



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Animasi

Gunawan (2012) menyatakan bahwa animasi diambil dari kata *to animate* yang artinya membuat seolah-olah hidup dan bergerak. Pengertian dari animasi adalah kumpulan gambar-gambar yang diolah dengan menggunakan teknik sehingga dapat menghasilkan pergerakan dan cerita. Animasi juga dijelaskan sebagai seni dasar yang mempelajari gerakan pada objek. Gerakan merupakan poin yang sangat penting dalam suatu animasi untuk membuat tokoh terlihat nyata (hlm 27). Dalam pembuatannya, animasi melewati tiga tahap, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi (Beane, 2012, hlm 22).

2.1.1. Praproduksi Animasi

Proses produksi selalu dimulai oleh tim praproduksi. Tim praproduksi bertugas untuk membuat rancangan cerita dan tokoh yang nantinya akan digunakan dalam proses produksi. Tim produksi akan menggunakan rancangan tersebut untuk pengerjaan proyek animasi. Setelah tim produksi menyelesaikan pembuatan animasi, hasilnya akan diserahkan kepada tim pascaproduksi untuk penambahan visual efek dan perbaikan warna agar film tersebut menjadi lebih indah untuk dipandang (Beane, 2012, hlm 22). Dari ketiga tahap tersebut, tahap yang berkaitan secara langsung dengan desain tokoh adalah tahap praproduksi.

Tahap praproduksi merupakan tahap pertama dalam pembuatan suatu film animasi. Tahap praproduksi dalam pembuatan suatu animasi dibagi menjadi lima

bagian yaitu ide cerita, *script*, *storyboard*, *animatic*, dan desain dari seluruh komponen animasi termasuk desain tokoh. Ide cerita merupakan tahap awal dalam pembuatan suatu animasi yang nantinya akan dikembangkan menjadi bentuk narasi. Kemudian, narasi tersebut akan dikembangkan lagi menjadi *script*. Di dalam suatu *script* terdapat informasi-informasi detail mengenai narasi, seperti pergerakan tokoh, lokasi, dan waktu kejadian (Beane, 2012, hlm 21-27).

Setelah menyelesaikan tahap *script*, tahap selanjutnya adalah *storyboard*. *Storyboard* merupakan visualisasi dari *script* yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. *Storyboard* harus dapat memvisualisasikan penempatan kamera, efek visual, dan posisi *blocking* tokoh dalam sebuah kejadian. Selanjutnya adalah *animatic* yaitu suatu animasi sederhana dari film yang akan dibuat. Tahap ini ada agar semua anggota produksi dapat mengetahui gambaran kasar durasi yang dibutuhkan dalam setiap adegan, sehingga tidak ada yang terlalu cepat atau lambat. Tahap terakhir adalah tahap desain, dimana desainer akan menentukan tampilan final dan *mood* yang ingin dicapai dalam film tersebut. Tahap ini mencakup desain tokoh, kostum, dan *environment* dalam film (hlm 29-31). Gunawan (2012) menyatakan bahwa animasi dibagi menjadi 2 yaitu animasi 2D dan 3D (hlm 26).

2.1.2. Animasi 2D

Pengertian animasi 2D menurut Roberts (2007) adalah kumpulan gambar yang digambar satu per satu dan dimainkan secara berurutan sehingga tercipta suatu ilusi pergerakan (hlm 2). Kemudian Gunawan (2012) menambahkan bahwa animasi 2D adalah animasi yang dibuat dengan penggunaan dua sumbu yaitu sumbu x dan y. Animasi ini dapat dibuat dengan cara tradisional dan digital. Cara tradisional

mengharuskan kita menggunakan kertas untuk menggambar objek yang akan kita animasikan, kemudian *discan* dan dipindahkan ke komputer. Akan tetapi, zaman sekarang animasi 2D semuanya dapat dilakukan dalam komputer, sehingga hasil outputnya sudah berupa bentuk digital. Animasi 2D dapat diaplikasikan ke dalam berbagai macam medium, salah satunya adalah ke dalam video musik (hlm 27).

2.2. Video Musik

Dzyak (2010) mendefinisikan video musik sebagai sebuah film pendek atau video yang mendampingi suatu musik atau lagu. Video musik merupakan salah satu tipe dari film pendek yang memiliki alur cerita padat. Kumpulan visual yang ada harus dirangkai dan disesuaikan dengan ketukan irama, nada, lirik, dan instrumental yang ada dalam lagu tersebut. Video musik dapat dibuat dengan menggunakan beberapa teknik pembuatan video, seperti *live action*, dokumenter, film abstrak, maupun dengan animasi (hlm 11). Rabiger (2013) juga menambahkan bahwa video musik memiliki bahasanya sendiri secara universal. Stewart (2015) menyatakan bahwa video musik dapat digolongkan menjadi dua, yaitu *conceptual* dan *performance* (hlm 70- 71).

2.2.1. Performance

Video musik *performance* fokus terhadap penampilan musisi di panggung. Jenis video musik ini dapat dianggap kuno oleh penonton zaman sekarang, karena video musik *performance* populer pada tahun 1960 hingga 1970. Dalam video musik ini ketika musisi tertangkap oleh kamera, biasanya mereka akan menatap lurus ke arah kamera. Konsep ini berlawanan dengan yang biasa dilakukan oleh aktor pada film.

Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian penonton secara langsung (Stewart, 2015, hlm 71).

2.2.2. Conceptual

Video musik dengan jenis ini biasanya memiliki plot dan menceritakan sebuah cerita, tetapi tidak menghindari kemungkinan bahwa video musik ini dibuat dengan gabungan potongan gambar yang sesuai dengan musik. Video musik ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu non-naratif dan naratif. Video musik *conceptual* tipe kedua adalah non-naratif. Video musik non naratif digunakan untuk menghasilkan efek emosional dari penggabungan antara gambar dan musik. Video musik ini memiliki pola beragam, tidak berbentuk seperti cerita. Ratusan adegan dapat dibuat dalam video musik yang berlangsung selama tiga menit. Video musik ini biasanya melingkupi topik yang banyak dalam waktu yang singkat.

Video musik naratif dibuat dengan menggunakan cerita naratif baik simpel maupun kompleks, sehingga hasilnya akan terlihat seperti sebuah film pendek. Vernalis (2004) menambahkan bahwa konsep video musik ini menekankan pada *storytelling*. Bahan cerita diambil dari isi lagu dan disesuaikan dengan mood musik. Terkadang dalam video musik naratif murni, video tidak menampilkan penyanyi atau grup *band* sama sekali (hlm 194). Stewart (2015) menuliskan bahwa dalam *storytelling* terdapat tiga elemen yang penting, yaitu tokoh, *setting*, dan kejadian (hlm 80).

2.3. Tokoh

Eder (2010) menyatakan bahwa tokoh adalah faktor terpenting dalam suatu film. Tokoh dapat membuat penonton menjadi penasaran dan ingin bertanya mengenai

hal-hal tersembunyi yang ada pada tokoh tersebut (hlm 16-17). Menurut Sullivan, Schumer & Alexander (2008) definisi tokoh adalah seseorang yang diceritakan dalam sebuah cerita, dimana orang tersebut memiliki sebuah tujuan yang hendak dicapai. Tidak diperlukan jumlah tokoh yang banyak untuk dapat membuat suatu cerita yang menarik. Dua tokoh saja cukup untuk membuat suatu cerita dapat berjalan dengan baik. Suatu tokoh yang didesain dengan baik biasanya pasti tidak akan bisa digantikan dengan orang atau barang lain karena ia sudah menyatu dengan cerita. (hlm 31-35).

2.4. Desain Tokoh

Dalam bukunya, Su dan Zhao (2012) menuliskan definisi dari desain tokoh adalah merancang tokoh manusia atau yang menyerupai manusia dengan menambahkan keunikan khusus pada tokoh tersebut. Desain yang dimaksud adalah bentuk tubuh dan penampilan visual tokoh dengan memperhatikan sifat dan karakteristik dari tokoh tersebut (hlm 12). Sullivan, Schumer, & Alexander (2008) juga menambahkan perlunya untuk menghindari penggunaan konsep yang klise dalam mendesain suatu tokoh, karena dengan demikian orisinalitasnya sudah berkurang (hlm 34). Tillman (2011) mengutarakan ketidaksetujuannya untuk mendesain sebuah tokoh tanpa mengembangkan ceritanya terlebih dahulu, karena akan menghasilkan desain tokoh yang biasa-biasa saja dan tidak *solid*. Ia menambahkan bahwa dalam membuat desain tokoh, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu *3 dimensional character*, hubungan gaya gambar dengan usia target penonton, bentuk, warna, dan siluet (hlm 1-9). Bancroft (2012) juga menambahkan bahwa

untuk mendesain suatu tokoh yang baik, seorang desainer juga harus memperhatikan ekspresi tokoh tersebut (hlm 3-29). Selain itu, Sloan (2015) juga menambahkan bahwa proporsi juga merupakan salah satu aspek yang penting (hlm 3).

2.4.1. 3 Dimensional Character

Egri (2007) menjelaskan salah satu langkah yang dibutuhkan dalam mendesain suatu tokoh adalah dengan menentukan latar belakangnya (hlm 21). Tillman (2011) menambahkan bahwa latar belakang tersebut biasanya lebih dikenal dengan sebutan *3 dimensional character*. *3 dimensional character* terdiri dari aspek sosiologis, psikologis, dan fisiologis. *3 dimensional character* dapat membantu memudahkan kita dalam membuat cerita maupun dalam mendesain suatu tokoh. Selain itu, dengan mempelajari mengenai *3 dimensional character* kita dapat menggali tokoh yang kita buat dengan lebih dalam lagi, sehingga tokoh dihasilkan akan menjadi seolah-olah hidup. (hlm 32).

1. Sosiologis

Aspek sosiologi menjelaskan hubungan antara kehidupan tokoh dengan lingkungan sekitarnya. Bagian yang termasuk kedalam aspek sosiologis adalah tempat lahir, tempat tinggal, pekerjaan, jumlah pemasukan, talenta, status keluarga, dan kehidupannya sebelum cerita dimulai. Latar belakang

cerita seorang tokoh akan mempengaruhi kehidupan tokoh pada saat ini.

Oleh karena itu, hal ini harus dipikirkan secara matang meskipun tidak akan diceritakan dalam film. Dengan demikian, desain tokoh yang dihasilkan akan lebih matang (hlm 34).

2. Psikologis

Aspek psikologis adalah kondisi kejiwaan pada suatu tokoh. Aspek ini dibagi menjadi dua golongan yaitu sikap dan emosi. Sikap seorang manusia dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, tingkat kepintaran, tujuan hidupnya, bagaimana cara ia memandang dirinya sendiri, kepercayaan diri, dan cara ia berpikir yang menggunakan logika atau emosi. Kemudian, emosi dipengaruhi oleh sifat tokoh (*introvert* atau *ekstrovert*), motivasi yang digunakan dalam hidup tokoh, kebahagiaan dan ketakutan yang dirasakan tokoh, dan hubungannya dengan orang lain. Aspek psikologi akan mempengaruhi cara yang digunakan tokoh ketika ia menghadapi suatu masalah (hlm 34-35). Dalam merancang suatu tokoh aspek *3 dimensional character* ini (terutama aspek fisiologis) akan berhubungan dengan beberapa sub bab selanjutnya.

3. Fisiologis

Aspek fisiologis merupakan aspek yang paling mempengaruhi visualisasi dari sebuah tokoh. Hal ini disebabkan karena fisiologis berhubungan langsung dengan bentuk tokoh yang terlihat. Aspek fisiologis meliputi nama, umur, tinggi badan tokoh, berat badan tokoh, jenis kelamin, ras, warna mata, warna rambut, penggunaan kacamata atau tidak, kebangsaan, warna kulit, dan bentuk wajah. Kemudian terdapat fitur lain yang berfungsi untuk membedakan tokoh satu dengan lainnya. Fitur tersebut ialah pakaian, gestur unik, kebiasaan, kesehatan, hobi, suara tokoh, cara berjalan, dan kecacatan fisik (hlm 32- 33).

2.4.2. Bentuk

Selain 3 *dimensional character*, Tillman (2011) menyatakan bahwa ada aspek lain yang juga tidak kalah penting dalam mendesain suatu tokoh yaitu bentuk. Bentuk dapat membantu desainer untuk menyampaikan informasi mengenai suatu tokoh secara visual. Bentuk yang umumnya digunakan dalam desain tokoh adalah persegi, segitiga, dan lingkaran. Bentuk pertama adalah persegi yaitu bentuk yang berhubungan dengan stabilitas, kepercayaan, kejujuran, rasionalitas, keamanan, persamaan, dan kejantanan. Bentuk kedua adalah segitiga yang biasanya melambangkan tindakan, energi, kelicikan, konflik, dan ketegangan. Bentuk ketiga adalah lingkaran yang melambangkan kelengkapan, keanggunan, keceriaan, menghibur, perlindungan, dan kekanak-kanakan (hlm 68-72). Bancroft (2006) juga menambahkan bahwa bentuk persegi dapat digunakan untuk menunjukkan kekakuan seorang tokoh dan juga untuk merancang tokoh yang dapat diandalkan (hlm 16).

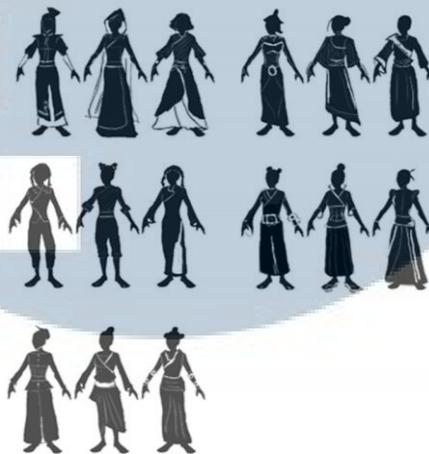


Gambar 2.1. Aplikasi Bentuk Persegi, Segitiga, dan Lingkaran
(Tillman, 2011)

2.4.3. Siluet

Dalam buku yang ditulis Tillman (2011) tertera bahwa siluet adalah *outline* dari sebuah tokoh yang di dalamnya diisi dengan warna hitam, sehingga menjadi terlihat

seperti bayangan. Siluet juga merupakan aspek yang penting agar tokoh kita dapat mudah dikenal dan diingat oleh orang. Jika kita membuat suatu tokoh dengan kombinasi bentuk yang dapat dengan mudah dikenali ketika dilihat siluetnya, artinya desain tokoh sudah dibuat dengan cukup baik. Penggunaan siluet sangat membantu saat mendesain suatu tokoh karena kita dapat menghasilkan banyak desain dalam waktu singkat. Hal ini dikarenakan kita tidak perlu untuk memperhatikan detail-detail saat membuatnya (hlm 74-75).

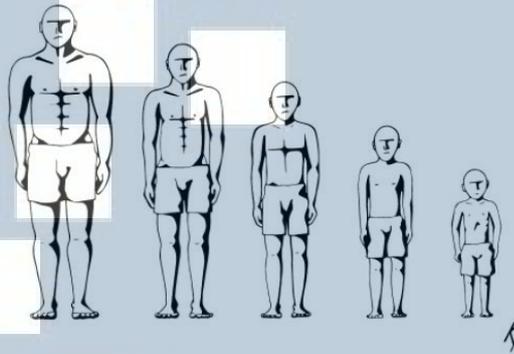


Gambar 2.2. Siluet
(Tillman, 2011)

2.4.4. Proporsi Tubuh

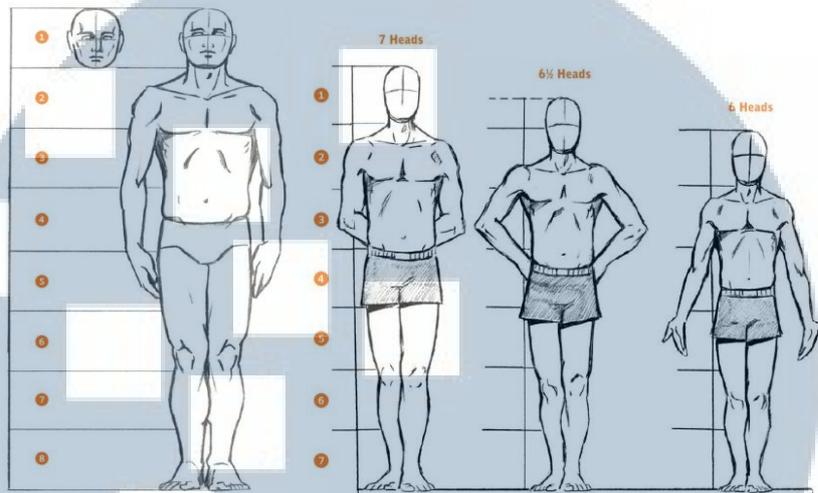
Sloan (2015) menuliskan bahwa proporsi tubuh juga merupakan salah satu aspek yang tidak kalah penting dari aspek bentuk dalam mendesain suatu tokoh. Terdapat lima proporsi yang berbeda untuk mengukur ukuran tubuh manusia, yaitu dewasa, remaja, anak dengan umur yang lebih besar, anak dengan umur yang lebih kecil, dan balita. Proporsi pertama adalah orang dewasa yang biasanya memiliki ukuran tubuh delapan kepala. Proporsi kedua adalah remaja yang biasanya memiliki ukuran tubuh tujuh kepala. Proporsi ketiga adalah ukuran tubuh enam kepala yang biasanya

digunakan untuk mengukur tubuh anak dengan umur yang lebih besar. Proporsi keempat adalah ukuran tubuh lima kepala yang biasanya digunakan untuk mengukur tubuh anak dengan umur yang lebih kecil. Proporsi terakhir adalah balita, yaitu manusia yang memiliki proporsi tubuh sebesar empat kepala (hlm 64-65).



Gambar 2.3. Perbandingan Proporsi Tubuh Manusia
(Sloan, 2015)

Sloan (2015) melanjutkan bahwa para desainer biasanya sering menggunakan prinsip *exaggerated* dalam membuat tinggi badan suatu tokoh untuk memberikan kesan tertentu. Sebagai contoh, dalam animasi *LittleBigPlanet*, tokoh *Sackboy* dibuat dengan menggunakan proporsi dua kepala untuk memperlihatkan karakteristiknya yang imut (hlm 5). Kemudian, dari gambar yang terdapat dalam buku yang ditulis oleh Hart (2014) dapat terlihat bahwa jika proporsi tokoh dikecilkan dari delapan kepala menjadi tujuh setengah hingga tujuh kepala, tidak akan terlihat perbedaan yang signifikan. Namun, jika kita mengecilkannya menjadi enam setengah hingga enam kepala, tokoh yang tercipta akan terlihat lebih simpel (hlm 66-67).



Gambar 2.4. *Body Overall Measurement*

(Hart, 2014)

2.4.5. Proporsi Wajah Berkaitan dengan Umur Tokoh

Sloan (2015) menyatakan bahwa bentuk dan proporsi wajah suatu tokoh sangat dipengaruhi oleh umur dari tokoh tersebut. Tokoh dengan umur yang semakin muda dan karakteristik yang semakin imut biasanya memiliki bentuk wajah yang lebih kekanak-kanakan. Terdapat beberapa bagian yang dapat dimodifikasi agar menghasilkan tokoh yang lebih imut, yaitu ukuran dahi dan mata yang dibuat lebih besar. Selain itu, ukuran hidung, mulut, dan dagu yang dibuat dengan lebih kecil pun dapat menghasilkan tokoh yang lebih imut. Kemudian, jarak antara mata sampai dagu yang sempit juga dapat membantu membuat tokoh menjadi semakin imut (hlm 19-22).

2.4.6. Ekspresi atau Fitur Wajah

Ekspresi juga merupakan salah satu faktor yang penting dalam mendesain tokoh. Bancroft (2012) menuliskan bahwa elemen-elemen yang membentuk suatu ekspresi

terdiri dari empat bagian yaitu mata, alis, mulut, dan hidung. Mata merupakan elemen terpenting dari antara kelima aspek yang disebutkan. Seorang desainer tokoh harus mencari berbagai variasi bentuk mata yang cocok dengan tokoh tersebut. Mata memiliki banyak bentuk seperti almond, lingkaran, atau seperti bentuk air mata, dan sebagainya. Bentuk-bentuk tersebut dapat membantu kita untuk memperlihatkan personalitas yang berbeda pada suatu tokoh (hlm 29-30). Maki (2006) menambahkan bahwa mata yang besar atau belo melambangkan sifat seseorang semakin terbuka (hlm 34-39).

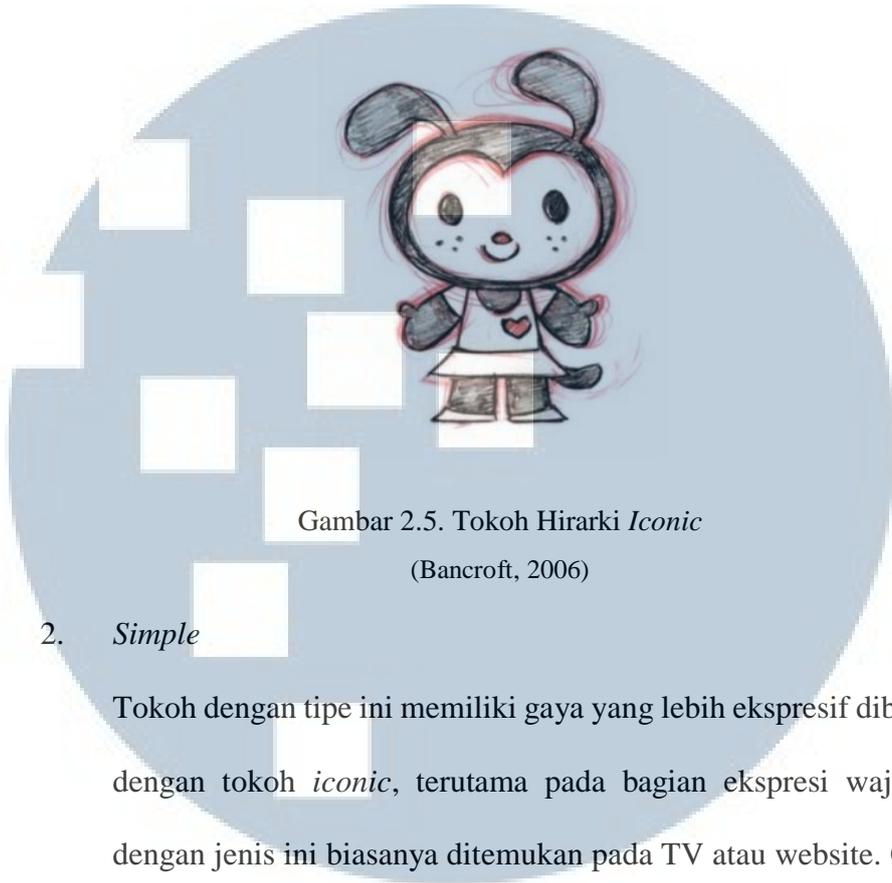
Selain mata, Bancroft (2012) menambahkan bahwa terdapat alis yang juga memiliki peranan penting dalam membentuk ekspresi suatu tokoh. Seorang desainer tokoh tidak boleh menempatkan alis terlalu jauh ataupun terlalu dekat dengan mata. Selain itu, Maki (2006) juga menambahkan bahwa alis mata yang tipis melambangkan keterbukaan, sedangkan tebal melambangkan ketertutupan. (hlm 34-39).

2.4.7. Hirarki Desain Tokoh

Bancroft (2006) menyatakan bahwa sebuah tokoh dapat dibagi ke dalam beberapa kategori yang berbeda berdasarkan tingkat kesederhanaan dan kekompleksan mereka. Hal ini dipengaruhi oleh peran dan fungsi suatu tokoh dalam sebuah cerita. Kategori tersebut digolongkan ke dalam 6 jenis (hlm 18), yaitu:

1. *Iconic*

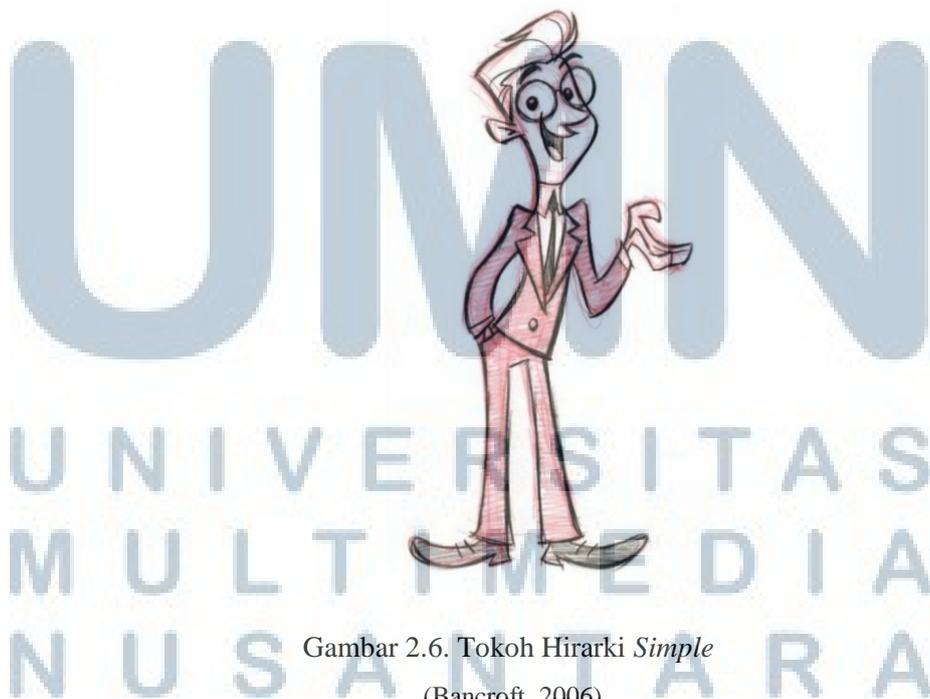
Tokoh ini dirancang dengan gaya yang simpel dan tidak ekspresif. Biasanya tokoh seperti ini memiliki mata tanpa pupil. Contoh dari tokoh *iconic* adalah Hello Kitty, desain awal Mickey Mouse, dan sebagainya.



Gambar 2.5. Tokoh Hirarki *Iconic*
(Bancroft, 2006)

2. *Simple*

Tokoh dengan tipe ini memiliki gaya yang lebih ekspresif dibandingkan dengan tokoh *iconic*, terutama pada bagian ekspresi wajah. Tokoh dengan jenis ini biasanya ditemukan pada TV atau website. Contohnya adalah Dexter's Lab, Fred Flintstone, dan Sonic the Hedgehog.



Gambar 2.6. Tokoh Hirarki *Simple*
(Bancroft, 2006)

3. *Broad*

Tokoh ini jauh lebih ekspresif dibandingkan dua tokoh di atas. Tokoh ini biasanya memiliki ukuran mata dan mulut yang sangat besar agar dapat menghasilkan ekspresi yang berlebihan yang diperlukan untuk humor. Contohnya adalah serigala dalam kartun Tex Avery dan Roger Rabbit.



Gambar 2.7. Tokoh Hirarki *Broad*

(Bancroft, 2006)

4. *Comedy Relief*

Tokoh dengan gaya comedy relief menyampaikan humornya berbeda dengan tokoh broad. Tokoh broad menyampaikan penokohnya melalui tampilan visualnya, sedangkan tokoh comedy relief menyampaikan penokohnya melalui acting dan percakapan yang ia lakukan. Banyak tokoh Disney yang termasuk ke dalam kategori ini contohnya Nemo dan Mushu.

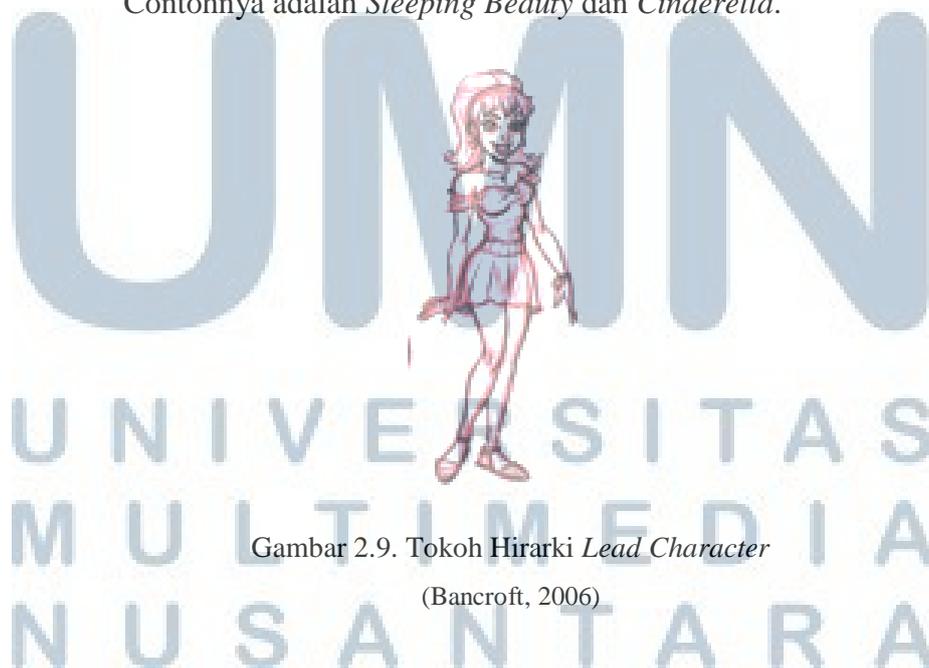


Gambar 2.8. Tokoh Hirarki *Comedy Relief*
(Bancroft, 2006)

5. *Lead Character*

Tokoh ini memiliki ekspresi, dan akting yang realistis. Penonton biasanya akan fokus kepada tokoh ini sehingga mereka akan bertingkah seperti tokoh ini. Oleh karena itu, tokoh ini memerlukan proporsi dan ekspresi wajah yang lebih realistis dari tokoh-tokoh sebelumnya.

Contohnya adalah *Sleeping Beauty* dan *Cinderella*.



Gambar 2.9. Tokoh Hirarki *Lead Character*
(Bancroft, 2006)

6. *Realistic*

Tokoh dalam kategori ini paling mendekati fotorealisme namun masih mendapatkan sentuhan karikatur dalam desainnya. Biasanya film monster, tokoh dalam komik, dan beberapa tokoh dalam film animasi komputer grafis akan menggunakan tokoh ini. Contoh dari kategori ini adalah tokoh putri dalam film Shrek dan sebagian komik.



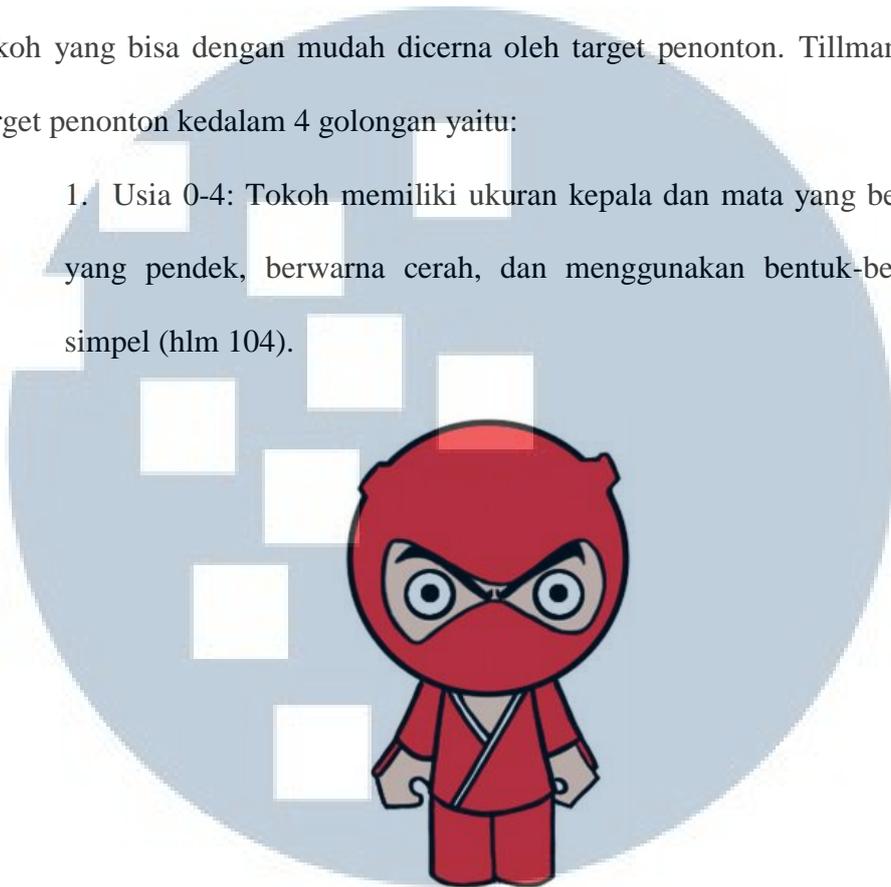
Gambar 2.10. Tokoh Hirarki *Realistic*
(Bancroft, 2006)

2.4.8. Gaya Gambar dan Hubungannya dengan Target Penonton

Tillman (2011) dalam bukunya menyatakan bahwa saat membuat suatu desain tokoh, seorang desainer harus melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui siapa target penonton dari film mereka. Ia membagi target penonton berdasarkan umur. Pembagian ini bertujuan untuk membedakan bentuk tokoh yang harus digunakan untuk menyesuaikan dengan selera penonton yang berbeda sesuai dengan umur mereka. Hal ini menjadi penting agar desainer dapat menciptakan

tokoh yang bisa dengan mudah dicerna oleh target penonton. Tillman membagi target penonton kedalam 4 golongan yaitu:

1. Usia 0-4: Tokoh memiliki ukuran kepala dan mata yang besar, badan yang pendek, berwarna cerah, dan menggunakan bentuk-bentuk yang simpel (hlm 104).



Gambar 2.11. Usia 0-4

(Tillman, 2011)

2. Usia 5- 8: Tokoh masih memiliki ukuran kepala yang besar, tetapi sudah lebih kecil dari tokoh pada usia 0-4 tahun. Ukuran mata juga sudah lebih kecil, warna yang digunakan juga lebih redam, serta bentuk yang digunakan juga lebih rumit (hlm 104).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.12. Usia 5-8
(Tillman, 2011)

3. Usia 9-13: Tokoh sudah mulai menjauhi gaya simpel. Desain yang dibuat sudah mulai menyerupai proporsi nyata. Warna yang digunakan juga lebih realistik dan desain lebih memiliki banyak detail (hlm 104).



Gambar 2.13. Usia 9-13
(Tillman 2011)

4. Usia 14-18 +: Desain tokoh yang dibuat sudah menyerupai dunia nyata. Proporsi yang digunakan sudah sama dengan proporsi manusia nyata. Warna yang digunakan lebih rumit dan tokoh memiliki detail banyak (hlm 104).



Gambar 2.14. Usia 14-18+
(Tillman, 2011)

2.4.9. Warna

Tillman (2011) menyatakan bahwa warna merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk mendesain suatu tokoh. Warna dapat membantu desainer untuk menyampaikan banyak informasi mengenai tokoh tersebut kepada penonton. Warna juga mempengaruhi hubungan antar tokoh. Setiap warna memiliki makna yang berbeda antara satu sama lain (hlm 110-111). Sloan (2015) juga menambahkan bahwa warna dapat digolongkan berdasarkan temperturnya dan dapat dikategorikan ke dalam suatu skema warna (hlm 35). Berikut merupakan uraian-uraian dari *hue*, *saturation*, skema warna, dan makna dari beberapa warna dasar:

1. *Hue* dan *Saturation*

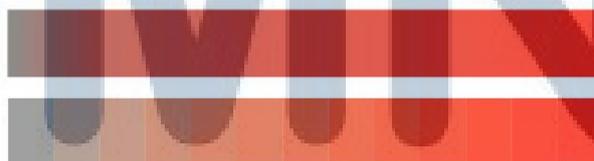
a. *Hue*

Sloan menyatakan bahwa *hue* adalah apa yang biasa kita sebut dengan warna. *Hue* adalah deretan warna yang dapat dilihat pada suatu *color wheel*. Dalam tingkatan yang sangat dasar, warna dapat dibagi menjadi

warna hangat dan warna dingin (hlm 35). Pitcher (2008) menambahkan bahwa warna yang termasuk kedalam golongan warna hangat adalah merah, oranye, dan kuning. Warna hangat memberikan ilusi kemajuan dalam sebuah gambar. Warna yang termasuk ke dalam warna dingin adalah biru, hijau, dan ungu. Warna dingin memberikan ilusi kemunduran atau kejauhan dalam sebuah gambar (hlm 98).

b. *Saturation*

Saturation adalah tingkat kemurnian dari suatu *hue*. Semakin tinggi *saturation* dari suatu warna, maka warna tersebut akan terlihat semakin *colorful*. Warna dengan *saturation* yang tinggi dapat terlihat berani dan digunakan untuk *exaggeration* atau menguatkan konotasi dari sebuah warna. *Saturation* dapat digunakan untuk menciptakan kontras pada tokoh atau antar tokoh. Warna dengan *saturation* rendah atau keabuan dapat menciptakan kesan yang lebih realistis dan dewasa sehingga dapat membuat tokoh terlihat lebih jauh dan susah untuk dianalisis (Sloan, 2015, hlm 35-36).



Gambar 2.15. *Saturation*

(Sloan, 2015)

2. Skema Warna

Skema warna memiliki beberapa jenis di antaranya adalah komplementer dan triad. Komplementer adalah skema warna dengan menggunakan dua

warna yang berlawanan satu sama lain dalam suatu *color wheel*. Penggabungan dari skema warna ini dapat menghasilkan warna yang netral. Dalam mendesain suatu tokoh, penggunaan skema warna ini dapat menimbulkan kontras yang nyaman dipandang oleh mata, serta dapat menimbulkan kesan yang seimbang. Selain itu skema warna ini dapat digunakan untuk membuat sesuatu menjadi lebih terlihat menonjol. Skema warna ini cukup sulit untuk digunakan jika dalam jumlah banyak. Triad adalah tiga warna yang terpisah dengan jarak yang sama dalam *color wheel*. Skema warna ini biasanya dapat memberikan kesan yang cerah dan terang meskipun sudah ditambahkan warna abu-abu atau hitam. Contoh dari skema warna ini adalah warna merah, biru, dan kuning. (Sloan, 2015, hlm 37).



Gambar 2.16. Komplementer
(Sloan, 2015)



Gambar 2.17. Triad
(Sloan, 2015)

3. Psikologi Warna



Gambar 2.18. Color Wheel
(Pelz, 2015)

Tillman (2011) dalam bukunya menyatakan bahwa masing-masing warna memiliki arti berbeda yang terkandung di dalamnya. Ia menjabarkan mengenai warna-warna dasar yang biasa digunakan dalam desain tokoh, yaitu merah, oranye, kuning, hijau, biru, dan ungu. Warna merah dan turunannya merupakan warna yang melambangkan semangat, kepercayaan diri, kekuatan, keberanian, energi, tekad, kehangatan, kemarahan, dan cinta.

Kemudian, warna oranye merupakan warna yang memberikan kesan keceriaan, antusiasme, kreativitas, daya tarik, kebahagiaan, tekad, dan dorongan. Setelah warna oranye, disebelahnya terdapat warna kuning yang melambangkan kebijaksanaan, kepintaran, peringatan, kerusakan, penyakit, kecemburuan, ketakutan, kenyamanan, dan optimisme (hlm 113).

Setelah membahas mengenai warna merah sampai kuning yang biasa kita sebut dengan warna hangat, selanjutnya akan dibahas mengenai warna dingin. Sebelumnya telah disebutkan bahwa warna dingin terdiri dari warna hijau, biru, dan ungu. Tillman (2011) melanjutkan bahwa warna hijau adalah warna yang dapat menimbulkan kesan alam, pertumbuhan, harmoni,

kesegaran, kesuburan, keamanan, uang, daya tahan, relaksasi, kejujuran, cemburu, kemudahan, dan penyakit. Warna biru merupakan warna yang melambangkan kepercayaan, kesetiaan, kepercayaan diri, kebijaksanaan, kepintaran, kepercayaan, kebenaran, kesehatan, kesembuhan, kelembutan, pengetahuan, kekuasaan, integritas, keseriusan, kedinginan, dan kesedihan. Kemudian warna ungu merupakan warna yang menggambarkan kesan kebangsawanan, elegan, misteri, ambisi, kreatif, kekayaan, kehormatan, dan kebebasan (hlm 113-114).

Selain warna-warna yang telah disebutkan di atas, terdapat dua warna umum lain yang tidak tercantum dalam gambar 2.18, yaitu warna hitam dan putih. Tillman (2011) menyatakan bahwa warna hitam merupakan warna yang dapat memperlihatkan kekuatan, kematian, kejahatan, ketakutan, duka cita, dan depresi. Biasanya warna hitam erat berasosiasi dengan emosi negatif. Selain warna hitam, juga terdapat warna putih yang dapat memperlihatkan kebersihan, kemurnian, keperawanan, perdamaian, kepolosan, cahaya, kebaikan, dan kesempurnaan. Warna putih erat berasosiasi dengan emosi positif. Namun warna putih juga dapat digunakan untuk memperlihatkan emosi negatif, seperti kesendirian dan kekosongan (hlm 114).

2.5. *Model Sheet*

Setelah berhasil menentukan desain tokoh, desain tersebut perlu dituangkan dalam suatu lampiran yang disebut sebagai *model sheet*. Dalam artikel yang ditulis oleh Sanders (2017) *model sheet* berguna bagi para animator sebagai referensi gambar

tokoh yang didesain oleh seorang desainer tokoh. Tillman (2011) menuliskan bahwa *model sheet* terdiri dari tiga bagian, yaitu: *character pose turnarounds*, *character action pose*, dan *character expression*. *Character pose turnarounds* adalah suatu tampilan dari tampak depan, samping, dan belakang sebuah tokoh. (hlm 137-138).

Setelah membuat *Character Pose Turnarounds*, desainer selanjutnya harus menggambar suatu tokoh dengan berbagai macam gerakan yang dinamakan *character action pose*. Meskipun dinamakan *action pose*, namun gerakan yang dimaksud tidak selalu harus berupa gerakan meninju ataupun menendang. Gerakan tidur, duduk, makan, menonton, dan lain-lain juga termasuk ke dalam *Character Action Pose*. Hal ini berfungsi sebagai acuan dalam membuat gerakan animasi pada proporsi tersebut (Tillman, 2011, hlm 139).

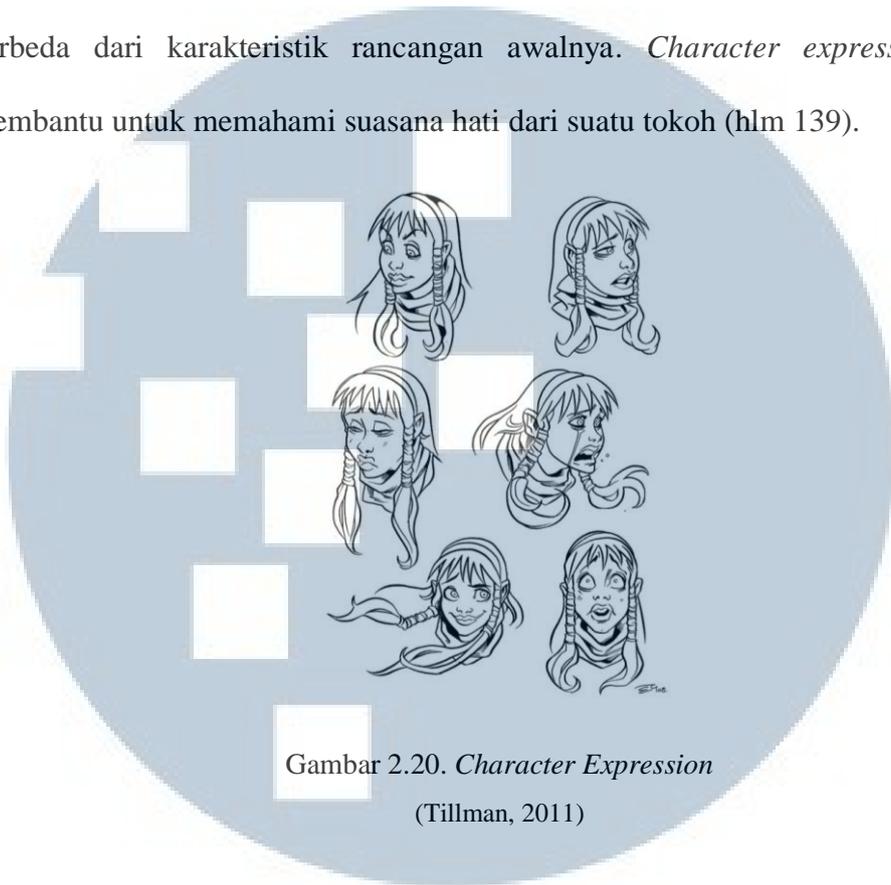


Gambar 2.19. *Character Pose*

(Tillman, 2011)

Selain kedua hal tersebut, Tillman (2011) juga menyatakan bahwa seorang desainer tokoh perlu untuk membuat *character expressions*. Hal ini digunakan untuk menjaga konsistensi ekspresi dari tokoh dalam suatu animasi agar tidak

berbeda dari karakteristik rancangan awalnya. *Character expressions* juga membantu untuk memahami suasana hati dari suatu tokoh (hlm 139).



Gambar 2.20. *Character Expression*
(Tillman, 2011)

2.6. Ras Mongoloid

Ras adalah suatu kelompok manusia yang memiliki ciri-ciri fisik bawaan yang sama. Secara garis besar, manusia dibagi ke dalam tiga kelompok ras utama, salah satunya ras Mongoloid. Ras Mongoloid memiliki ciri-ciri kulit berwarna kuning hingga sawo matang, rambut lurus, bulu badan sedikit, dan mata sipit. Ras Mongoloid dibagi menjadi dua, yaitu Mongoloid Asia dan India. Mongoloid Asia terdiri dari ras Tionghoa dan ras Melayu. Ras Melayu terdiri dari Malaysia, Indonesia, dan Filipina (Maryati dan Suryawati, 2006, hlm 8). Menurut Dahlan (2011), ras Melayu memiliki ciri-ciri kulit berwarna sawo matang, rambut hitam, hidung sedikit mancung, dan tinggi yang badan yang normal. Kemudian Marzali

(2011) menyatakan bahwa ras Tionghoa memiliki ciri-ciri kulit berwarna kuning hingga putih, rambut yang lurus, dan tinggi badan yang normal.

2.7. Simbol Status

Wolf (1996) menyatakan bahwa simbol status adalah tanda-tanda yang terlihat oleh mata yang memperlihatkan perbedaan kedudukan dan status sosial dari seseorang atau sekelompok orang. Simbol status tidak hanya dapat berupa objek material dan penampilan, namun juga dapat termasuk etika, gestur, dan bahasa (hlm 843). Goffman (2013) menambahkan bahwa simbol status memiliki kegunaan lain, yaitu memperlihatkan cara pandang, gaya hidup seseorang, dan kebudayaan yang dianut oleh orang tersebut (hlm 112). Raharjo (2009) menyatakan bahwa terdapat tanda atau ciri-ciri tertentu yang dapat menunjukkan status sosial, yaitu:

1. Tempat tinggal

Kelas sosial atas biasanya tinggal di perumahan elite yang mewah dan memiliki prestise tinggi. Orang yang tinggal di perumahan mewah menunjukkan bahwa ia adalah kelompok orang kaya. Perumahan yang mewah dengan semua fasilitasnya akan memberikan kebanggaan bagi pemiliknya. Dengan melihat tempat tinggalnya, orang sudah dapat menilai kelas sosial seseorang (hlm 8).

2. Kekayaan

Kekayaan menjadi unsur utama yang sering ditonjolkan seperti contohnya perhiasan. Kekayaan menjadi bagian terpenting dalam kelompok sosial karena dianggap sebagai simbol kesuksesan. Mobil mewah seperti merk jaguar sangat langka di Indonesia karena harganya yang mahal dan jumlahnya yang terbatas.

Mobil ini memberi kebanggaan tersendiri bagi orang yang memiliki dan memakainya (hlm 9).

3. Penghasilan

Pada umumnya kelas sosial atas memiliki penghasilan yang tinggi. Mereka pada umumnya para eksekutif yang bekerja dalam bidang pekerjaan tertentu dan menjadi orang yang sukses. Ada hubungan yang erat antara penghasilan dengan jenis pekerjaan. Kelompok sosial atas mempunyai pekerjaan yang elite dengan penghasilan yang tinggi (hlm 9).

4. Pakaian

Pakaian yang digunakan oleh kelompok sosial atas adalah pakaian yang bagus dan mahal. Mereka bangga mengenakan pakaian produksi luar negeri seperti baju buatan Italia, parfum dari Prancis, dan sebagainya (hlm 9). Ma, Shi, Chen, dan Luo (2012) juga menambahkan bahwa gaya berpakaian merupakan salah satu aspek yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan seseorang ke dalam kelas sosial (hlm 86). Pakaian yang biasanya digunakan oleh orang kaya adalah pakaian dengan ukuran yang pas dengan tubuhnya. Wanita dapat menggunakan rok, gaun, serta rok mengembang jika ingin mendapatkan tampilan orang kaya zaman dahulu. Namun jika ingin terlihat lebih trendi, mereka dapat menggunakan celana *jeans*. Selain itu, mereka selalu berpakaian dengan sangat rapi. Selain pakaian, orang kaya biasanya juga akan menghabiskan uang untuk membeli sepatu bagus dan juga perhiasan seperti jam tangan atau mutiara (hlm 89).

5. Kegemaran

Kegemaran atau hobi kelompok sosial atas adalah kegiatan-kegiatan yang memerlukan biaya yang besar, seperti shopping ke luar negeri, olahraga golf, dan sebagainya. Setiap orang mempunyai jenis kegemaran tertentu. Ada kegiatan tertentu yang dapat dilakukan oleh orang umum, tetapi juga menjadi status simbol kelas sosial atas, misalnya memancing. Memancing merupakan kegemaran dari setiap orang tanpa batas kelas sosial. Tetapi memancing menjadi hobby elit ketika dilakukan oleh golongan kelas sosial atas. Mereka memancing *Blue Marlyn* di laut lepas dengan menggunakan kapal pesiar mewah (hlm 9).

Sedangkan kelompok kelas bawah pada umumnya kontradiksi atau kebalikan dari kelompok atas. Mereka tidak memerlukan simbol-simbol status untuk menjaga gengsi. *Prestise* atau gengsi hampir tidak diperlukan, yang penting mendapatkan uang, karena pada umumnya kelompok ini terdiri dari orang-orang miskin. Mereka bahkan dianggap sebagai sampah masyarakat bagi kelompok lain. Pada dasarnya anggota kelompok ini juga ingin keluar dari kelompok bawah, tetapi kondisi ekonomi yang memaksa mereka tetap berada pada kelompok tersebut (hlm 26).

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A