna ini juga mencerinkan kesempurnaan, kebaikan, kebenaran, kesederhanaan, tidak bersalah, megah, ramah, kosong, dan lemah lembut.

8. Hitam

Berbeda dengan warna putih, hitam identik dengan jahat dan kotor. Warna ini menyimbolkan kekuatan, berat, elegan, formal, keseriusan, kemandirian, kekuasaan, keputusan, kosong, kejahatan, kematian, misterius, konservatif, elegan, mewah dan anggun.

2.6. Target Penonton

Lembaga Negara Independen KPI (2012,hal.18) dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran menyatakan penggolongan program siaran diklasifikasikan dalam lima kelompok usia, yaitu klasifikasi P untuk anak-anak usia prasekolah (2-6 tahun), A untuk anak-anak (7-12 tahun), R untuk remaja (13-17 tahun), D untuk dewasa (di atas 18 tahun) dan SU untuk semua umur.

Wright (2005, hal. 56) mengatakan bahwa meskipun terdapat peningkatan jumlah penonton animasi dari kalangan dewasa, penonton primer animasi tetap ditargetkan pada anak-anak usia enam hingga dua belas. Ia membedah pembahasan tentang kepribadian anak untuk mengetahui hubungan antara usia dan jenis tontonan mereka. Berikut adalah beberapa tipe usia yang dijabarkan Wright.

1. *Age Six*

Usia enam merupakan masa agresif anak di mana mulai digunakannya kata-kata aneh. Pada usia ini, hal-hal imajinatif seperti fantasi dan kekuatan sihir lebih disukai. Pada kelompok usia tiga hingga tujuh, anak menikmati masa *athropomorphism* (memberikan kehidupan atau karakteristik manusia kepada benda dan hewan). Pada usia ini, mereka memandang sesuatu baik atau buruk sepenuhnya sehingga mereka lebih tertarik pada bintang berkilap, boneka dengan bentuk hati merah terang, dan mata besar pada tokoh favorit TV.

2. *Age Seven*

Masa dimana anak mulai mengerti baik dan jahat, merupakan puncak untuk cerita dramatis. Hal ini membuat sosok fantasi liar mulai digantikan dengan

fantasi yang masuk akal dan memiliki skenario jelas. Sehingga tokoh dengan kualitas lebih realistis seperti Barbie terasa lebih menarik.

3. *Age Eight*

Usia ini merupakan masa awal menuju remaja (*tween stage*), dimana anak semakin cerdas dan sangat dekat dengan hal seperti musik, film, televisi, dan mainan. Mulai terbangunnya kehidupan sosial anak pada masa ini, membuat mereka lebih menghargai tokoh dengan sarkasme dan ketidaksopanan, terutama anak laki-laki.

4. *Age Nine*

Sembilan merupakan saat ketika anak lebih *introvert*, tenang, dan sensitif. Mereka memerlukan ketenangan, kejelasan, dan aturan yang jelas. Secara garis besar mereka menyukai film dan televisi. Namun anak laki-laki lebih menyukai segala hal berbau kekuatan, dan berbau dramatisasi untuk wanita.

5. *Age Ten*

Ini merupakan masa senang dan bersahabatnya anak, di mana mereka sangat mencintai acara televisi dan film. Anak laki-laki mulai mengenal *action heroes, superheroes, sports stars, political figures, knights, soldiers, astronauts, western figures, cartoon or movie stars*, kehidupan orang tua, guru, dan remaja. Sedangkan wanita lebih mengenal *cartoon or movie stars*, model, penari, *political figures, rescuers (knights and lifeguards)*, kehidupan orang tua, guru, dan remaja.

6. *Age Eleven*

Usia sebelas merupakan saat terbentuknya emosi liar dan perlawanan pada anak. Mereka lebih nyaman berada di luar rumah dan berkelompok. Hal ini menyebabkan mereka tertarik dengan hal-hal berbau seperti berkelompok, dan bekerja sama dalam kehidupan sosialnya.

7. *Age Twelve*

Tahap ini merupakan masa anak mulai memiliki keputusan sendiri tanpa perlu nasihat penuh orang tua. Mereka mulai memiliki antusiasme, humor, dan pengendalian emosi. Sehingga moral dan “keremejaan” tokoh *hero* lebih diminati.

8. *Age Thirteen*

Masa awal remaja ini, anak memiliki kecenderungan memproses informasi lebih cepat terutama untuk hiburan. Komedi dan cerita *action* atau *adventure* dengan tokoh lebih mendalam disukai remaja, meskipun mereka masih menyukai tokoh kartun klasik seperti Bugs Bunny, Garfield, dan Simpsons.

9. *Age Fourteen and Fifteen*

Pada usia ini, pola pikir mulai terbangun sepenuhnya, di mana emosional dan ekspresi lebih reflektif dan bijaksana. Pertemanan masih sangat penting untuk usia ini. Pemikiran *non-logical* yang berkembang pada usia empat tahun mulai lengkap, sehingga mereka lebih realistis dalam berpikir dan mencerna suatu hal.