



### **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 menurut Paul Wells (dalam Napier, 2001) adalah sebuah bentuk seni, pendekatan, estetika, dan aplikasi yang menginformasikan berbagai aspek dari budaya visual, dari film panjang ataupun sitkom, dari televisi dan kartun hingga fungsi secara tampilan dalam berbagai teknologi komunikasi. Oleh Wells, disimpulkan bahwa animasi merupakan bentuk seni kreatif terpenting dalam abad 21 yang berada di mana-mana. Napier menjelaskan bahwa dibandingkan media visual abad 21 lainnya, salah satu aspek penting dalam animasi ialah fakta bahwa animasi secara eksplisit tidak berhubungan secara langsung dengan kenyataan. Beliau menjelaskan secara lebih lanjut dengan memberikan sebuah opini bahwa animasi dapat membuat orang dewasa yang terbiasa untuk memandang rendah animasi untuk merasa tidak nyaman saat menontonnya. Hal ini disebabkan oleh animasi yang dapat berjalan tidak sesuai dengan ekspektasi ataupun realita yang dimiliki oleh *live action*.

Besen & Hallett (2008) menyatakan bahwa animasi memiliki banyak alat untuk melakukan komunikasi dengan para penontonnya. Hal ini termasuk dari desain, suara, ataupun gerakan. Dikatakan oleh beliau, sebuah gerakan menjadi daya tarik dari mata manusia sehingga jika melihat sebuah kontradiksi antara gerakan dan perkataan, yang akan seseorang lihat sebagai kebenaran adalah gerakan. Beliau juga menambahkan bahwa animasi merupakan sebuah bentuk

gerakan grafik gerakan yang memiliki sebuah kelebihan untuk menyatukan gerakan dengan musik.

Besen & Hallett juga menyatakan bahwa sebuah animasi merupakan bentuk media yang terbebas dari kehidupan nyata sehingga segala hal bisa terjadi dalam animasi (2008). Beliau menambahkan animasi bisa membuat hal yang tidak bisa diciptakan oleh film *live action*. Hal ini juga didasari oleh kemampuan animasi dalam membuat inovasi baru yang belum pernah terlihat ataupun tidak diciptakan di dunia nyata. Secara singkat, mereka menjelaskan bahwa animasi dapat membuat sebuah hukum alam yang baru dengan sistem kerja orisinil dan tidak dapat diaplikasikan ke dunia nyata.

### **2.1.1. Animasi di Indonesia**

Perkembangan animasi di Indonesia dimulai pada saat pendistribusian film pada saat Belanda menjajah Indonesia (Bendazzi, 2016). Setelah Kemerdekaan Indonesia, pada tahun 1950an, sebuah perwakilan dari Pusat Film Negara dikirimkan untuk magang ke Studio Disney. Perwakilan bernama Dukat Hendronoto langsung mencoba membuat animasi selepas pulang dari magang dan memberikan pengetahuannya pada Saleh Hasan dan Pusat Fim Negara di kemudian hari.

Pada tahun 1970an, sebuah industri iklan bernama Anima Indah mulai menggunakan animasi sebagai sarana media iklan, namun kemudian tutup setelah 10 tahun. Di masa itu, terdapat beberapa orang dari luar negeri membantu pembuatan animasi dalam negeri terutama dalam bentuk film animasi berdurasi

panjang. Berkat hal tersebut, perkembangan industri animasi Indonesia mulai berkembang lagi seiring waktu. Salah satu hasil produk animasi yang berhasil sukses ialah *Si Unyil*, sebuah film tentang bocah cilik yang mencoba menyelesaikan masalah warga desanya dengan kepintarannya. Film tersebut merupakan kolaborasi antara Dwi Koendoro dan Suyadi dengan tujuan menyampaikan sebuah pesan dari pemerintah untuk masyarakat desa agar menjadi lebih mandiri. Semenjak itu, pembuatan film animasi di Indonesia mulai bertambah lagi dengan hadirnya beberapa inovasi di Indonesia untuk menciptakan sebuah karya animasi

## **2.2. Desain Tokoh Animasi**

Animasi selalu diingat sebagai sebuah media yang menantang kehidupan nyata (White, 2012). Dari kesimpulan tersebut, animator menjadi bersemangat atas penciptaan tokoh yang unik dan berbeda dari yang lain. Sebuah tantangan terjadi di mana sebuah animasi sudah mempunyai stereotipe dalam membangun tokoh pada zaman itu sehingga penciptaan sebuah tokoh animasi dipersempit. Untungnya, hal tersebut tidak menghentikan penciptaan sebuah tokoh animasi yang simpel dan lebih ‘bulat’ oleh karena keperluan dari para profesional. Yang kemudian menjadi *rubber hose character* yang terkenal pada tahun 1920an.

Sebuah tokoh harus mudah dikenali oleh penonton (Selby, 2013). Tokoh dapat diidentifikasi dari penampilan, suara, kemampuan, aksi mereka. Selby mengatakan bahwa seorang tokoh harus memiliki kemampuan untuk membawa keseluruhan cerita kepada penonton secara jelas. Beliau memandang tokoh bukan

sebagai sebuah objek yang terisolasi namun, sebagai sebuah mesin utama dalam produksi untuk membawa kehidupan, aksi, dan penjelasan kepada penonton.

Lalu apa arti dari sebuah desain tokoh? Salah satu arti dari desain tokoh ialah karya cipta profesional atas sebuah tokoh yang meliputi penggambaran tokoh dari depan, samping,  $\frac{3}{4}$ , serta pembuatan cara gerak dan ekspresi dari tokoh tersebut (Su & Zhao, 2011, hlm. 12). Dari buku yang sama, Su dan Zhao menjelaskan 5 kategori dari desain karakter (hlm. 19) yaitu gaya logo, gaya simpel, gaya biasa, gaya rumit, dan gaya realistis.

Segala benda, baik hidup ataupun mati, dapat dijadikan sebuah tokoh dalam animasi (Besen & Hallett, 2008). Tokoh animasi biasanya dibangun dari suatu tipe. Tipe ini akhirnya menjadi sesuatu yang gampang ditebak oleh penonton. Salah satu cara untuk merancang tokoh yang beda dari yang lain adalah dengan membedakan tipe dengan karakteristik yang dimiliki. Beliau mengambil contoh dari Bugs Bunny yang memiliki kontradiksi dari karakteristik dan tipe seekor kelinci dengan personalitas dan keberanian yang dimilikinya.

Sebuah tokoh animasi dengan bentuk manusia memiliki tingkat kesulitan tersendiri menurut Besen & Hallett (2008). Mereka mengatakan bahwa penonton harus dapat merasakan apa yang sedang dirasakan oleh tokoh sehingga mereka dapat mengerti apa yang sedang tersampaikan di layar. Salah satu cara untuk menghindari masalah ini ialah dengan menghindari gaya realistis dan menggantinya dengan bentuk yang lebih kartunis. Jika masih ingin mendapatkan gaya realis maka

dari mereka sarankan untuk menggunakan karikatur dalam menangkap ekspresi sehari-hari.

Tidak lupa bagian terpenting dari penciptaan tokoh animasi ialah bagaimana seseorang sebagai pencipta menginterpretasikan suatu bentuk di dunia nyata menjadi bentuk yang diinginkan dalam dunia animasi. Pergerakan dari dunia nyata dapat membatasi pergerakan dalam animasi namun, hal tersebut bukanlah tantangan yang berat jika perancang tersebut berhasil menerakan interpretasi dirinya sendiri ke dalamnya.

### **2.2.1. *Character Archtypes***

*Archtypes* adalah salah satu sarana *storytelling* (Vogler, 2007). Campbell dalam Vogler mengatakan bahwa *archtypes* adalah sebuah bentuk ekspresi organ tubuh yang ditanamkan dalam setiap manusia sehingga pola tersebut dapat dipahami antar satu manusia dengan yang lainnya. Menurut Vogler, *Archetypes* yang sering muncul dalam cerita ialah *Hero*, *Mentor*, *Threshhold Guardian*, *Herald*, *Shapeshifter*, *Shadow*, *Ally*, dan *Trickster*.

1. *Hero* adalah orang yang harus memiliki perasaan yang universal yang dapat dimengerti oleh pembaca. Vogler mengatakan bahwa untuk dapat membangun sebuah tokoh *Hero* yang realis diperlukan kelemahan, ketidaksempurnaan, keunikan, dan sifat buruk dari manusia. Beliau juga berpendapat bahwa setiap tokoh juga dapat memiliki sedikit sisi dari setiap *archtypes* untuk membangun sebuah tokoh dengan emosi yang dapat dikaitkan oleh para penonton.

2. *Mentor* sering dikatakan sebagai seorang tokoh penolong ataupun pengajar *Hero*. Vogler memperhatikan bahwa dalam film bergenre *romantic comedies*, terutama tahun 1950an, sebuah tokoh mentor dinamakan *comic mentors* muncul. Beliau berpendapat bahwa tokoh ini berfungsi untuk memberikan saran yang menyebabkan bencana sementara yang akhirnya berhasil kepada *Hero*. Sebagai tambahan, tokoh mentor juga memiliki kategori *mentor as shaman*, yang biasanya dikaitkan dengan tokoh penyembuh yang berasal dari suatu suku.

### **2.2.2. Tridimensional Character**

Setiap objek memiliki 3 dimensi yaitu panjang, tinggi, dan lebar namun untuk manusia, terdapat sebuah tambahan 3 dimensi lainnya yaitu fisiologis, sosiologi, dan psikologi (Egri, 1946, hlm. 33). Beliau mengatakan bahwa ketiga dimensi tersebut digunakan untuk dapat menilai seorang manusia.

Dijelaskan lebih lanjut oleh Egri (1946, hlm. 33-34) bahwa fisiologis membentuk cara pandang seseorang terhadap sesuatu sehingga mempengaruhi perkembangan mental. Beliau juga menambahkan bahwa fisiologis berfungsi sebagai fondasi dari pembentukan kompleks inferior dan superior. Dimensi sosiologi menurut beliau merupakan sebuah hasil dari pengaruh lingkungan tempat tokoh lahir, tumbuh, dan tinggal. Keadaan ini kemudian mengembangkan cara berpikir sang tokoh. Dimensi psikologi oleh beliau dijelaskan sebagai hasil dari fisiologis dan sosiologi yang kemudian melahirkan ambisi, frustrasi, temperamen, sikap, dan kompleks.

Egri (1946, hlm. 42) juga berpendapat bahwa tridimensional bukan ada untuk melimitasi pilihan penulis ataupun perancang dalam memberikan ruang lingkup materi, melainkan untuk membuka perspektif serta eksplorasi dan penemuan yang lebih luas lagi. Beliau juga menambahkan bahwa untuk dapat mengetahui apa yang akan dilakukan oleh para tokoh, diperlukan sebuah pengertian tentang bentuk tokoh secara detil.

### **2.2.3. Bentuk dan *Silhouette***

Oleh Jamieson dikatakan bahwa sejak lahir, sebuah relasi dari bentuk dan arti selalu ada untuk kebutuhan bertahan hidup dan kemudian seiring waktu berkembang sehingga masuk ke dalam simbolisasi (2007, hlm. 11). Beliau mengatakan bahwa visual dari bentuk memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara analog maupun digital. Dalam mempelajari komunikasi visual, beliau menyebutkan bahwa komunikasi visual melibatkan kesadaran sensorik dan kesadaran berbahasa secara bergantian. Kemampuan visual ini berhubungan erat dengan persepsi dari manusia secara fisiologis, psikologis, dan sosial budaya dalam interpretasi suatu bentuk.

Sebuah bentuk gambar secara material merupakan sebuah sekumpulan berbagai elemen dalam penjajaran spasial (Jamieson, 2007). Untuk memahaminya, penonton harus dapat menyambungkan berbagai elemen tersebut sehingga terjadi sebuah koneksi. Dalam suatu bentuk, beliau menyebutkan bahwa ada 2 hal penting untuk diperhatikan, yaitu bentuk secara fisik dan bentuk secara psikis. Bentuk secara fisik dalam ruang eksternal terdiri dari garis, warna, pola, ataupun benda yang berada di 2 dimensi dan bentuk secara psikis merupakan bentuk yang berada di dalam ruang psikis penonton.



Dapat dikatakan bahwa bentuk memiliki sebuah arti yang melekat ke dalam mereka (Sullivan et al., 2008). Menurut Sullivan, Schumer, dan Alexander (2008, hlm. 106) dan Bancroft (2006), beberapa arti yang melekat ke dalam bentuk seperti lingkaran yang berarti lucu, ramah, dan organik. Kotak berarti kukuh, padat, dan dapat diandalkan. Segitiga dengan sisi-sisinya yang tajam menandakan kejahatan ataupun kelicikan. Bentuk ini kemudian disesuaikan lagi penggunaannya secara proporsi dan kombinasi sehingga menciptakan suatu desain tokoh yang merepresentasikan personalitas yang ia miliki (Sullivan et al., 2008, hlm. 106).

Dalam sebuah tokoh animasi, bentuk menjadi salah satu fundamental yang memaknai ataupun menginterpretasi arti yang kemungkinan dimilikinya (Tillman, 2012, hlm. 67). Beliau menambahkan bahwa bentuk dapat membangun cerita tokoh itu sendiri dengan penggunaan bentuk dalam wajah dan badan. Penggunaan bentuk juga dapat dialternasikan sesuai keinginan namun, hal tersebut tidak mengubah bentuk dasar sebagai sebuah fitur yang paling menonjol. Sebagai contoh, Tillman menjelaskan jika sebuah tokoh memiliki pergabungan antara bentuk lingkaran dan segitiga, maka dari tokoh tersebut dapat terlahir makna proteksi dari sebuah lingkaran dan makna agresi dari sebuah segitiga. Hal ini melahirkan sebuah tokoh dengan desain yang menunjukkan bahwa sang tokoh menunjukkan agresi untuk melindungi dirinya sendiri.

Hal yang paling mendasar untuk membangun desain tokoh adalah dengan pembentukan *silhouette* (Tillman, 2012, hlm. 78). Dengan pembentukan *silhouette*, desain tokoh semakin mudah untuk dibuat karena tidak memfokuskan diri dalam menggambar garis atau detil yang ada dalam sebuah tokoh. Ini menjadi penting

karena pembentukan tokoh dengan variasi jumlah yang banyak untuk memungkinkan beberapa pergabungan antar bentuk. Diingatkan oleh Tillman, untuk mementingkan bentuk dan fungsi yang perlu diterapkan dalam sebuah tokoh.

Dengan adanya informasi bentuk dan *silhouette*, seorang desainer karakter dapat dengan mudah mengidentifikasi masalah yang ada dari desain yang ia hasilkan. Sebuah solusi desain masalah dapat dengan mudah dipatkan dari melihat bentuk dan *silhouette* yang telah ada. Tillman memberikan 3 contoh yaitu gelang berduri, badan dengan 4 lengan, dan robot. Dari gelang berduri, sebuah desain gelang dengan duri yang mengelilingi gelang tersebut dapat menyakiti tokoh tersebut. Oleh karena itu, diterapkannya sebuah solusi dengan menghapus duri yang menghadap ke badan tokoh. Dari badan dengan 4 lengan, Tillman banyak menemukan kesalahan dalam bentuk badan yang dengan langsung menggambar 4 lengan tanpa menambahkan torso. Hal ini berpengaruh dengan bergerak atau tidaknya 2 lengan tambahan tadi oleh karena desain 4 lengan dengan 1 torso tidak memiliki otot yang diperlukan untuk menggerakkan lengan. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, desain badan dengan 4 lengan membutuhkan torso tambahan untuk menggerakkan 2 lengan tambahan yang dimiliki. Dari robot, Tillman menjelaskan tentang persamaan atas desain robot dengan permainan anak kecil dengan yang memasukkan blok bentuk ke dalam kotak penuh lubang. Sebuah robot juga perlu bentuk yang bekerja antara satu dengan yang lainnya untuk dapat bergerak ataupun berfungsi sesuai dengan tujuan yang ingin disampaikan oleh desainer tokoh. Dari contoh-contoh tersebut, dapat terlihat bahwa sebuah desain

tokoh memerlukan bentuk untuk mengikuti fungsi yang ingin disampaikan oleh sang desainer tokoh.

#### **2.2.4. Gaya**

Gaya/*Style* adalah bagaimana seorang pencipta menginterpretasikan dunia ke atas kertas (Tillman, 2012). Menurut beliau, gaya harus dapat disesuaikan dengan target penonton sehingga terdapat keseimbangan dalam gaya yang realis, *stylistic*, ataupun simpel. Menurut Bancroft (2006, hlm.18), terdapat 6 jenis utama jajaran tingkat realistik sampai dengan gaya yang simpel yang disebut sebagai hierarki karakter yaitu *Iconic* (simpler dan grafik), *Simple* (cenderung *stylized* dan lebih ekspresif daripada jenis sebelumnya), *Broad* (paling ekspresif di antara 2 jenis sebelumnya), *Comedy Relief* (gaya yang mengutamakan penyampaian humor dengan akting dan dialog), *Lead Character* (gaya yang berproporsi realistik dan ekspresif), dan *Realistic* (gaya yang paling realistik).

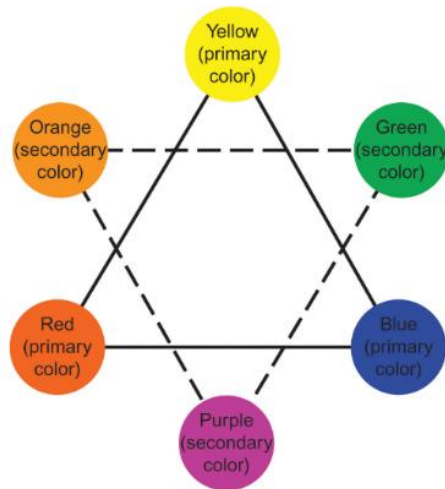
#### **2.2.5. Warna**

Zharandont menjelaskan bahwa warna adalah panjang gelombang cahaya ataupun spektrum yang terlihat dalam cahaya yang sempurna yang berwarna putih (2015). Warna juga dapat diartikan sebagai pantulan cahaya yang dipengaruhi dari pigmen sebuah permukaan benda. Zharandont menambahkan bahwa warna mempunyai makna yang penting dalam kehidupan manusia oleh karena warna telah memiliki arti dan kedudukan tersendiri. Hal ini membuat warna dapat ditemukan dalam berbagai bidang transportasi, informasi, telekomunikasi, dan bahkan bidang desain. Menurut Monica dan Luzar (2011) warna juga memiliki sebuah *tone* dan makna

yang mempengaruhi penilaian dan reaksi dari pengamat sehingga warna banyak digunakan untuk menambah efektifitas penyampaian pesan. Dalam sebuah desain benda atau karya, warna disebutkan oleh Monica dan Luzar (2011) adalah subjek yang terpenting dalam menciptakan sebuah daya tarik. Hal disebabkan karena warna menimbulkan vibrasi tertentu dalam sebuah desain benda ataupun karya.

Dijelaskan oleh Monica dan Luzar (2011), warna mempunyai 4 fungsi, yaitu fungsi identitas di mana warna digunakan untuk mengenal sesuatu dari warna, fungsi isyarat di mana warna digunakan untuk pemberian tanda, sifat, ataupun kondisi, fungsi psikologis di mana warna digunakan untuk memberikan kesan terhadap pengamatnya, dan fungsi alamiah di mana warna merupakan properti dari suatu benda tertentu.

Oleh Zharandont (2015), dijelaskan bahwa warna tidak mempunyai sifat, melainkan lebih kepada penciptaan perspektif sifat dalam otak manusia yang kemudian secara tidak langsung juga mempengaruhi emosi dari manusia. Sama halnya dengan bentuk, warna juga memiliki arti yang melekat. Warna memiliki suatu asosiasi yang biasa dikaitkan kepada suatu barang (Sullivan et al., 2008, hlm. 117). Beliau menambahkan warna juga dapat dikaitkan asosiasi yang mendalam, psikologis, ataupun budaya. Menurut Tillman, warna juga dapat diasosiasikan dengan sebuah tokoh (2019, hlm. 91). Warna dikatakan penting olehnya dikarenakan warna yang dapat berfungsi sebagai alat penghafal yang gampang diingat dan dapat menarik perhatian manusia.



Gambar 2.21. *Basic Color Wheel*

(Creative Character Design Second Edition/Tillman, 2019)

Berikut arti yang dikaitkan dengan warna primer, sekunder, dan komplementer beserta hitam dan putih berdasarkan Sullivan, Schumer, dan Alexander (2008, hlm. 117), Tillman (2019, hlm. 92), Zharandont (2015), dan Monica & Luzar (2011):

- a. Warna merah biasa dikaitkan dengan kehangatan, kekuatan, semangat, erotisme, romansa, energi, bahaya, gairah, dan cinta. Secara negatif, merah juga diasosiasikan dengan kemarahan, kekejaman, perang dan agresif. Dominasi dari warna merah dapat meningkatkan emosi gairah seksual ataupun peningkatakan nafsu makan dari pengamatnya (Zharandont, 2015). Merah memiliki hubungan dengan budaya lokal seperti pernikahan, keberuntungan, dan kebahagiaan oleh budaya Asia (Monica & Luzar, 2011).

- b. Kuning biasa dikaitkan dengan sikap penakut, kebahagiaan, kepintaran, optimisme, penyakit, dan kebijaksanaan. Kuning juga dapat menimbulkan sifat untuk ingin bermain. Dari sisi psikologi, kuning juga mempengaruhi sifat mental dan aktivitas pikiran. Zharandont menjelaskan bahwa orang penyuka warna kuning cenderung lebih bijaksana dan cerdas secara akademis namun secara negatif, mereka juga mudah cemas dan gelisah (2015). Dalam budaya lokal, kuning diasosiasikan dengan simbol kemakmuran oleh budaya India, perayaan musim semi oleh budaya Hindu, dan keberanian oleh budaya Jepang (Monica & Luzar, 2011).
- c. Biru dikaitkan dengan kesetiaan, kebenaran, perasaan tenang, melankolis, kehormatan, dan pasif. Zharandont menambahkan bahwa biru sering kali digunakan dalam dunia bisnis oleh karena kesan biru yang menimbulkan profesional dan kepercayaan (2015). Dalam hubungan biru dengan budaya lokal, biru sering kali diasosiasikan dengan maskulinitas oleh hampir seluruh dunia dan cinta dalam tradisi pengantin Barat.
- d. Ungu dikaitkan dengan misteri, mistis, martabat, kebijakan, ambisi, dan kekuatan. Menurut Monica & Luzar (2011), ungu juga seringkali dikaitkan dengan kesan feminim dan romantik, bahkan terkadang ungu dapat diasosiasikan dengan homoseksual.

- e. Hijau dikaitkan dengan harmoni, kesuburan, rasa aman, tidak berpengalaman, muda, dan kesehatan. Zharandont (2015) menjelaskan bahwa hijau secara psikologis menimbulkan efek rileksasi sehingga mempermudah seseorang untuk menstabilkan emosi dan mendorong keterbukaan dalam berkomunikasi. Hubungan hijau dengan budaya lokal diasosiasikan dengan kesuburan oleh budaya Yunani dan kemauan keras oleh budaya lokal Amerika Serikat.
- f. Oranye dikaitkan dengan eksotis, tekad, kreativitas, kebahagiaan, semangat dan antusiasme. Warna oranye menurut Zharandont (2015) menimbulkan kesan yang mudah untuk dijangkau sehingga warna oranye dapat menimbulkan kesan murah jika digunakan secara dominan. Dalam budaya lokal, warna oranye dapat diasosiasikan dengan pembelajaran dan kekeluargaan oleh budaya Amerika Pribumi ataupun merujuk kepada agama Hindu oleh budaya India (Monica & Luzar, 2011).
- g. Hitam dikaitkan dengan kekuatan, berbahaya, rasa duka, dan ketakutan. Putih dikaitkan dengan kepolosan, kesempurnaan, dan kebersihan. Monica & Luzar (2011) menjelaskan bahwa hitam dapat memberikan efek kepercayaan diri dan kekuatan dalam terapi psikis. Oleh para beliau, ditambahkan bahwa hitam juga dapat diasosiasikan dengan kerahasiaan. Dalam budaya lokal hitam juga

dikaitkan dengan pemberontak oleh budaya Amerika, Eropa, maupun kaum muda Jepang (Monica & Luzar, 2011).

- h. Putih sering kali dikaitkan dengan kesan bersih, suci, sempurna, ataupun keterbukaan. Oleh Zharandont (2015) dan Monica & Luzar (2011), warna putih diasosiasikan dengan warna yang menyembuhkan rasa nyeri ataupun sakit kepala. Di sisi lain, warna putih juga dapat membutakan mata (Monica & Luzar, 2011) dan rasa sakit kepada serta mata lelah jika warna putih digunakan secara dominan (Zharandont, 2015). Dalam budaya lokal, warna putih dapat dikaitkan dengan kematian oleh budaya Jepang dan Cina serta sebagai simbol dari menyerah oleh seluruh dunia (Monica & Luzar, 2011).

### **2.3. Mistisme dalam Budaya Jawa**

Orang Jawa dikatakan memiliki tradisi pola pikir bersifat metafisik dan lekat dengan mistikisme (Mulder, 1984; Laksono, 1985; Anderson, 1986; Geertz, 1989; Mulder, 2001 dalam Hatma & Jaya, 2012, hlm. 133). Pemikiran tersebut muncul di saat menghadapi situasi ketidakberdayaan. Namun, semenjak adanya arus modernisasi, berbagai pola pikir mistikisme khas Jawa yang lama terganggu oleh pola pikir rasional (Hatma & Jaya, 2012, hlm. 134). Hatma dan Jaya (2012) menjelaskan bahwa salah satu faktor pendorong pola pikir rasional adalah dengan adanya keberadaan fasilitas sekolah. Dengan adanya sekolah sebagai tahap sosialisasi sekunder, Hatma dan Jaya mengatakan bahwa krisis eksistensi mistikisme terjadi



oleh karena pengetahuan-pengetahuan di sekolah yang bertentangan dengan mistikisme tersebut. Walaupun demikian, pengetahuan akan mistikisme tidak hilang selamanya. Perkataan tersebut dikuatkan lagi dengan pernyataan dari Berger & Luckmann (1990:203,204) dalam Hatma & Jaya (2012, hlm. 135), di mana mereka mengatakan bahwa untuk dapat menceraikan-beraikan suatu pengetahuan atau kenyataan yang berasal dari sosialisasi pertama, dibutuhkan suatu kejutan-kejutan yang sangat kuat.

Dikatakan oleh Hatma & Jaya, mistisisme tidak lagi menjadi ideologi utama oleh masyarakat Jawa (2012, hlm. 139). Meskipun demikian, pengetahuan mistisisme tidak akan hilang dalam pemikiran masyarakat. Pemikiran tersebut hanya dicadangkan untuk situasi di kondisi saat pengetahuan yang rasional tidak bisa memecahkan masalah yang tengah dihadapi oleh masyarakat. Sebaliknya, jika pengetahuan lama tidak dapat memecahkan masalah yang tengah dihadapi masyarakat, maka pengetahuan rasional akan menguburkan pengetahuan lama.

Herniti (2012, hlm. 396) menjelaskan bahwa masyarakat Jawa cenderung untuk percaya dengan kekuatan metafisik yang berada di balik penampakan fisik. Beliau juga menambahkan bahwa rasa kagum masyarakat Jawa terhadap kejadian dan fenomena membuat mereka melahirkan berbagai ritual tradisi sebagai sebuah bentuk penghormatan kepada alam. Beliau percaya bahwa pengalaman empiris yang dimiliki orang Jawa selalu dihubungkan dengan pengaruh roh-roh dalam alam metaempiris yang diyakini mereka memiliki sifat gaib. Oleh karena masyarakat Jawa percaya akan adanya kebaikan dan keburukan di dunia empiris, beliau

berpendapat bahwa pemikiran tersebut masih mendasari perilaku masyarakat Jawa dalam kehidupan sehari-hari.

### **2.3.1. Kepercayaan Orang Jawa**

Keterkaitan kepercayaan dalam budaya dan agama merupakan sebuah keyakinan orang terhadap suatu hal yang lebih tinggi posisinya daripada manusia, seperti Tuhan, roh, dewa, dan lainnya (Safitri, 2013). Sementara, gaib diartikan beliau sebagai sesuatu yang kasat mata namun dapat dirasakan secara batin. Dari pernyataan tersebut, Safitri menyimpulkan bahwa kepercayaan gaib adalah keyakinan seseorang terhadap sesuatu yang mereka tidak bisa lihat, tapi dapat dirasakan secara batin. Menurut Thohrir dalam Safitri (2013, hlm. 18), kepercayaan gaib merupakan sebuah sistem simbol yang dapat mendorong hati dan memotivasi manusia dengan cara membuat berbagai konsep tatanan umum sehingga manusia semakin percaya akan hal tersebut. Manusia, dikatakan oleh Safitri, adalah makhluk yang memilih untuk percaya kepada makhluk kasat mata yang hanya terkadang muncul secara fisik dan melakukan komunikasi.

Masyarakat Jawa dikenal sebagai masyarakat yang memiliki religiusitas yang tinggi. Walaupun begitu, banyak masyarakat Jawa masih memiliki kepercayaan terhadap hal-hal mistis (Herniti, 2012). Pernyataan akan fenomena di mana masyarakat Jawa masih percaya kepada mitos dan bersifat religius dapat dibuktikan dengan adanya penelitian oleh Idrus (1999) di mana beliau berhasil menemukan bahwa orang Jawa masih kental kepercayaannya terhadap kekuatan gaib yang dimiliki oleh kerisnya (Idrus, 2007, hlm. 394). Melekatnya kepercayaan orang Jawa terhadap kekuatan magis juga dikatakan karena disebabkan oleh orang

Jawa yang takut terhadap kekuatan magis yang berada di luar kuasa manusia (Herusatoto dalam Idrus, 2007, hlm. 395).

Menurut Koentjaraningrat (1984) dalam Safitri (2013, hlm. 19), terdapat sebuah paham keagamaan yang berpadu dengan adat keagamaan asli Jawa (animisme dan dinamisme) yang disebut sebagai Islam Kejawen atau Agami Jawi. Kejawen ini berkembang di masyarakat pesisir Jawa dan mendapatkan pengaruh dari agama Hindu-Buddha dari zaman Majapahit serta pengaruh agama Islam dari zaman Demak. Peribadatan oleh penganut Kejawen seringkali menggunakan benda-benda mistis yang berasal dari tradisi Jawa terdahulu. Praktek ibadah dapat melibatkan benda Keris, pembacaan doa atau mantra, penggunaan bunga dengan arti simbotik, penggunaan kemenyan, dan lain-lain. Safitri menjelaskan hal ini mengakibatkan Kejawen dikaitkan dengan praktek perdukunan bahkan oleh masyarakat penganut Kejawen itu sendiri. Nurdin (2012, hlm. 386) juga berpendapat bahwa kepercayaan masyarakat kepada peranan dukun diperkuat dengan adanya latar belakang masyarakat Jawa yang masih berkembang hingga saat ini. Latar belakang ini kemudian diperkuat lagi dengan adanya sejarah 2 kerajaan besar, kerajaan Majapahit dan kerajaan Demak, yang mempengaruhi sisi karakter masyarakat setempat.

Dari Safitri juga disimpulkan bahwa pemahaman agama yang masih bersifat sinkretik menyebabkan kemunculan beberapa aliran kebatinan di Jawa (2013, hlm. 25). Salah satunya di Kabupaten Rembang, penganut agama Islam Kejawen tidak hanya berposisi di daerah pedalaman ataupun daerah pesisir. Diketahui oleh di

Kabupaten tersebut, tersebar kepercayaan Islam Kejawen yang masih dibawa dan dipertahankan oleh orang-orang yang tinggal di perkotaan.

### **2.3.2. Dukun dan Ilmu Santet**

Oleh Syamsudin dalam Nurdin (2012, hlm. 384), kata Dukun atau paranormal diartikan sebagai orang yang mengaku bahwa dirinya mengetahui tentang ilmu ghaib dan mempunyai kemampuan untuk memberikan kabar kepada manusia tentang peristiwa yang terjadi dalam alam semesta. Sebuah pengertian lain juga diberikan oleh Heru S.P. Saputra dalam Nurdin (2012, hlm. 384) di mana dukun diartikan sebagai seseorang yang memiliki *ngelmu* ghaib yang diperoleh dengan cara mistik yang kemudian dukun manfaatkan untuk membantu orang lain yang membutuhkan. Dari wawancara yang dilakukan oleh Sianipar et al. (1996, hlm. 22), kepada Sanro, istilah Dukun dari Makassar, diuraikan bahwa seorang dukun adalah manusia terpilih yang berhubungan dengan kekuatan dan alam gaib serta memiliki peran penting untuk membebaskan orang yang menderita.

Peranan penyembuh, dikatakan oleh Sianipar et al. (1996, hlm. 11), dapat meluas dan menembus antar kelompok budaya. Oleh para beliau, disebutkan bahwa hal tersebut disebabkan oleh karena adanya kesamaan dalam budaya sistem kesehatan, terutama dalam aspek sistem etiologi penyakit. Sebagai contoh, beliau mengatakan bahwa seorang dukun Batak yang tinggal di Sumatera Utara dapat memiliki klien dengan latar budaya yang berbeda seperti Jawa, Melayu, ataupun Minangkabau. Di sisi lain, Nurdin (2012, hlm. 385) menjelaskan bahwa masyarakat yang mendatangi dukun mempunyai antara 2 tujuan, yaitu keperluan pengobatan ataupun keperluan konseling kehidupan yang menyangkut aspek keluarga, karir,

dan lain-lain. Beliau menjelaskan keperluan pengobatan dapat meliputi penyakit fisik ataupun penyakit yang tidak dapat diidentifikasi secara medis. Sementara, keperluan konseling kehidupan diartikan sebagai permintaan atas nasehat ataupun petunjuk untuk dapat menyelesaikan masalah kehidupan seperti jodoh, pekerjaan, ataupun kepentingan lainnya.

Dari berbagai jenis perdukunan, terdapat juga dukun anak atau istilah lainnya yang dinamakan *Paraji* (Fitriyani, 2018, hlm. 1). Sesuai namanya, dukun ini bertujuan membantu proses persalinan ibu yang melahirkan. *Paraji* biasanya dilakukan oleh seorang wanita dan dikatakan bahwa hal ini dikarenakan akan anggapan bahwa hanya wanita yang memiliki kesabaran serta kegigihan dalam menemani seorang ibu melahirkan anaknya (Geertz dalam Ilyas, 2019, hlm. 1). Di sisi lain, *Paraji* dikatakan merupakan asal muasal keberadaan bidan dan *Paraji* sendiri merupakan profesi perempuan dulunya karena diambil dari pengalaman mereka melahirkan (Fitriyani, 2018, hlm. 6).

Salah satu kompetensi komunikasi magis dukun yang dibahas Nurdin (2012, hlm. 393) ialah komunikasi penerawangan. Komunikasi tersebut merupakan sebuah kategori dalam komunikasi intrapersonal yang melibatkan proses pengiriman pesan (*encoding*) dan penerimaan pesan (*decoding*) yang melibatkan energi yang hanya dapat dilihat melalui mata batin. Nurdin berpendapat bahwa penerawangan merupakan kemampuan yang penting untuk dimiliki dukun agar pertolongan yang diberikan dukun semakin akurat dengan masalah orang yang datang padanya. Dalam komunikasi intrapersonal, Nurdin (2012, hlm. 397) mengatakan bahwa dukun berperan sebagai pengambil keputusan, pemecah

masalah, serta pencipta pertolongan yang dibutuhkan oleh klien sang dukun. Sianipar et al. (1996, hlm. 24-25) juga menceritakan bahwa seorang dukun dapat berperan sebagai seseorang yang mampu mendengar, menimbang, dan memutuskan layaknya seorang hakim.

Ilmu santet diartikan sebagai salah satu bentuk ilmu hitam yang bertujuan untuk menyakiti orang lain dari jarak yang jauh (Herniti, 2012, hlm. 390). Dikatakan juga ilmu santet merupakan sebuah bentuk ilmu tenung yang berasal dari kepercayaan nenek moyang akan animisme dan dinamisme (Safitri, 2013, hlm. 20). Menurut Herniti, masyarakat umum Jawa biasa membedakan ilmu santet menjadi 2 macam, yaitu ilmu hitam yang mencelakan manusia dan ilmu putih yang bermanfaat bagi manusia (2012, hlm. 390). Namun, beliau memperhatikan bahwa di sebuah kalangan masyarakat Jawa tertentu, seperti masyarakat Using Banyuwangi, ilmu santet dikenal sebagai ilmu kebatinan dan mempunyai 4 macam. Ilmu hitam yang mencelakakan orang lain dan bersifat negatif, Ilmu merah yang berfungsi untuk menjodohkan orang atau menarik lawan jenis, Ilmu kuning yang digunakan untuk kewibawaan dalam masyarakat, dan yang terakhir, Ilmu putih yang digunakan untuk menangkal ketiga ilmu di atas.

Herniti (2012, hlm. 391) menyimpulkan bahwa ilmu santet bukanlah sebuah ilmu hitam yang digunakan untuk mencelakakan orang lain. Ilmu santet lebih diartikan sebagai pemecahan atau solusi dari sebuah masalah karena masalah yang dimiliki tidak bisa diselesaikan secara formal. Santet sendiri bukanlah merupakan bagian dari ilmu hitam, namun sebagai ilmu merah yang bertujuan untuk menarik lawan jenis. Namun, Herniti mengatakan bahwa stigma masyarakat telah

menyebabkan persepsi santet sebagai ilmu hitam sehingga muncul stereotipe bahwa santet merupakan hal yang buruk dan negatif dalam persepsi masyarakat umum.

#### **2.4. *Pathological Love***

Cinta merupakan sebuah keadaan psikologi yang telah dipertimbangkan oleh para psikolog (Farahbakhsh & Shafieabadi dalam Ahmadi et al., 2013). Lee dalam Sophia et al. (2009, hlm. 269) menjabarkan adanya 6 kategori cinta yang signifikan, yaitu Eros (gairah), Ludus (cinta dianggap sebagai permainan), Storge (pertemanan), Pragma (cinta *shopping list*), agape (cinta kasih), dan mania (cinta yang posesif dan ketergantungan). Curtis (dalam Ahmadi et al., 2013, hlm. 696) menyatakan bahwa sebuah hubungan cinta yang matang/dewasa terdiri dari 4 elemen, yaitu membutuhkan, memberikan, roman, dan hubungan perkawanan. Sementara cinta yang tidak matang ialah kekuatan, posesi, perlindungan, rasa belas kasihan, dan ketidakwajaran. Elemen dari rasa cinta yang tidak dewasa ini yang akhirnya menimbulkan pemikiran obsesif dalam sebuah hubungan percintaan.

Sophia et al., (2009, hlm. 268) menjelaskan bahwa patologis cinta merupakan sebuah fenomena yang ditandai dengan perilaku yang memberikan perhatian secara berulang dan tidak terkendali secara romantis. Timmerck dan Gjerde et al. dalam Sophia et al. (2009, hlm. 269) mengusulkan bahwa timbulnya sebuah patologis cinta dapat disebabkan oleh karena adanya perasaan seperti rasa rendah diri, penolakan, pengabaian ataupun lainnya. Ditambah lagi, patologis cinta juga dapat dikaitkan dengan gangguan jiwa seperti depresi, rasa cemas berlebihan, ataupun gangguan obsesif kompulsif.

#### **2.4.1. *Obsessive Love Disorder***

Dijelaskan oleh Honari & Sanemi bahwa, orang dengan *Obsessive Love Disorder*, berdasarkan patologi cenderung untuk melebihkan fokus pada target cinta yang ia miliki (2015, hlm. 154). Walaupun begitu, dikatakan bahwa hal tersebut merupakan hal yang normal ketika seseorang jatuh cinta (Fisher, Liebowitz dalam Honari & Sanemi, 2015). Seseorang baru dapat dikatakan memiliki *Obsessive Love Disorder* saat orang tersebut selalu memasuki rutinitas kehidupan seseorang, selalu mengulangi perilaku di luar kendali, dan memberikan konsekuensi yang negatif (Timmreck dalam Ahmadi et al., 2013, hlm. 697). Honari & Saremi (2015, hlm. 157) menyimpulkan bahwa *Obsessive Love Style* (mania) bersangkut paut dengan ketergantungan emosional yang mencerminkan aspek dari orientasi keterikatan dengan rasa cemas yang berlebihan (ambivalen). Dalam Ahmadi et al. (2013, hlm. 697) juga diutarakan bahwa banyak psikolog mengibaratkan *obsessive love* seperti fenomena kecanduan narkoba (Reynaud, Karila, Blecha & Benyamina, 2010). Beliau kemudian menjelaskan bahwa *obsessive love* disamakan dengan narkoba oleh karena adanya pengaruh negatif yang berdampak dalam kehidupan sehari-hari. Pernyataan ini kemudian diperkuat dengan adanya pernyataan bahwa perilaku saat berhenti mengupayakan cinta tersebut mirip dengan perilaku saat seseorang mencoba berhenti menggunakan narkoba.

Menurut Hazan and Shaver (dalam Ahmadi et al., 2013), lahirnya *Obsessive Love Disorder* dilatarbelakangi dengan pengasuhan anak yang berjenis *ambivalent attachment style*. Ahmadi juga menambahkan bahwa orang dengan masa kecil *ambivalent attachment style* lebih bermungkinan untuk mengidolakan



pasangan (2013, hlm. 697). Indikasi lainnya juga disebutkan oleh Honari & Saremi (2015, hlm. 157) bahwa seseorang dengan pengasuhan *ambivalent attachment style* lebih bermungkinan untuk terus merasa khawatir dan takut akan perpisahan, penolakan, dan pengkhianatan. Mereka juga menambahkan bahwa mereka mendapatkan sebuah pembelajaran di mana adanya keterkaitan jelas antara cinta secara mania dengan neurotisme. Hal ini juga mengindikasikan bahwa seseorang dengan emosional tidak stabil cenderung terlibat dalam perilaku yang posesif, cemburu, ataupun perilaku yang tidak berkewajiban (Alan-Cook, Mikolincir & Shaver, Crafold & Nuvak, dalam Honari & Saremi, 2015, hlm. 157).