



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Animasi yang kita kenal sekarang mempunyai banyak sekali fungsinya tidak hanya sebagai media hiburan saja. Animasi juga bisa menjadi media iklan atau promosi, informasi, dan lainnya. Definisi animasi menurut Santucci (2009) dalam bukunya adalah gambar bergerak yang diciptakan oleh fotografi, benda mati, ataupun sebuah gambar. Withrow (2009) memperjelas dengan pernyataannya yang menandakan bahwa animasi merupakan seni gambar tidak bergerak yang secara bergantian dengan rangkaian tertentu yang menciptakan ilusi optik berupa gerakan gambar tersebut. Blazer (2015) membeberkan salah satu keunggulan dari animasi adalah dalam *storytelling*, animasi tidak mempunyai batasan tertentu karena animasi lahir dari imajinasi.

Menurut Beane (2012) dirinya mengatakan bahwa dalam dunia animasi 3D (tiga dimensi) menjadi suatu tanda akan adanya perkembangan teknik animasi. Animasi 3D juga diperdalam melalui analisa Blazer (2015) dalam bukunya *Animated Storytelling*, yang mengatakan animasi 3D adalah animasi yang dibuat dengan perangkat lunak 3D (3 Dimensi) dalam alat komputer. Elemen yang ada di dalamnya melakukan proses modelling, rigging, texturing, puppeting dan semuanya dianimasikan dalam visual. Dan mereka yang turut berperan dalam proses produksi animasi 3D ini disebut *3D artist*.

2.2. Video Musik

Video Musik berdasarkan Arnold dan Cookney (2017) ialah suatu series garis pertahanan dimana seni musik dan visual, antara kultur popular dan seni, dan antara representasi alternatif maupun dominan.

2.2.1. Fungsi Video Musik

Berland (seperti yang dikutip oleh Firth, 1993) mengungkapkan bahwa dimulai dengan kesadaran akan suatu musik dalam sinema yang lebih mudah diingat dibandingkan cerita dari sinema itu sendiri yang menjadi ide dibalik memasukkan musik ke dalam visual. Hal ini dilakukan juga agar musik dapat masuk ke dalam televise melalui video musik. Dengan masuknya video musik ke dalam platform yang paling digemari pada masa 1990an yaitu televisi, musik video menjadi suatu yang viral. Bahkan menurut Grossberg (yang dikutip oleh Firth, 1993), video musik bahkan sudah seperti kultur yang dapat memperngaruhi penontonnya. Banyak produk-produk komersial yang berlomba-lomba untuk memasukkan produknya ke dalam video musik penyanyi yang sedah naik daun pada masanya. Menurut spark-me.com alasan secara marketing mengapa video musik menjadi media untuk menaruh iklan yaitu karena jangka promosi yang akan terus menerus selama video musik itu ada dan target pasar yang lebih fokus. Keazor dan Wubbena (2010) menyebutkan bahwa ketika seorang penyanyi ingin mempromosikan lagunya, membuat video musik adalah sesuatu yang mutlak. Dengan adanya video musik, maka lebih banyak kesempatan mendapatkan perhatian publik. Video musik tidak hanya mempunyai kemampuan untuk menyampaikan apa yang ingin disampaikan dalam musik tersebut, tapi juga untuk memperlihatkan siapakah penyanyi itu

sebenarnya, apa pandangan penyanyi tersebut, atau hanya sekedar untuk membahagiakan dan menyapa fansnya.

2.2.2 Video Musik Konseptual Naratif

Keazor dan Wubben (2010) berpendapat bahkan video musik dengan tema konseptual mempunyai tokoh untuk diciptakan berdasarkan kebebasan berasosiasi ketika mengembangkan tema sehingga konten yang diberikan bisa lebih bervariasi. Stewart (2014) ikut menambahkan bahwa dalam video musik konseptual, dibagi menjadi naratif dan non naratif. Video musik konseptual naratif ini menggunakan cerita dalam video musiknya sehingga hasilnya seperti film pendek. Hal terpenting yang harus ada dalam video musik konseptual naratif ialah keberadaan tokoh, setting, dan kejadian secara konseptual.

2.3 Environment

Environment tidak hanya berfungsi untuk memperlihatkan lingkungannya seperti apa, LoBrutto (2002) menerangkan bahwa setiap *environment* yang ada di dalam *scene* mampu mengisahkan kisah dan informasi dari sang tokoh dalam film walaupun tidak pernah diungkapkan secara verbal. *Environment* dalam animasi sangat membantu untuk memberikan gambaran dimana ada kapan *scene* tersebut terjadi dan berada. Dengan begitu, para penonton pun juga dimudahkan untuk memahami film animasi tersebut. Sebuah film mau itu animasi maupun *live action*, tidak akan tercipta bila tidak adanya *background* baik setting *interior* maupun *exterior*. Besen (2008) turut menambahkan dengan pernyataan bahwa sebuah

environment mempunyai kemampuan untuk menyampaikan sesuatu yang terjadi dalam film tersebut tanpa adanya dialog maupun aksi didalamnya.

2.3.1 Waktu dan Tempat

Ketika mendesain suatu *environment*, Shorter (2012) menunjukkan bahwa *environment* mempunyai kemampuan untuk menjelaskan cara hidup masyarakat dan kebudayaan pada periode waktu yang menjadi latar belakang. Dengan demikian, maka akan lebih mudah untuk menentukan objek, gaya visual, warna, dan juga teksturnya. Buckland (2015) dalam bukunya *Film Studies An Introduction* mengatakan bahwa *art director* memegang peran penting dalam suatu pembuatan film terutama bila film itu bergenre *science fiction* dengan tema masa depan. Alasan ini dikarenakan *art director*-lah yang menciptakan konsep waktu, ruangan, desain, dan gambaran berdasarkan masa dan tempat film itu berada.

2.3.2 Environment dan Tokoh

Dalam buku *Dream World* karangan Bacher (2008) dijelaskan bahwa komposisi *environment* yang disandingkan dengan tokoh di dalam film adalah sebuah kombinasi yang harmonis dalam bentuk dan gerakan sehingga menciptakan dunia yang imajinatif bagi penonton, seakan penonton diajak ikut berperan ke dalam dunia artifisial yang mereka saksikan. Watt (2017) menyatakan dalam menciptakan suatu *environment* agar tokoh dapat melakukan perannya, berdasarkan kapan dan dimana kejadian itu sedang berlangsung. Keberadaan *environment* dalam suatu film atau animasi harus diperkirakan seberapa butuh atau tidak butuhnya elemen di dalamnya. Ini dilakukan agar jangan sampai *environment* yang disajikan justru

malah mendominasi tokoh yang ada di dalamnya. Watt juga menambahkan, peraturan krusial dalam mendesain *environment* adalah memberikan beberapa ruang untuk sang tokoh untuk melakukan perannya dalam cerita.

2.3.3 Interior / Set

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, interior dapat dijabarkan sebagai bagian di dalam ruangan atau tatanan perabotan di dalam ruangan dalam gedung dan sebagainya. Gardez (2015) mengatakan bahwa suatu set dapat membentuk impresi pertama dan signifikan untuk keseluruhan cerita. Apa yang ada di dalam interior suatu film dapat membentuk asal usul sang tokoh, dapat memberikan atmosfer, bahkan memberika suasana dan emosi secara instan. Dalam mendesain set interior, dibutuhkan kerjasama antara set designer, art director, dan sutrada untuk mendesain apa yang akan ada di dalam *shot*. Dan juga harus ada kesepakatan dengan director of photography untuk mengatur bagaimana set akan terlihat dialam kamera.

1. Kamar Tidur

Wilkening (1989) menerangkan bahwa kamar tidur adalah ruangan tertutup, cenderung jauh dari kebiingan yang sifatnya sangat pribadi. Walaupun umumnya kamar tidur digunakan untuk beristirahat, tetapi kamar tidur juga bisa menjadi ruangan yang menggambarkan seseorang yang menempati ruangan tersebut.

2. Kamar Mandi

Kamar mandi merupakan fasilitas sanitasi yang bersifat tertutup. Bargh (2012) menuturkan dalam penelitiannya bahwa orang yang merasa

kesepian, sedih, dan sendiri lebih senang menghabiskan waktunya di kamar mandi. Hal itu dilakukannya sekedar untuk merasakan kehangatan sekaligus berpikir.

2.3.4 Properti

Properti merupakan benda mati yang digunakan dalam panggung maupun *scene* untuk membuat setting cerita. Properti dapat berupa kostum, dekorasi, alat bantu, dan lain sebagainya. Strawn (2013) yang mendeskripsikan bahwa properti adalah benda-benda yang ada di dalam film tetapi sangat bisa mendefinisikan tokoh dalam bermain, mengatur periode waktu, dan merupakan jembatan antara tokoh dan realita dalam ceritanya. Ditambah oleh Barnwell (dikutip oleh Gardez, 2015), yang mengatakan dalam dunia perfilman seakan mengikuti jejak seni lukis, teater, dan literatur tentang pentingnya suatu properti dalam mengembangkan unsur narasi di dalamnya. Lo Brutto (2002) menyatakan bahwa sebuah benda dapat berubah arti dari arti denotasi (makna yang sesuai dengan makna sebenarnya) menjadi konotasi yang melambangkan sebuah aspek dalam narasi cerita, serta menambah unsur detail dalam cerita. Contohnya seperti kehadiran beberapa macam bunga dalam suatu set. Kirkby (2011) menjelaskan bahwa setiap bunga bisa menjadi objek dalam mengkomunikasikan sesuatu.

1. Bunga *Camellia* artinya kepercayaan penuh akan seseorang.
2. Bunga *Anyelir* artinya suatu keindahan, dan yang berwarna pink mempunyai arti tidak akan melupakan seseorang.

3. Bunga Cosmos (*Cosmos Bipinnatus*) yang artinya kebahagiaan dalam cinta dan kehidupan
4. Bunga Tulip (*Tulipa*) yang artinya pernyataan cinta
5. Bunga mawar merah melambangkan cinta romantis

2.4 *Cyberpunk*

Cyberpunk pertama kali diperkenalkan melalui novel *Neuromancer* karangan William Gibson pada tahun 1984. Semenjak itu, banyak sekali novel maupun film-film bertema distopia dengan latar belakang *cyberpunk* baik itu *live action* maupun animasi. Contohnya seperti *Blade Runner*, *Ghost in the Shell*, *Akira*, *Total Recall*, *Robocop*, dan banyak lainnya. Tatsumi (2019) mengungkapkan bahwa *cyberpunk* tidak hanya suatu fenomena dimana teknologi semakin maju dan canggih, tetapi juga hukum-hukum dan hak-hak yang berlaku sudah semakin modern di masyarakatnya. Goicoechea (2008) menyebutkan bahwa *cyberpunk* ialah suatu latar dimana kultur yang sedang populer dipersatukan dengan pengetahuan yang lebih visioner. Jenna Ng dan Macdonald (seperti dikutip oleh Murphy dan Schmeink, 2017) dalam dunia *cyberpunk*, teknologi dan paradigma kultur sudah semakin bergeser secara dramatis, fungsi manusia sebagai penjelajah dunia sudah semakin tidak jelas. Ini disebabkan karena maraknya teknologi yang diaplikasikan dimana, dimudahkan, dan bahkan meresap di dalam masyarakat.

2.4.1. Visual *Cyberpunk*

Murphy dan Schmeink (2017) menuturkan bahwa visual estetika dari *cyberpunk* dapat dibedah dalam variasi-variasi emblem, *color palette*, bahkan *icon*. Mereka

juga menambahkan, setiap cahaya yang disajikan dalam *cyberpunk* tidak hanya sekedar cahaya menerangi tetapi sebagai bentuk energi dalam kota *cyberpunk* baik itupun lampu neon. Lampu neon bisa saja di dalam *environment cyberpunk* dan juga dari kulit. Ditambah oleh Wilcox (yang dikutip oleh Murphy dan Schemeink, 2017) yang menjelaskan dalam analisis bentuk, ruang, warna, dan cara berpakaian di *cyberpunk*, penting untuk diingat bahwa harus bervisualisasi imajinatif, mempunyai bentuk metafora cyber-experience. Tidak lupa mengutip isu-isu modernisasi dengan perwujudan teknologi.

2.5. Tokoh

Walaupun suatu film masih dapat berjalan tanpa adanya tokoh, tetapi tokoh merupakan hal yang krusial bila perannya ada di dalam naskah suatu film. Tokoh bisa berupa manusia, hewan, benda, tumbuhan, ataupun makhluk lainnya. Nurgiyantoro (2013) berpendapat bahwa tokoh merupakan apa yang diinteroretasikan oleh penonton untuk memberikan pesan moral dan tujuan dengan aksinya atau bisa dengan suaranya. Eder (2014) menulis bahwa tokoh adalah inti yang penting dalam suatu film. karena tokohlh yang menghadapkan penonton dengan suatu pertanyaan, struktur, dan arti dari film itu sendiri dan dapay juga disimpulkan sebagai artefak, sesuatu yang fiksi atau bukan, simbol, dan tanda.

2.5.1. *Three Dimensional Character*

Masing-masing tokoh di dalam film mempunyai latar berlakangnya sendiri. Menurut Egri (2009), setiap tokoh sama seperti semua manusia yang mempunyai unsur fisik, psikologinya, dan perilakunya terhadap masyarakat sekitarnya atau

sosiologinya. Lamson (2010) mengutip, dalam tahap pengembangan tokoh di skrip, *three dimensional character* adalah suatu kewajiban karena karakteristik yang membentuk tokoh itulah yang akan membawa cerita tersebut. *Three dimensional character* juga mampu untuk menuntun penonton bagaimana tokoh dapat menangani emosi dalam cerita. Hal ini bukan hanya tentang detail dari tokoh dalam cerita saja, tapi juga apa yang dirasakan oleh tokoh.

2.5.1.1. Fisiologi Karakter

Fisikologi adalah dimensi fisik, rupa, penampilan, atau bentuk dari tokoh. Semuanya kurang lebih sesuatu yang dapat dilihat dengan mata. Aspek yang termasuk dalam kategori fisikologi seperti usia, warna rambut, mata, kulit, postur tubuh, hobi, suku/ras, cacat fisik, serta tinggi dan berat badan.

2.5.1.2. Psikologi Karakter

Psikologi tokoh adalah gabungan dari dua aspek yaitu sosiologi dan fisiologi. Faktor ini adalah faktor internal yang mempunyai pengaruh besar tentang perasaan dan pikiran tokoh di dalam cerita. Watak, seksualitas, moral, perilaku, keahlian, dan frustrasi, kebiasaan, temperamen, tujuan hidup masuk ke dalam definisi psikologi tokoh.

2.5.1.3. Sosiologi Karakter

Dimensi ini dipandang dari bagaimana sang tokoh bereaksi, berpartisipasi, dan pandangan tokoh terhadap lingkungan sosial dan masyarakat di sekitarnya. Aspek yang ikut dalam kategori sosiologi tokoh adalah kelas

2.6.1 Senang

Plutchik menerangkan bahwa emosi senang adalah salah satu emosi dasar yang dimiliki oleh semua manusia. Emosi ini mampu dikombinasikan dengan beberapa macam emosi dasar lainnya yang menghasilkan sub emosi. Diperjelas oleh Izard (1991), emosi senang ialah keadaan psikologi yang dipenuhi dengan hal positif dari pengalaman yang dialami. Hasil dari emosi ini bisa berupa senyuman, tawa, dan lainnya.

2.6.2. Cinta

Menurut Plutchik, cinta merupakan gabungan dari dua emosi. Emosi tersebut ialah rasa senang (Joy) dan rasa percaya (Trust). Semua itu adalah turunan dari emosi dasar senang (Joy). Lebih detailnya, Plutchik menambahkan kalau cinta adalah suatu kecanduan dan kekaguman akan seseorang atau sesuatu.

2.6.3. Sedih

Emosi sedih menurut Plutchik (2003) berada berseberangan dengan senang (Joy) dalam roda emosi. Itu artinya keduanya adalah sesuatu yg berbanding terbalik. Emosi sedih bisa mencangkup dari kemuraman hingga rasa berduka atau kehilangan. Hoffman dan Weiner (2011) menambahkan juga bahwa sedih adalah kebalikan dari senang dan didasari oleh rasa kehilangan sesuatu yang berharga.

2.6.4. Kesepian

Ditambahkan oleh Plutchik (2003), perasaan malu adalah emosi yang di dasari emosi sedih. Dari emosi sedih itu, diturunkan lagi ke emosi tertinggalkan atau terlupakan, setelah itu barulah emosi dan perasaan kesepian itu muncul.

2.7. Warna

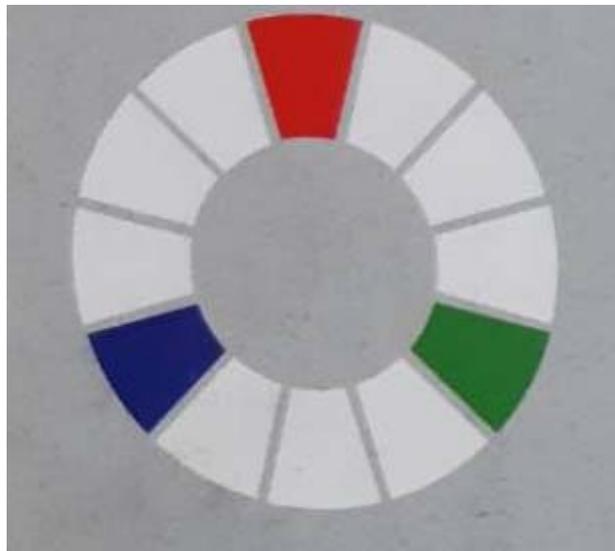
Sir Isaac Newton menjelaskan bahwa warna merupakan spektrum tertentu dalam cahaya putih. Beberapa tahun kemudian, ilmuwan James Clerk Maxwell menunjukkan bahwa cahaya memancarkan radiasi gelombang, tetapi hanya gelombang sekitaran 400-700nm yang kasat di mata manusia dan itu disebut spektrum kasat mata. Warna yang dapat manusia lihat sekarang menurut Soewignjo (2013) ialah sesuatu yang dapat dijelaskan secara subjektif maupun objektif. Secara subjektif, warna merupakan bagian dari pengalaman indra penglihatan. Sedangkan secara objektif, warna adalah hasil panjang gelombang elektromagnetik yang cahayanya dapat dilihat oleh mata. LoBurto (2002) menjelaskan bahwa warna merupakan alat desain yang dapat menjadi penjelas suatu gambar saja, melainkan dapat berperan untuk menyampaikan *mood*, emosi, suasana, tempat, dan juga waktu.

2.7.1. Teori Warna

Warna menjadi elemen penting dalam memvisualisasikan suatu adegan dalam *scene* suatu film atau video. Krause (2014) membagi warna dalam susunan *color wheel* yang terdiri dari warna primer, sekunder, dan tersier.

1. Warna Primer

Krause (2014) menjelaskan, warna primer adalah warna dasar yang tidak bisa digabung dengan warna yang lain. Warna primer terdiri dari tiga yaitu merah, kuning, dan biru. Dalam warna primer, tidak ada warna apapun yang dapat menghasilkan warna primer, tetapi warna-warna primer dapat menghasilkan warna lain.

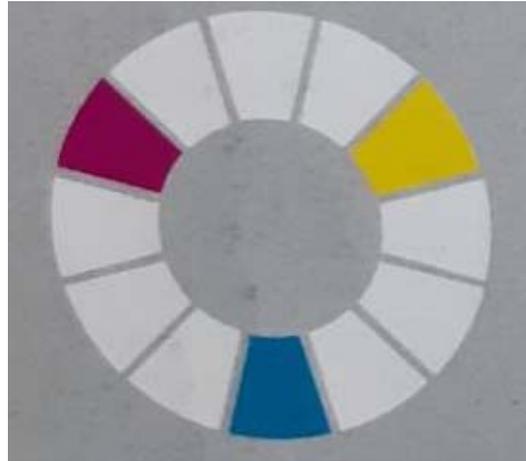


Gambar 2.7.1.1. Warna Primer

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

2. Warna Sekunder

Menurut Mollica (2013), warna sekunder merupakan campuran dari dua warna primer. Warna sekunder adalah hijau, jingga, dan ungu. Dalam *color wheel*, warna sekunder terletak di tengah antara dua warna yang digabungkan.



Gambar 2.7.1.2. Warna Sekunder

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

3. Warna Tersier

Mollica (2013) juga menambahkan, gabungan dari warna sekunder dan primer dapat menghasilkan warna tersier. Hasil dari campuran tersebut menghasilkan warna enam warna di dalam *color wheel*. Warna dari tersier adalah warna tengah seperti warna merah-oranye, kuning hijau, merah-ungu, dan lain sebagainya.



Gambar 2.7.1.3. Warna Tersier

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

2.7.2 Color Harmony

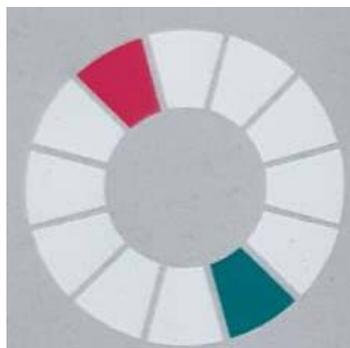
Dalam *color harmony*, Weingerl dan Javorsek (2018) menegaskan bahwa suatu warna dapat dikatakan harmoni apabila warna tersebut dapat dijabarkan menjadi suatu kesatuan yang seimbang untuk yang melihatnya. Atau dengan kata lain, *color harmony* dapat dijabarkan sebagai perpaduan warna yang menghasilkan efek nyaman ketika dilihat. *Color harmony* terdiri dari :

1. Warna Monokromatik

Monokromatik adalah warna yang sama, hanya saja mempunyai hue yang mirip, atau sama. Contohnya seperti warna biru dengan biru dengan *hue* yang bergeser sedikit.

2. Warna Komplementer

Warna komplementer adalah gabungan dari dua warna yang posisinya berseberangan dari warna tersebut di dalam *color wheel*. Dua warna tersebut mempunyai kontras yang paling kuat satu dengan yang lainnya. Contohnya seperti merah dengan hijau.



Gambar 2.7.2.1. Warna Komplementer

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

3. Warna Split Komplementer

Warna split adalah tiga warna, dimana dua warna diantaranya bersebelahan tidak terlalu jauh, dan yang satunya lagi berada hampir di seberang warna tersebut (mendekati 180°). Bila dilihat dari *color wheel*, maka bentuknya seperti segitiga sama kaki.



Gambar 2.7.2.2. Warna Split Komplementer

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

4. Warna Triad Komplementer

Warna triad komplementer terdiri dari tiga warna dengan posisinya masing-masing 120° . Bila dilihat dari *color wheel*, maka bentuknya akan menyerupai segitiga sama sisi.

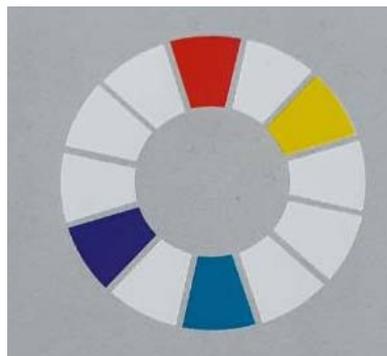


Gambar 2.7.2.3. Warna Triad Komplementer

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

5. Warna Tetrad Komplementer

Warna tetrad komplementer terdiri dari dua warna komplementer, atau bisa dibilang terdiri dari empat warna pilihan. Dalam *color wheel*, bentuk dari warna tetrad komplementer berbentuk seperti + atau x.



Gambar 2.7.2.4. Warna Tetread Komplementer

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

6.

7. Warna Analogus



Gambar 2.7.2.5. Warna Analogus

Sumber: Buku Basics Photography 03: Capturing Colour, 2007

Analogus dalam *color wheel* terdiri dari gabungan warna dengan posisi menyamping. Warnanya mempunyai *hue* yang mirip. Contohnya seperti warna hijau kebiruan, hijau, dan hijau kekuningan.

2.7.3. Emosi dalam Warna

Seperti yang disampaikan diatas bahwa emosi manusia tidak terlepas dari psikologinya, maka apa bila terjadi sesuatu dengan psikologinya, maka emosi itu akan ikut terpengaruhi. Dalam jurnal Kurt dan Osueke (2014), dijelaskan warna adalah salah satu faktor yang paling efektif di dunia ini untuk mempengaruhi suatu emosi seseorang.. Goethe (2006) berpendapat bahwa warna mampu mempengaruhi pikiran manusia melalui pengalaman kepada warna tertentu yang mampu merangsang perasaan tertentu.

Kurt dan Osueke (2014) mengutip dari Wright tentang bagaimana cara kerja suatu warna dapat mempengaruhi psikologi manusia. Ketika suatu cahaya memasuki retina mata manusia, maka akan di konversikan menjadi impuls ke salah satu bagian dalam otak manusia bernama hipotalamus. Hipotalamus mampu mempengaruhi persepsi dan sistem kelenjar endokrin. Hipotalamus dapat mengatur temperatur tubuh, seksual, nafsu makan, tata perilaku, pola tidur, dan lainnya.

Zelanski dan Fisher (2010) ikut menegaskan, dalam warna dapat terbagi menjadi dua yaitu warna hangat (*warm color*) dan warna dingin (*cold color*). Pada warna hangat, warna ini memberikan perasaan semangat, cinta, harapan, senang, dan sebagainya yang memberikan kesan positif di dalamnya. Tetapi warna ini bisa juga menandakan rasa marah, kekerasan, kekejaman, dan lainnya. Warna hangat terdiri dari warna kuning, merah, dan oranye. Kedua yaitu warna dingin yang memberikan kesan tenang, kelembutan, kehidupan, segar, dan damai. Namun warna biru juga dapat memberikan kesan sedih, kesepian, sakit, dan depresi. Warna dingin di dominasi dengan warna biru, ungu, dan hijau.

Setiap warna mempunyai kemampuan untuk menyampaikan kesan dan pesan dalam suatu karya. Goethe (2006) dalam bukunya *Theory of Colours* menjabarkan, arti secara emosional dari masing- masing warna yang berawal dari efek warna tersebut. Dari sekian warna yang ada, diambil tujuh warna utama untuk menjabarkan masing-masing emosi yang dihasilkan ddari masing-masing warna.

1. Merah

Merah adalah warna yang cukup kontras disbanding warna dasar lainnya. Merah memberikan kesan emosi membara seperti semangat, muda, kesuksesan, gairah besar, martabat, cinta, perjuangan, enerjik dan kegembiraan. Disisi lain, merah juga dapat menyajikan kesan kasar, amarah besar, keiri hatian, dan sesuatu yang panas.

2. Kuning

Kuning merupakan warna terdekat dengan warna cahaya putih. Warna ini dapat memberikan kesan rasa hangat, semangat, santai, kebahagiaan, sesuatu yang mulia, energy, kekayaan, pencerahaan, imajinasi dan harapan, serta suatu kebesaran.

3. Oranye

Oranye ialah warna perpaduan dari merah dan kuning. Rasa yang dapat diberikan dari warna oranye ini didominasi dengan sesuatu yang positif seperti rasa kehangatan, enerjik, kegembiraan, sesuatu yang menyenangkan, keakraban, dan keriangannya.

4. Hijau

Warna hijau mempunyai kaitan yang tidak jaih dari alam. Hijau mampu mencerminkan emosi-emosi bahagia, rasa syukur, sesuatu yang alami, suatu yang dibutuhkan untuk relaksasi dan ketenangan, kedamaian, kesejukan, dan rasa empati. Sisi negative dari warna hijau ialah hijau menghasilkan kesan tersesat, kebosanan, dan keserakahan.

5. Cyan

Warna cyan biasa dikenal dengan nama biru muda karena warnanya seperti pencampuran warna biru dan putih. Warna cyan dapat memberikan kesan dingin, kesepian, ketenangan, dan relaksasi

6. Biru

Warna biru kurang lebih dapat menyajikan suatu emosi yang kurang lebih seperti warna cyan. Biru memberikan kesan dingin, kehampaan, kesedihan, rasa duka, acuh, kurang begitu ramah, dan kesendirian. Namun warna biru dapat memberikan rasa konsentrasi, ketenangan, dan keseriusan.

7. Ungu

Ungu merupakan pencampuran warna merah dan biru. Rasa mistis, spiritual, kehampaan, kemewahan, royal, sesuatu yang magis. Walaupun begitu, ungu juga mampu memberikan kesan romantis dan fantasi dapat dirasakan dari warna ungu. Namun, dilain sisi warna ini dapat menggambarkan rasa frustrasi.

2.7.4. Warna dalam Desain *Environment*

Buku Complete Digital Animation Course karya Watt (2017) mengatakan dalam menggambarkan bahwa penggunaan warna kontras dan solid ada baiknya dihindari. Ini dilakukan agar tidak mengalihkan dan mengganggu perhatian penonton dari aksi-aksi yang dilakukan di dalam *scene*. Tetapi di lain sisi, Watt menambahkan bahwa penggunaan warna sangat penting karena mempunyai peran untuk mempertegas emosi dan atmosfer yang ada di dalam film. Bahkan, hal ini disarankan dalam tahap desain *color script*.

2.8. Visualisasi

Kusrianto (2009) menyatakan, visualisasi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan suatu gagasan informasi ke dalam wujud visual dengan tujuan agar lebih mudah dimengerti. McCormick (et al., 1987) dalam bukunya menyatakan bahwa visualisasi adalah upaya manusia untuk melihat akan sesuatu yang tak terlihat dan menjabarkan hal tersebut menjadi sebuah informasi. Ada beberapa aspek yang bisa menyusun suatu visualisasi yaitu tanda, gambar, lambing atau simbol, tipografi, dan warna.