



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

Secara umum, pengertian dari animasi adalah sebuah rangkaian gambar diam yang dibuat seolah-olah memiliki pergerakan dengan menggunakan teknik tertentu. Teknik pembuatan animasi memungkinkan untuk menciptakan sebuah pergerakan dari sejumlah gambar diam sebab mata manusia mampu menyimpan informasi dari sebuah gambar yang baru dilihat selama beberapa saat, menurut Peter Mark Roget dalam prinsip *'the persistence of vision'*. Hal ini memungkinkan terciptanya ilusi pergerakan tanpa terputus dalam sebuah film animasi. (Williams, 2009)

2.1.1 Animasi 2D

Animasi 2D adalah sebuah rangkaian dari gambar yang dibuat satu persatu, kemudian ditampilkan secara berurutan. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah ilusi pergerakan. Tiap *frame* dalam animasi 2D digambar dengan tangan. Proses pembuatan animasi 2D dapat dilakukan secara analog, digital, maupun gabungan dari keduanya. (Roberts, 2011)

2.1.2 Praproduksi Animasi

Dalam proses pembuatan sebuah film animasi, secara umum terdapat tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Pra-produksi adalah saat dimana sebuah konsep dikembangkan menjadi cerita yang kemudian akan menjadi sebuah

film. Tahap pra-produksi dapat dibagi menjadi enam bagian yaitu penulisan naskah, perancangan tokoh, perancangan lokasi, perekaman suara, menentukan gaya visual, serta *storyboard* dan *animatic*. Segala bagian dari pra-produksi sangat penting dalam menentukan kesuksesan sebuah proyek animasi. (Bancroft, 2013)

Setelah pra-produksi selesai, terdapat dua kemungkinan yaitu mendapat persetujuan untuk masuk ke tahap produksi atau kembali ke pengembangan lebih lanjut. Setelah melewati pra-produksi, tahap berikutnya adalah produksi. Saat melalui produksi segala hasil dari proses pra-produksi dibuat menjadi sebuah karya animasi. Saat hasil dari proses produksi selesai, kemudian diikuti dengan paskaproduksi dan akan menghasilkan film animasi yang siap untuk dipasarkan. (Glebas, 2013, hlm 10).

2.2 Tokoh

Menurut Glebas (2011), tokoh adalah seseorang yang ditunjukkan dalam layar. Seorang tokoh menginginkan sesuatu kemudian berusaha mendapatkannya, memiliki peraturan-peraturan tertentu yang mengatur caranya bertindak, serta memiliki tujuan dan keterbatasan. Middleton dan Dalglis (2012) menyatakan, fungsi dari seorang tokoh utama adalah menggiring penonton mengikuti alur cerita. Tokoh utama mampu menimbulkan reaksi emosional tertentu dari penonton melalui hal-hal yang ada pada dirinya.

2.2.1 Protagonis dan Antagonis

Menurut Egri (2011) peran tokoh dalam sebuah cerita dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu Protagonis dan Antagonis. Protagonis adalah tokoh yang menjadi fokus pada cerita. Seorang protagonis juga memiliki sebuah tujuan yang ingin dicapai. Antagonis menjadi lawan bagi protagonis dan memiliki tujuan yang berlawanan.

2.3 Desain Tokoh

Desain tokoh menurut Bancroft (2016) merupakan salah satu bagian tahap-tahap awal perancangan tampilan visual dari berbagai macam media yang memiliki tokoh imajiner, pemeran non-manusia, dan terkadang tokoh manusia asli dalam film *live action*. Desain tokoh dibutuhkan dalam film animasi televisi, animasi *feature film*, animasi CGI, film *live action*, *video game*, komik, dan sebagainya. Tillman (2011) menyatakan bahwa latar belakang serta kepribadian merupakan bagian penting dari desain tokoh sehingga harus dirancang terlebih dahulu untuk menciptakan desain yang kuat dan utuh. Latar belakang dan kepribadian tokoh yang telah dikembangkan kemudian divisualisasikan menjadi desain tokoh.

2.3.1 3-Dimensional Character

Dalam menciptakan latar belakang sebuah tokoh, Egri (2011) menjelaskan bahwa penulis harus memperhatikan dimensi-dimensi dari seorang manusia. Ketiga dimensi karakter perlu diperhatikan untuk menciptakan tokoh yang memiliki kedalaman sebab hal tersebut menentukan bagaimana ia berpikir dan bertindak, dan dapat menjelaskan motivasinya dalam melakukan hal tertentu. Menurut

Tillman (2011) apabila semakin banyak informasi yang diketahui tentang sang tokoh, maka akan lebih mudah dalam memahaminya. Informasi tentang sebuah tokoh dapat digali lebih dalam menggunakan pertanyaan-pertanyaan seputar *3-Dimensional Character* yang terdiri dari dimensi sosiologis, dimensi psikologis, dan dimensi fisiologis.

1. Sosiologis

Dimensi sosiologis adalah segala hal pada tokoh yang mempengaruhi hubungan dengan lingkungan sekitarnya. Dimensi ini terdiri dari tempat asal, tempat tinggal saat ini, pekerjaan, penghasilan, bakat/keahlian, status keluarga, keadaan pada masa kanak-kanak, serta keadaannya saat dewasa. Melalui aspek ini, bagaimana dan mengapa seorang tokoh memiliki hubungan tertentu dengan lingkungannya dijelaskan. Aspek ini juga menjelaskan mengapa seorang tokoh memiliki status tertentu.

2. Psikologis

Dimensi psikologis adalah sisi yang menyangkut kejiwaan tokoh. Aspek ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu sifat & sikap, emosi, dan spiritual. Beberapa hal yang mempengaruhi sifat & sikap tokoh adalah latar belakang pendidikan, tingkat kecerdasan, tujuan/motivasi jangka panjang dan jangka pendek, pandangan terhadap dirinya sendiri, tingkat kepercayaan diri, serta bagaimana caranya mengambil keputusan - apakah lebih menggunakan emosi atau logika. Sedangkan karakteristik emosional

terdiri dari sifat dasar (introvert atau ekstrovert), bagaimana caranya menghadapi berbagai macam situasi (sedih, marah, konflik, perubahan, kehilangan), apa yang membuatnya bersemangat menjalani harinya, ketakutan akan hal tertentu, serta bagaimana ia menjalin hubungan dengan orang lain. Aspek spiritual dapat ditunjukkan melalui kepercayaannya pada Tuhan, seberapa kuat ikatan dengan kepercayaannya, dan bagaimana ia menjalani hidup, apakah mengikuti peraturan kepercayaannya atau tidak.

3. Fisiologis

Dimensi fisiologis adalah bagian dari tokoh yang bersifat terlihat oleh mata. Aspek-aspek fisiologis berkaitan secara langsung oleh kedua aspek sebelumnya, yaitu sosiologis dan psikologis. Terdapat dua bagian dari aspek ini yaitu statistik dasar dan fitur-fitur pembeda. Statistik dasar terdiri dari nama, nama panggilan, usia, tinggi badan, berat badan, jeni kelamin, ras, warna mata, warna rambut, penggunaan kaca mata/lemba kontak, kewarganegaraan, warna kulit, serta bentuk wajah. Kemudian fitur-fitur pembeda pada sebuah tokoh adalah pakaian, perangai, kebiasaan, tingkat kesehatan, hobi, pepatah favorit, bagaimana suaranya terdengar, cara berjalan, cacat fisik (bila ada), kekurangan yang menonjol, serta sifat terbaik yang ia miliki.

2.3.2 Antropomorfisme

Antropomorfisme berasal dari kata Yunani *anthrōpos* yang berarti “manusia” dan *morphē* yang berarti “bentuk”. Secara umum, Antropomorfisme memiliki arti

memberikan karakteristik, motivasi, niat, atau emosi seperti manusia kepada perilaku nyata maupun khayalan dari agen-agen bukan manusia. Agen-agen bukan manusia tersebut dapat berupa hewan, fenomena alam, dewa-dewi, alat elektronik, serta hal apapun yang tampak berperilaku secara mandiri. Kecenderungan manusia dalam melakukan antropomorfisasi memiliki tiga penentu dari sisi psikologis yaitu aksesibilitas dan penerapan pengetahuan antroposentris, motivasi untuk menjelaskan dan memahami perilaku agen lain, serta keinginan untuk kontak sosial dan afiliasi. (Epley, Waytz, Cacioppo, 2007, p. 1)

Wells (1998) menyatakan, tokoh antropomorfik mampu menggambarkan berbagai macam representasi karena memiliki sifat manusia dan hewan sekaligus namun tidak sepenuhnya satu sama lain. Menurut Jardim (2013) antropomorfisme dapat digunakan dalam animasi untuk menjelaskan kepribadian tokoh secara cepat dan efektif, sebab benda mati maupun hewan dapat dengan mudah diberikan kehidupan dan kepribadian tergantung pada imajinasi animator serta gaya film. Antropomorfisme dapat digunakan sebagai alat penghemat waktu, yang memungkinkan penonton untuk dengan cepat memahami kepribadian tokoh tanpa harus menghabiskan banyak waktu menjelaskan motif, emosi, atau kepribadian karakter. Pada media visual, antropomorfisme dapat berupa penyimpangan realitas yang disengaja seperti menggambarkan hewan memiliki kepribadian dan fitur fisik yang sesuai kebutuhan narasi. Hewan sering muncul sebagai tokoh pengganti manusia dalam berbagai media seperti sastra dan film. Oleh karena itu, sifat-sifat hewan telah terbentuk sebelumnya dalam legenda dan dongeng sehingga manusia dapat membuat asosiasi antara hewan dengan kepribadian.

2.3.3 *Archetypes*

Secara umum *archetype* dapat diartikan sebagai sebuah *template* dari sifat dan perilaku seseorang, mencakup sisi baik maupun jahat. *Archetype* mengkategorikan jenis-jenis sifat tertentu berdasarkan ciri khas yang paling terlihat di diri seseorang. Dengan mengkategorikan tokoh berdasarkan *archetype*, akan mempermudah proses berikutnya dalam pengembangan tokoh (Tillman, 2011). Menurut Myss (2013) terdapat 10 kategori *archetype* utama yaitu *The Advocate*, *The Artist/Creative*, *The Athlete*, *The Caregiver*, *The Fashionista*, *The Intellectual*, *The Queen/Executive*, *The Rebel*, *The Spiritual Seeker*, dan *The Visionary*, masing-masing memiliki beberapa subkategori. Untuk merancang salah satu tokoh utama, akan dipilih satu *archetype* yaitu *The Addict*.

1. *The Addict*

The addict adalah archetype yang dapat ada dalam diri siapapun. Siapapun dapat memiliki kecanduan terhadap suatu hal, hal tersebut bisa berupa narkoba, alkohol, makanan, seks, pekerjaan, olahraga, televisi, game komputer, praktik spiritual, sikap negatif, aktivitas berisiko tinggi yang memicu adrenalin, kekuatan, otoritas, kontrol, status, ketenaran, dan kekayaan. Aspek bayangan dari archetype ini adalah pertarungan antara kemauan dan kurangnya kontrol diri. Orang-orang yang digambarkan sebagai intelektual ataupun sangat emosional seringkali dikaitkan dengan archetype ini, sebab mereka terampil dalam merasionalisasikan kecanduannya. Apapun yang dilakukan secara berlebihan dapat mengakibatkan dampak buruk bagi seseorang. Terkadang sebuah

kecanduan tidak terasa seperti kecanduan karena terasa menyenangkan. Salah satu contohnya adalah pembelanja kompulsif yang mengeluarkan terlalu banyak uang akibat keinginan untuk selalu mengikuti tren yang kemudian membuatnya terjatuh hutang.

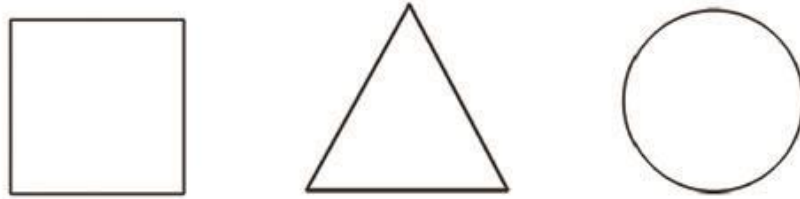
2. *The Mother*

Tokoh perempuan yang dengan archetype Mother memiliki bakat alami sebagai seorang penjaga. Archetype ini melambangkan naluri keibuan, keinginan untuk menciptakan kehidupan, serta mempertahankan kondisi fisik, mental, dan spiritual dari objek yang dilindunginya. Apabila tokoh berarchetype Mother tidak memiliki anak, ia tetap memiliki sifat protektif dan merasa bertanggung jawab untuk merawat orang lain. Ia mendapatkan kepuasan dari melakukan hal tersebut.

2.3.4 Bentuk

Menurut Tillman (2011) bentuk membantu manusia mengenali suatu benda serta sifat-sifat dan kegunaan benda tersebut. Dalam membuat desain tokoh, bentuk-bentuk dasar tersebut dapat menunjukkan karakteristik dari tokoh yang bersangkutan, sehingga penting untuk memilih bentuk yang tepat. Secara umum terdapat tiga bentuk dasar yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Persegi, segitiga, dan lingkaran masing-masing mewakili karakteristik tertentu. Bentuk persegi memberi kesan stabilitas, kepercayaan, kejujuran, keteraturan, kesesuaian, keamanan, kesamaan, dan maskulinitas. Sedangkan bentuk segitiga melambangkan aksi, agresi, energi, kecerdikan, konflik, dan ketegangan. Lalu

bentuk lingkaran menggambarkan kelengkapan, keanggunan, keceriaan, menghibur, kesatuan, perlindungan, dan sifat cenderung seperti anak-anak.



Gambar 2.1 Persegi, segitiga dan lingkaran

(Tillman, 2011)



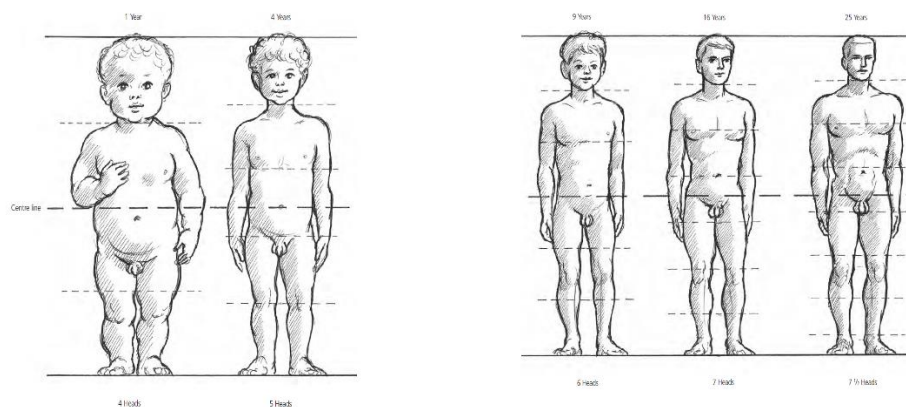
Gambar 2.2 Desain wajah tokoh dengan bentuk dasar persegi, segitiga dan lingkaran

(Tillman, 2011)

2.3.5 Proporsi Tubuh

Perbedaan ukuran antara satu bagian tubuh satu dengan lainnya dapat membuat sebuah tokoh terlihat lebih muda atau lebih tua. Oleh karena itu, hal ini perlu diperhatikan dalam proses perancangan tokoh apabila tokoh tersebut hendak

dirancang memiliki usia tertentu (Bancroft, 2016, hlm 184). Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam merancang tokoh manusia adalah proporsi tubuh manusia yang berbeda-beda pada tiap kategori usia. Menurut Barber (2015) proporsi tubuh manusia berubah seiring bertambahnya usia. Proporsi tubuh manusia diukur menggunakan satuan kepala. Sebagai contoh, seorang laki-laki pada usia satu tahun tubuhnya memiliki panjang empat kepala, lima kepala pada usia empat tahun, enam kepala pada usia sembilan tahun, tujuh kepala pada usia enam belas tahun dan tujuh setengah kepala pada usia 25 tahun.



Gambar 2.3 Perbandingan proporsi tubuh manusia laki-laki.

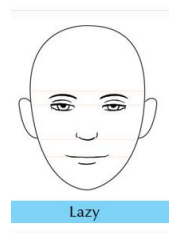
(Barber, 2016)

2.3.6 Fitur Wajah

Bancroft (2012) menyatakan, seorang tokoh mampu mengkomunikasikan perasaan kepada penonton melalui wajahnya. Oleh karena itu fitur wajah pada harus diperhatikan dalam proses perancangan tokoh. Terdapat lima bagian fitur wajah yang mampu menampilkan emosi yaitu mata, alis, mulut, hidung, dan leher. Mata memiliki peran terbesar sebab manusia secara alami membuat kontak mata

untuk memahami perasaan satu sama lain. Saat tokoh berada dalam shot close-up, perhatian penonton akan pertama kali tertuju pada mata tokoh. Mata juga mampu menunjukkan sifat tokoh. Kemudian alis berfungsi mendukung ekspresi yang dibuat oleh mata tokoh, dan mulut memperjelas ekspresi yang dibuatnya.

Menurut Medlej (2014) fitur wajah seseorang yang pemalas digambarkan memiliki kelopak mata berat/tidak terbuka penuh namun memiliki mulut tersenyum. Hal ini menggambarkan orang tersebut tidak hanya sedang dalam keadaan rileks namun secara sengaja ingin menganggur. Mata mengantuk, pupil setengah tertutup, alis rata, dan senyum lebih tipis karena memerlukan sedikit tenaga.



Gambar 2.4 Wajah orang malas.

(Medlej, 2014)



Gambar 2.5 Mata mengantuk.

(Medlej, 2014)

Mata waspada (*alert*) adalah saat mata dalam keadaan alami ketika seseorang aktif. Kondisi mata tidak harus lebih terbuka daripada mata yang rileks, tetapi dalam gaya menggambar yang tidak terlalu detail kelopak mata sebaiknya tidak digambar karena dapat memberi kesan tidak waspada (*non-alert*) pada penonton.



Gambae 2.6 Mata waspada

(Medlej, 2014)

2.3.7 Hirarki Desain Tokoh

Salah satu hal yang perlu diperhatikan sebelum membuat perancangan tokoh adalah hiraki desain tokoh. Bancroft (2016) menuliskan bahwa hirarki merupakan berbagai macam gaya gambar yang diterapkan pada sebuah tokoh. Seberapa sederhana atau rumitnya gaya gambar sebuah tokoh ditentukan oleh perannya dalam cerita. Tiap gaya gambar tersebut dapat memiliki beragam wujud mulai dari sederhana hingga rumit atau realistik. Terdapat enam kategori hirarki desain tokoh, yaitu *iconic*, *simple*, *broad*, *comedy relief*, *lead character*, dan *realistic*.

1. *Iconic*

Hirarki *iconic* merupakan jenis desain yang sangat sederhana. Beberapa contoh desain tokoh *iconic* yang dikenal masyarakat luas adalah *Hello*

Kitty dan desain awal *Mickey Mouse*. Desain tokoh-tokoh tersebut tampak berbeda dari hewan aslinya (*stylized*). Pada umumnya tokoh dalam hirarki *iconic* tidak memiliki pupil mata dan tidak terlalu ekspresif.



Gambar 2.7 Tokoh hirarki *iconic*

(Bancroft, 2016)

2. *Simple*

Meskipun tetap digambar secara sederhana, tokoh *simple* memiliki fitur wajah yang lebih ekspresif. Sama seperti hirarki *iconic*, tokoh yang didesain secara *simple* pada umumnya digambar secara *stylized*. *Fred Flintstone*, *Sonic the Hedgehog* dan *Dexter's Lab* adalah beberapa contoh serial animasi yang tokohnya dirancang secara *simple*. Selain contoh tersebut gaya gambar ini banyak digunakan pada animasi televisi dan *webseries*.



Gambar 2.8 Tokoh hirarki *simple*

(Bancroft, 2016)

3. *Broad*

Tokoh yang dibuat dengan gaya *broad* memiliki mata dan mulut yang besar. Fitur wajah ini membuat tokoh menjadi sangat ekspresif, jauh melebihi kedua gaya gambar sebelumnya. Jenis gaya gambar ini cocok diterapkan pada tokoh dalam animasi bergenre komedi yang membutuhkan ekspresi wajah ekstrim. Contoh karakter *broad* adalah *the wolf* dalam serial kartun *Tex Avery*, dan *Roger Rabbit*.



Gambar 2.9 Tokoh hirarki *broad*

(Bancroft, 2016)

4. *Comedy Relief*

Seperti tokoh *broad*, tokoh *comedy relief* digunakan untuk menyampaikan humor dalam sebuah cerita. Yang membedakan keduanya, yaitu tokoh *comedy relief* menyampaikan humor lebih berupa dialog dan akting. Hal tersebut membuat tokoh ini tidak membutuhkan fitur wajah seperti *broad* yang memerlukannya untuk menyampaikan humor melalui penampilannya. *Nemo*, *Mushu*, *Kronk*, serta sebagian besar *sidekick* *Disney* memiliki gaya gambar *comedy relief*.



Gambar 2.10 Tokoh hirarki *comedy relief*

(Bancroft, 2016)

5. *Lead Character*

Tokoh-tokoh lead character seperti *Sleeping Beauty*, *Cinderella*, dan *Moses (Prince of Egypt)* dirancang sedemikian rupa agar mampu membuat *audience* merasa dekat dengan mereka. Oleh karena hal itu tokoh *lead character* perlu memiliki ekspresi wajah serta akting yang sangat realistik. Untuk mencapai hal tersebut tokoh dirancang dengan memiliki proporsi tubuh yang realistik dan wajah dengan fitur yang ekspresif.



Gambar 2.11 Tokoh hirarki *lead character*

(Bancroft, 2016)

6. *Realistic*

Kategori *realistic* merupakan yang paling realistik dari kelima kategori lainnya. Meskipun tampak nyaris menyerupai fotorealisme, dalam desain tokoh di kategori ini masih memiliki unsur karikatur di dalamnya. Tokoh-tokoh yang berada dalam kategori ini dapat dijumpai dalam film monster, buku komik, dan film animasi CGI. *The Princess* dalam film *Shrek* adalah salah satu contoh tokoh dengan style *realistic*.



Gambar 2.12 Tokoh hirarki *realistic*

(Bancroft, 2016)

2.3.8 Gaya Gambar

Dalam menentukan gaya gambar tokoh untuk sebuah film animasi, target usia penonton adalah faktor yang perlu dipertimbangkan. Kemampuan seseorang dalam memproses informasi visual memiliki perbedaan sesuai dengan kategori usianya. Semakin dewasa seseorang maka semakin banyak informasi yang bisa diproses dalam waktu bersamaan. Oleh karena itu, gaya gambar tokoh dalam animasi harus disesuaikan dengan target usia penonton yang dituju (Tillman, 2011, hlm 103).

1. Usia 0-4

Tokoh dibuat memiliki kepala dan mata yang sangat besar, tubuh pendek, memiliki warna-warna cerah dan bentuk sederhana. Ketebalan garis yang digunakan sangat minimalis. Ia tampak lucu dan bersahabat karena memiliki ukuran kepala dan mata yang sangat besar. Warna yang digunakan adalah warna primer (merah) tanpa bayangan.



Gambar 2.13 Gaya gambar untuk usia 0-4 tahun

(Tillman, 2011)

2. Usia 5-8

Tokoh dibuat memiliki kepala yang besar namun tidak sebesar gaya gambar tokoh yang ditujukan untuk anak berusia 0-4 tahun. Mata dibuat lebih kecil, warna lebih lembut, dan bentuk yang lebih rumit. Ukuran kepala sudah mulai terlihat lebih realistis meskipun masih lebih besar bila dibandingkan dengan tubuhnya. Detail pada tokoh mulai lebih jelas.



Gambar 2.14 Gaya gambar untuk usia 5-8 tahun

(Tillman, 2011)

3. Usia 9-13

Penggambaran tokoh mulai menjauhi gaya sederhana. Proporsi tubuh mengikuti apa yang ada di dunia nyata. Warna lebih realistik dan memiliki lebih banyak detail. Untuk menyesuaikan dengan tahap perkembangan anak di usia ini yang mulai memahami dunia sekitarnya, maka desain tokoh juga berubah drastis dari contoh kedua kategori sebelumnya.



Gambar 2.15 Gaya gambar untuk usia 9-13 tahun

(Tillman, 2011)

4. Usia 14-18+

Tokoh digambarkan menyerupai apa yang tampak di dunia nyata. Proporsi dibuat dengan akurat, memiliki warna yang lebih rumit serta sangat mendetail. Pada kategori usia ini penonton menginginkan gaya gambar yang lebih dekat dengan kenyataan. Secara umum tak banyak perbedaan dengan desain untuk usia 9-13 tahun.



Gambar 2.16 Gaya gambar untuk usia 14-18+ tahun

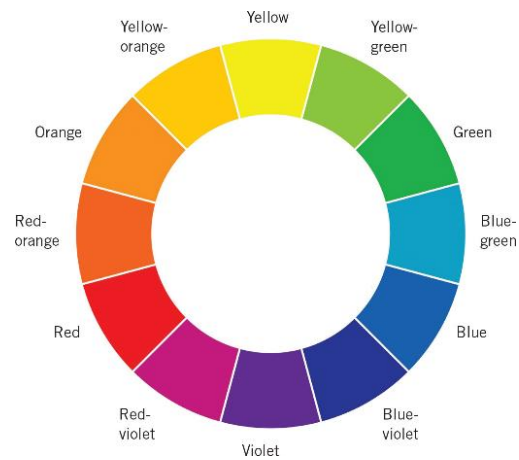
(Tillman, 2011)

2.3.9 Warna

Tillman (2011) menyatakan, warna memiliki peran penting dalam desain tokoh. Setiap warna memiliki arti tersendiri yang harus dipahami sebelum digunakan pada sebuah desain. Cerita dapat disampaikan melalui warna. Selain itu warna juga berpengaruh dalam menciptakan hubungan antara tokoh dan penonton.

1. *Color Wheel*

Menurut Mollica (2018), *Color Wheel* adalah sebuah penggambaran warna-warna yang diatur sedemikian rupa berdasarkan hubungannya antara satu sama lain. Terdapat 12 warna dasar dalam Color Wheel. Warna-warna tersebut kemudian dibagi dalam tiga kelompok yaitu Warna Primer, Warna Sekunder, dan Warna Tersier.



Gambar 2.17 Color Wheel

(Mollica, 2018)

2. *Hue*

Hue memiliki arti pengelompokan dari sebuah warna tertentu. Kelompok *hue* merah adalah *rose, burgundy, magenta, and candy apple*. *Hue* hijau adalah *chartreuse, leaf green, sea-foam*, dan sebagainya. Dalam keseharian, *hue* sering diartikan sebagai warna secara umum. (Mollica, 2018)

3. Saturasi dan Intensitas

Saturasi dari sebuah warna memiliki arti ukuran dari tingkat kecerahannya. Warna yang memiliki tingkat saturasi tinggi akan tampak cerah. Apabila dalam sebuah karya terdapat terlalu banyak warna cerah maka akan berlomba menarik perhatian penonton. Cara mengatasi permasalahan ini adalah dengan memberi warna netral. (Mollica, 2018)

4. **Warna Netral**

Warna netral adalah warna yang memiliki saturasi rendah. Warna-warna ini banyak ditemukan di alam. Beberapa warna netral adalah coklat dan abu-abu. Kedua warna ini mengandung warna primer dalam jumlah tertentu. Seniman seringkali menetralkan sebuah warna dengan cara menambahkan warna putih, hitam, atau warna komplementernya. (Mollica, 2018)

5. **Skema Warna**

Skema warna adalah kombinasi yang terdiri dari dua atau lebih warna yang memiliki hubungan tetap pada roda warna (Color Wheel). Seiring waktu, telah ditetapkan beberapa kombinasi warna yang secara umum disukai dan warna-warna tersebut menyenangkan saat dilihat bersama-sama. (Mollica, 2018). Menurut Killiam (2017), sebuah skema warna harus memiliki keseimbangan antara warna bersaturasi lebih rendah (muted) dan warna bersaturasi lebih tinggi. Dalam desain interior, apabila sebuah ruangan memiliki terlalu banyak warna muted maka akan tampak memiliki kesan kotor. Salah satu contoh penggunaan skema warna yang kurang tepat adalah sebuah toilet umum dengan lantai *terra cotta* dan pintu-pintu merah primer. Perpaduan tersebut membuat lantai terkesan kotor.

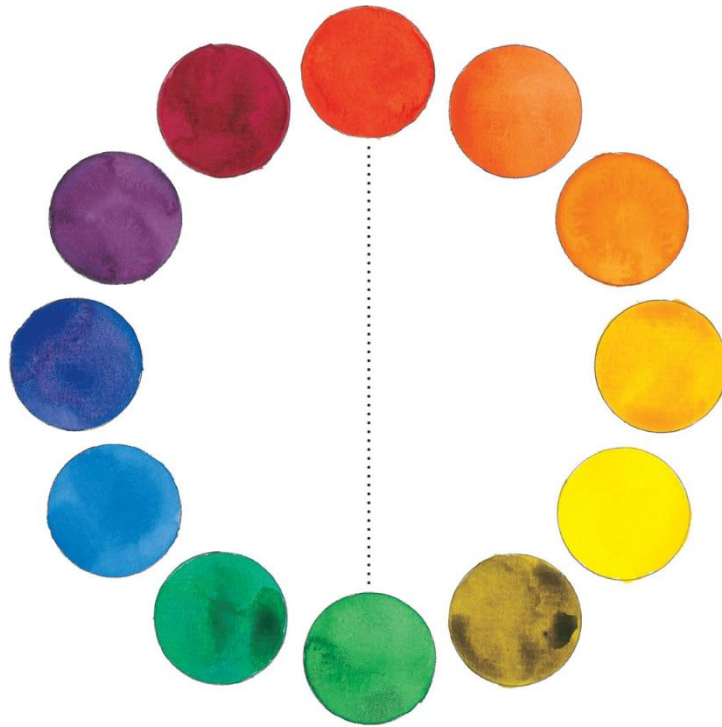


Gambar 2.18 Contoh penggunaan skema warna

(Killam, 2017)

6. Warna Komplementer

Dalam *Color Wheel*, warna komplementer adalah dua warna yang berseberangan antara satu sama lain. Beberapa contohnya adalah merah dan hijau, oranye dan biru, serta hijau dan ungu. Warna komplementer akan membuat satu sama lain tampak lebih cerah dan menarik saat ditempatkan berdekatan dalam sebuah lukisan. Apabila warna komplementer dicampur, efek yang ditimbulkan adalah saling menetralkan atau sama lain. (Mollica, 2018)



Gambar 2.19 Warna komplementer

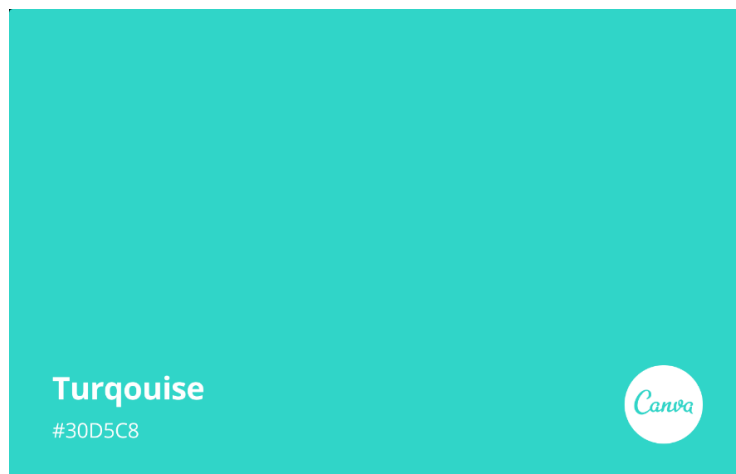
(Mollica, 2018)

7. Psikologi Warna

Menurut Eiseman (2017), manusia cenderung mengaitkan warna dengan fenomena alam di sekitarnya. Fenomena-fenomena yang dialami seseorang seringkali mempengaruhi keadaan emosi dan perasaannya. Saat sedang menyaksikan fenomena tertentu, terdapat warna yang dominan sehingga seseorang akan mengaitkan warna tersebut dengan perasaan dan emosinya saat itu. Salah satu contohnya adalah warna kuning yang lekat dengan kehangatan dan kegembiraan karena merupakan warna dari matahari yang terlihat oleh mata manusia.

a. Biru Hijau

Warna biru hijau adalah kelompok warna yang merupakan perpaduan dari biru dan hijau. Salah satu warna biru hijau yang banyak dikenal adalah *Turquoise*. Warna *Turquoise* memiliki atribut dari warna biru dan hijau. Biru dianggap sebagai warna kesetiaan, ketenangan, dan kebijaksanaan. Hijau memiliki kualitas yang menenangkan, berbelas kasih, penyembuhan baik untuk pikiran dan tubuh.



Gambar 2.20 Warna *Turquoise*

(Sumber: <https://www.canva.com/colors/color-meanings/turquoise/>)

b. Merah

Warna merah memiliki beberapa karakteristik yang secara alamiah dipahami yaitu bersifat memerintah, tegas, dan tidak dapat diabaikan. Efek dari warna merah sulit dihindari, karena efek

fisiologisnya yang telah tertanam pada manusia. Beberapa di antaranya adalah meningkatkan nafsu makan, denyut nadi, kekuatan otot, dan tekanan darah, dan menyebabkan adrenalin. Warna ini juga identik dengan warna api dan darah, keduanya menopang hidup dan mengancam kehidupan pada saat yang sama.



#D5303D

Gambar 2.21 Warna merah yang merupakan komplementer dari *turquoise*.

(Sumber: <https://www.canva.com/colors/color-wheel/>)

2.3.10 Legenda Duyung (*Mermaid/Mer-People*)

Duyung adalah makhluk legenda yang memiliki wujud setengah ikan dan setengah manusia, mereka dapat hidup di dalam lautan maupun di daratan. Seorang ahli sejarah bernama Richard Carrington menyatakan bahwa makhluk-makhluk serupa duyung ada pada kisah legenda serta cerita rakyat dari berbagai kebudayaan di seluruh dunia. Keberadaan duyung tampak melampaui cerita rakyat dan legenda, sebab sejak berabad-abad yang lalu telah ada klaim dari orang-orang yang pernah melihat makhluk legenda ini (meskipun tidak terbukti secara ilmiah). (Stewart, 2012)

Seperti lautan yang penting bagi kelangsungan hidup manusia namun dapat juga menjadi tak terduga, berubah-ubah, terkadang destruktif dan mematikan, duyung juga dapat memiliki sifat penuh kebajikan maupun berbahaya. (Vesaluoma, 2017). Salah satu legenda duyung dari Mitologi Yunani yang banyak diketahui masyarakat adalah *Siren*, duyung yang dikenal mampu menghipnotis pelaut dengan bernyanyi untuk berlayar ke bebatuan. Kapal para pelaut kemudian menabrak bebatuan lalu karam sehingga para mereka mati tenggelam. Berwujud wanita setengah manusia dan setengah ikan, siren sering digambarkan sedang berjemur di bebatuan sekitar laut dangkal. Pada cerita rakyat Finlandia, terdapat legenda *Merman* yang memiliki kekuatan magis sangat kuat sehingga mampu menyembuhkan penyakit dan luka mematikan. (Stewart, 2012)

Di benua Afrika, duyung adalah satu dari sekian banyak simbol tertua yang tersebar di berbagai kisah-kisah legenda. Salah satu legenda duyung dari Afrika adalah *Chitapo*, penunggu mistis dari Danau Kashiba yang dilaporkan telah sering menarik manusia ke dalam air. Menurut legenda, masyarakat di sekitar danau diperingatkan untuk tidak meminum air atau memakan ikan dari danau tempat tinggal *Chitapo*. *Chitapo* dipercaya memikat manusia dengan menggunakan berbagai objek yang dibuat mengapung dekat dengan daratan. Setelah diteliti, diketahui bahwa terdapat saluran misterius di bawah Danau Kashiba yang menyambungkannya ke danau lain. Hal ini menjelaskan fenomena objek-objek misterius yang seringkali tiba-tiba muncul ke permukaan danau, kemungkinan berasal dari danau lain yang tersambung melalui saluran ini. (Siegel, 2008). Legenda duyung lainnya yang berasal dari Afrika adalah *Yemaya*.

Yemaya dikenal sebagai sosok dewi laut dalam beberapa kepercayaan di Afrika. Ia mewakili laut dangkal, tempat di mana kehidupan laut yang merupakan sumber kehidupan manusia banyak berada. (Alexander, 2012)

Salah satu fitur yang berulang kali muncul dalam legenda duyung adalah kekuatan dari nyanyiannya. Dalam cerita rakyat Denmark, duyung dipercaya dapat menyanyi dengan begitu indah sehingga membuat pria yang mendengarnya kehilangan akal sehat dan harus menutup telinga agar tidak melompat ke laut dan berenang ke arah sang duyung. Keberadaan duyung dalam cerita rakyat Denmark dipengaruhi oleh mitologi *Siren* yang berasal dari Yunani. (Vesaluoma, 2017).