

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Animasi 2D

Berdasarkan Selby (2013) dalam bukunya *Animation Portofolio*, kata ‘animasi’ berasal dari bahasa Latin ‘*animare*’ yang diartikan sebagai ‘untuk memberi hidup’. Animasi memberikan ilusi kepada benda mati sehingga terlihat hidup atau bergerak. Pada dasarnya gerakan dalamnya dapat terjadi karena adanya jeda diantara *frame*. Dalam segi teknis, *frame* merupakan gambar atau foto yang ditangkap dari lensa fotografi maupun secara digital seperti *scanner* dalam urutan yang sudah ditentukan. *Sequence* adalah lanjutan dari *frame* yang telah disatukan secara berurutan, sehingga menghasilkan gambar yang seolah-olah bergerak di dalamnya.

Film animasi atau *animated film* dibedakan dengan film *live-action* dari proses produksinya. Animasi tidak melakukan *shooting* secara *real-time* dengan perlengkapan kamera, tetapi dengan menggambar 1 *frame* tiap detiknya oleh animator (Bordwell et al., 2017, hlm 350). Animator menggunakan komputer atau kertas dalam menggambar per-*frame*.

Produksi film animasi 2 dimensi diawali dengan merancang *key frames/key animation* yang berupa sketsa kasar. *Motion tests* dilakukan untuk menentukan pergerakan tokoh, dilanjutkan dengan mencocokkan *backgrounds*. Setelah itu menambahkan *in-between frames/animation* agar pergerakan tokoh mulus dan

sempurna serta melakukan *clean up*. Tahap berikutnya adalah *inking, painting and compositing* menambahkan detail yang diperlukan, setelah itu pada tahap *picture editing* cerita dipastikan sudah sesuai. Tahap *rendering* menjadikan video, dan tahap terakhir adalah *workprint* yang mana segala efek spesial, musik, dialog, dan sebagainya dimasukkan ke dalamnya (Selby, 2013, hlm.15-16).

Selain produksi yang berbeda dari film *live-action*, film animasi 2 dimensi menggunakan 12 prinsip animasi dalam prosesnya. Penggunaan 12 prinsip animasi ini penting untuk membuat film terkesan nyata dan menarik dimata masyarakat. 12 prinsip animasi, yaitu *Squash and stretch, Anticipation, Staging, Straight-ahead action and pose-to-pose drawing, Follow-through and overlapping actions, Slow in and Slow out, Arcs, Secondary action, Timing, Exaggeration, Solid drawing, dan Appeal* (Thomas, F., & Jhonston, O, 1984).

2.2. Three-Dimensional Character

Menurut Jones dan Oliff (2007) dalam bukunya *Thinking Animation: Bridging the Gap Between 2d and CG*, sejarah atau biodata tokoh menjadi bagian dalam perkembangan sang tokoh dalam film. Adanya biodata ini membantu dalam segi cerita, seperti memastikan bahwa cerita tetap pada alurnya. Selain itu dengan adanya biodata ini, tokoh menjadi lebih dinamis dan berdimensi. Jika tidak ada hal tersebut tokoh akan terkesan 1 dimensi, atau statis.

Biodata tokoh berisi, umur, etnis, tinggi badan, berat badan, alat reproduksi, jenis kelamin, kesehatan, kepintaran (*IQ*), edukasi, siklus evolusi, kultur, jenis atau tipe makanan yang dimakan, *nocturnal*, keluarga, kekayaan, profesi, struktur

tubuh, kecacatan atau kekurangan, keistimewaan atau keanehan, atmosfer, tujuan atau *goals*, mimpi atau keinginan, trauma, bakat, dan adiksi (hlm.71-73).

Egri (1946) mengatakan bahwa seorang manusia memiliki 3 dimensi yang disebut prinsip *three-dimensional character*, yaitu:

1. Fisiologis

Berisikan aspek fisik tokoh atau penampilan luarnya seperti, jenis kelamin, umur, tinggi dan berat badan, warna rambut, kulit, dan mata, kekurangan atau kecacatan fisik, dsb.

2. Sosiologi

Aspek sosiologi berkaitan dengan kondisi lingkungan tokoh seperti, kelas sosial (bawah, menengah, dan atas), pekerjaan serta edukasinya, status dalam keluarga atau kehidupannya, agama, ras atau keturunan ras, peran dalam lingkungan, hobi, dsb.

3. Psikologi

Merupakan aspek yang berkaitan dengan karakteristik tokoh seperti, kehidupan seksualnya, moralnya, ambisi tokoh, frustrasi tokoh, sikap atau perilaku, bakat atau kemampuan, kepintaran (*IQ*), dsb.

Corbett (2013) dalam bukunya *The Art of Character_Creating Memorable Characters for Fictions, Film, and TV* menggunakan prinsip *three-dimensional character* Lajos Egri sebagai dasar pembahasannya. Prinsip tersebut digunakan untuk memfokuskan bagaimana hubungan *three-dimensional character* tokoh

dengan tokoh lain maupun lingkungan sekitarnya. Dalam bukunya prinsip dibagi menjadi 3 hal yang sama tetapi dengan pengertian yang berbeda, yakni:

1. Fisiologis (penampilan, kehidupan seks (*sex*), ras, umur, dan kesehatan).

Penampilan tokoh dari luar mempengaruhi pandangan tokoh lain maupun penonton. Setiap aspek dalam prinsip ini berkaitan erat dengan bagaimana interaksi tokoh dengan lawan maupun lingkungannya. Jika umur tokoh masuk kategori remaja, cara interaksi dan pemikiran berbeda dengan orang dewasa yang jauh lebih berpengalaman serta lebih dewasa dalam pemikiran.

2. Sosiologi (kelas sosial, edukasi, pekerjaan, hubungan dengan keluarga, pertemanan, kepercayaan, dan politik).

Bagaimana interaksi tokoh dengan dunia luarnya direpresentasikan oleh aspek ini. Tokoh yang berteman dengan kelompok yang dinilai negatif, akan mempengaruhi bagaimana sang tokoh berinteraksi dengan lawannya terlepas dari kelompok tersebut. Begitu juga sebaliknya jika tokoh berteman dengan kelompok yang dinilai positif. Selain dari pengaruh didikan dan orang terdekat (keluarga), pengaruh luar (pertemanan, politik) mempunyai pengaruh dalam cara interaksi tokoh dengan lawannya.

3. Psikologi (cinta, kebencian, rasa takut, harga diri, keaiban, kesuksesan, dan kegagalan).

Aspek ini merepresentasikan dalam diri tokoh seperti emosi, perasaannya, gairahnya, hal yang ditakutinya, dst. Perasaan takut dan

rasa malu akan mempengaruhi bagaimana tokoh melakukan interaksi dengan lingkungannya. Seperti bila tokoh takut akan lawan jenisnya, maka interaksi antaranya tidak ada atau terlihat kaku.

2.3. Bentuk Dasar dan Proporsi dalam Perancangan Tokoh

Berdasarkan Bancroft (2006) dalam buku *Creating Character with Personality for Film, Tv, Animation, Video Games, and Graphic Novels* bentuk dasar dalam merancang sebuah tokoh terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Lingkaran atau bulat

Bentuk dasar ini umumnya diasosiasikan dengan tokoh yang ceria, bersahabat, lucu, dan imut. Bentuk ini juga biasanya tokoh *protagonist* (hlm.33). Menurut Fogelstrom (2013) bentuk dasar lingkaran juga menyimbolkan kepolosan, dan femininitas.



Gambar 2.1. Contoh Tokoh Berbentuk Dasar Bulat
(Creating Character with Personality, 2006)

2. Persegi atau kotak

Umumnya bentuk dasar ini digunakan untuk menunjukkan tokoh yang dapat diandalkan atau kuat, seperti tokoh pahlawan. (hlm.34). Bentuk dasar kotak ini juga menyimbolkan kedewasaan, kestabilan, dan sikap keras kepala (Fogelstrom, 2013).



Gambar 2.2. Contoh Tokoh Berbentuk Dasar Kotak
(Creating Character with Personality, 2006)

3. Segitiga

Bentuk dasar segitiga biasanya digunakan untuk menunjukkan tokoh yang licik, mengintimidasi, dan tidak jauh dari konflik. Bentuk ini menjadi dasar dalam perancangan tokoh yang maskulin dan agresif (Fogelstrom, 2013). Tokoh Antagonist biasanya dirancang dengan menggunakan bentuk dasar segitiga (hlm.35).



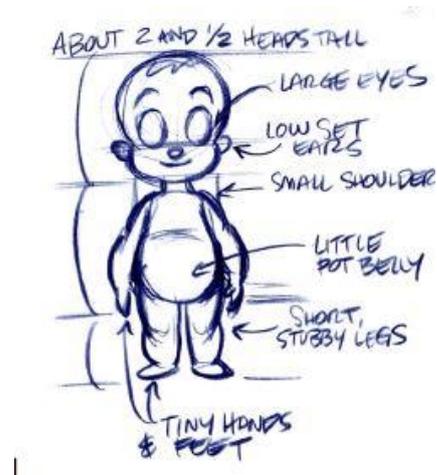
Gambar 2.3. Contoh Tokoh Berbentuk Dasar Segitiga
(Creating Character with Personality, 2006)

Bentuk dasar sebuah tokoh tidak terpaku pada wajah atau 1 bentuk saja. Tokoh akan menjadi lebih menarik jika adanya perpaduan bentuk dasar dari kepala hingga kaki. Memadukan bentuk-bentuk dasar dalam perancangan tokoh dan eksekusinya yang dilakukan dengan baik, akan membuat sebuah perancangan tokoh yang baik (Wyatt, A. 2010, hlm. 41).

Selain bentuk dasar, proporsi keseluruhan tokoh merupakan faktor penting dalam merancang tokoh. Seperti yang dikatakan oleh Bancroft (2006) umur tokoh mempengaruhi proporsi keseluruhannya. Kelompok usia tokoh dibagi menjadi 5 kategori, yaitu:

1. Bayi

Proporsi untuk bayi adalah $2 \frac{1}{2}$ kepala. Tokoh bayi umumnya dirancang dengan ukuran kepala lebih besar dibandingkan badannya (hlm.98).



Gambar 2.4. Contoh Gambar Proporsi Bayi
(Creating Character with Personality, 2006)

2. Anak-anak

Proporsi untuk anak-anak adalah 3 ½ kepala. Tokoh ini biasanya dalam kelompok umur 8-12 tahun. Ukuran kepala masih sedikit lebih besar dari badannya dan kaki lebih panjang (hlm.101).



Gambar 2.5. Contoh Gambar Proporsi Anak-anak
(Creating Character with Personality, 2006)

3. Remaja

Proporsi untuk kelompok usia remaja adalah 5 kepala lebih. Perancangan tokoh remaja bagian kepala masih sedikit menyerupai prinsip menggambar anak-anak. Kepala masih terlihat sedikit besar, tetapi bagian badan atas (*torso*) jauh lebih besar (hlm.101).



Gambar 2.6. Contoh Gambar Proporsi Remaja
(Creating Character with Personality, 2006)

4. Dewasa

Proporsi untuk dewasa adalah 6 kepala lebih. Dalam perancangan tokoh dewasa terdapat berbagai variasi untuk menunjukkan kedewasaan tokoh. Tokoh dewasa biasanya ukuran mata jauh lebih kecil, tubuh untuk laki-laki lebih maskulin. Tubuh untuk perempuan lebih feminim, terlihat dari lekukan pada keseluruhan tubuhnya (hlm.103).



Gambar 2.7. Contoh Gambar Proporsi Dewasa
(Creating Character with Personality, 2006)

5. Orang tua atau lanjut usia (lansia)

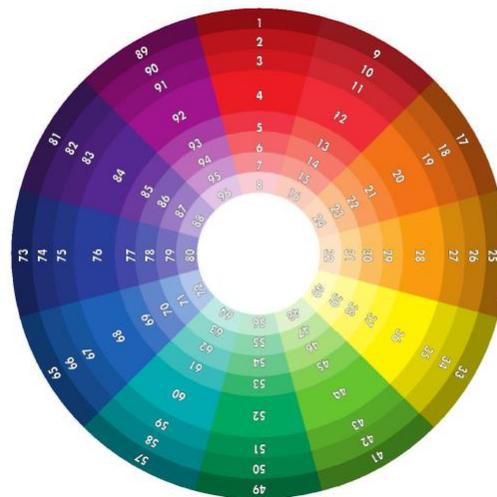
Pada dasarnya Orang tua (lansia) memiliki Proporsi yang sama dengan kelompok usia dewasa, yaitu 6 kepala lebih. Orang tua biasanya dirancang dengan postur tubuh bungkuk dan terdapat kerutan dimuka yang jelas (hlm.104).



Gambar 2.8. Contoh Gambar Proporsi Lanjut Usia
(Creating Character with Personality, 2006)

2.4. Hubungan Warna dengan Psikologi

Menurut Sutton dan Whelan M. (2004) dalam bukunya *The Complete Color Harmony*, *Color Wheel* merupakan dasar dari penggunaan warna yang telah tertata sesuai dengan perubahan (gradasi). Warna itu sederhana dan juga kompleks, segala aspek dalam pemilihan atau kombinasi dapat melahirkan berbagai respons emosional. Arti tiap warna berbeda-beda terhadap individu, kelompok, dan juga kultur. Warna itu personal dan juga umum yang mempunyai pesan yang bervariasi.



Gambar 2.9. *Color Wheel*
(The Complete Color Harmony, 2004)

Leatrice (2017) mengatakan bahwa warna mempunyai berbagai kegunaannya, salah satunya dapat digunakan untuk menandai teritori, petunjuk, dan membuat ilusi. Seseorang dapat menggunakan warna untuk menonjolkan bagian fisik tertentu. Penggunaan warna pada bagian kecantikan (*make-up*, warna cat rambut, *fashion*, dll) dapat memberikan seseorang rasa kepercayaan diri, hal

tersebut terjadi karena orang tersebut telah membangun koneksi emosional dengan warna. Sehingga warna tersebut menjadi sangat personal.

Dalam psikologi warna, warna merah mengartikan keberanian dan sukses. Di Cina warna ini memiliki makna keberuntungan dan penangkal energi jahat (*Chi*). Warna kuning merepresentasikan kegembiraan, optimisme, kebahagiaan, dan juga spontanitas. Kombinasi warna merah dan kuning menghasilkan warna oranye yang menjadi representasi dari kesegaran, kesenangan (*fun*), dan spontanitas. Warna oranye yang merupakan kombinasi 2 warna tersebut mempunyai karakteristik dari campurannya (Sutton, T., & Whelan, B. M, 2004).

2.4.1. Color Personality

Setiap Individu memiliki preferensi warna tersendiri, seperti warna yang paling mereka sukai hingga yang paling tidak disukai. Berdasarkan jurnal *Color Preference as a Function of Personality* (Russell, 1978), dilakukan beberapa metodologi yang dapat menunjukkan hubungan warna dengan sifat seseorang. Tujuan dari metodologi ini bukanlah untuk mendapatkan hasil urutan preferensi warna secara umum, melainkan untuk menghubungkan warna ke ‘mempengaruhi’ dan warna ke kepribadian atau sifat. Pada umumnya, warna dapat dibagi dalam 3 kelompok, yaitu:

1. *Warm*

Warna pada kelompok ini biasanya merah, kuning, oranye. Umumnya aura atau *mood* nya sering diasosiasikan dengan keaktifan, menstimulasi, dan menyenangkan.



Gambar 2.10. Kelompok Warna Warm
(The Complete Color Harmony, 2004)

2. *Cool*

Warna pada kelompok ini biasanya biru dan hijau. Kelompok ini diasosiasikan dengan aura atau *mood* yang lebih tenang, sejuk, dan damai.



Gambar 2.11. Kelompok Warna 'Cool'
(The Complete Color Harmony, 2004)

3. *Auxiliary*

Kelompok ini terdiri dari warna ungu, coklat, abu-abu, hitam, dan putih. Warna pada kelompok ini tidak jarang diasosiasikan dengan *mood* yang cukup negatif dan 'menggangu'. Terkecuali warna putih.

Beberapa kelompok warna menunjukkan *mood* terhadap individu secara konsisten berdasarkan studi pengaruh warna (*color-affect studies*) yang dilakukan. Konsistensi *mood* yang ditunjukkan oleh kelompok warna 'Warm' adalah

kesenangan atau menyenangkan. Kelompok warna ‘Cool’ menunjukkan *mood* yang lebih tenang atau damai. *Color Pyramid Test* (CPT) merupakan cara mengukur kepribadian yang berasal dari Eropa. Maka dari itu, warna-warna yang termasuk dalam kelompok ‘Warm’ seperti merah dan kuning mempresentasikan *extraverted emotionality* (kepribadian *extrovert*) atau melepaskan impuls terhadap suatu objek (tidak terlalu mengontrol emosionalitas). Kelompok warna tersebut biasanya lebih terbuka (*outwardly intergrated*) dengan memiliki hubungan dekat dengan lingkungan sekitar mereka. Keterbalikannya dengan kelompok warna ‘Cool’ seperti biru yang mempresentasikan emosionalitas yang terkontrol atau cenderung lebih netral, kelompok ini lebih tertutup diri (*inwardly intergrated*) dari lingkungan sekitar mereka.

2.5. Psikologi Anak Terhadap Pengaruh Gadget

Berdasarkan Suhana dalam jurnal *Influence of Gadget Usage on Children’s Sosial-Emotion Development* (2018), perkembangan teknologi tak luput dari anak-anak yang mudah beradaptasi dengan perubahan. Orang dewasa pada umumnya sulit beradaptasi seperti anak-anak dalam perkembangan teknologi. Kemampuan beradaptasi yang dimiliki oleh anak-anak, membuat mereka mudah dalam mengikuti *trend* yang muncul. ‘Gadget’ sebutan untuk perangkat keras seperti telepon genggam, dan *game console* yang merupakan alat hasil perkembangan teknologi yang paling digemari oleh anak-anak.

Peran *gadget* dalam kehidupan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi psikologi seorang anak. Ketika anak-anak sangat terfokus menggunakan *gadget*,

mereka cenderung melupakan sekitarnya. Akibatnya mereka lebih memilih bermain dengan *gadget* dibandingkan dengan sebayanya, sehingga kehidupan sosial mereka secara signifikan berkurang.

Selain mempengaruhi kemampuan sosial, kesehatan mereka juga terpengaruh. Anak-anak yang terobsesi oleh *gadget* akan merasa adanya halangan ketika bersosialisasi dengan lingkungannya, termasuk orang tua. Obsesi tersebut mempengaruhi kesehatan mereka dikarenakan ketika sedang bermain anak sering sekali menahan rasa lapar dan tidak adanya aktivitas fisik, sehingga dapat terjadi obesitas atau berat badan yang tidak stabil (Nirwana et al., 2018).

Anak-anak yang terobsesi oleh *gadget* mendapati kemampuan sosialnya menurun dan lebih memilih bermain bersama sendiri, menunjukkan sikap *introvert*. Berbanding terbalik dengan anak-anak yang tidak terobsesi *gadget* dan memilih bermain dengan teman sebayanya, menunjukkan sikap *extrovert*. Menurut teori Carl Jung dalam buku *Personality Theories* oleh Boeree (2006), *introvert* adalah orang yang lebih memilih dunia dalam dirinya sendiri sedangkan *extrovert* memilih dunia diluar dari dirinya (hlm. 11-12). *Intorvert* dan *extrovert* mempunyai cara yang berbeda dalam mengatasi segala hal yang berkaitan dengan diri masing-masing. Kedua sikap tersebut jelas berlawanan, seperti kutub utara dan kutub selatan pada magnet.

Individu *intorvert* dapat tertarik kepada individu *extrovert*. Hal tersebut disebabkan oleh seseorang yang pada dasarnya mempunyai kedua sikap tersebut, hanya saja terbagi antara yang dominan dan tidak. Sikap yang tidak dominan

berada dalam alam bawah sadar seseorang. Karena hal tersebut maka individu *introvert* akan merasa tertarik kepada individu *extrovert* yang merepresentasikan aspek dibawah alam sadar tersebut, begitu juga sebaliknya.

Berhubungan dengan sikap seseorang sebagai individu yang kompleks, Jung menemukan 4 fungsi sebagai penilaian yang dapat memberikan dimensi dalam sikap seseorang, yaitu:

1. *Sensing*

Aspek yang menilai seberapa seseorang mengenal dunia atau lingkungan sekitarnya.

2. *Thinking*

Aspek yang menilai bagaimana seseorang dapat menilai informasi dan mendapatkan solusi (*decision making*).

3. *Intuiting*

Aspek ini mirip dengan *sensing*, bagaimana seseorang menilai serta mengenal lingkungannya. Tidak hanya dengan melihat dan mendengarkan namun juga dengan informasi.

4. *Feeling*

Aspek ini lebih menjurus ke emosional respons. Bagaimana seseorang mengevaluasi informasi setelah menimbang positif dan negatif maupun ke kredibilitas informasi yang didapatkan tersebut.

Fungsi *thinking* dan *feeling* digunakan untuk memutuskan pilihan, seorang individu akan menggunakan kepintaran intelektual (*thinking*) mereka dalam

menilai mana yang positif dan negatif. Individu menggunakan perasaan (*feeling*) dalam memberikan keputusan berdasarkan perasaan positif dan negatif. Berbanding terbalik, fungsi *sensing* dan *intuition* tidak mempengaruhi kemampuan dalam memutuskan pilihan. Fungsi yang berbanding terbalik tersebut merupakan fungsi irasional dikarenakan kedua fungsi tersebut menggunakan perspektif dan respons terhadap rangsangan.

Jung memang membuat 4 fungsi tersebut, namun menurutnya individu mempunyai keunikan pola sikap berhubungan dengan sifat mereka. Jung kemudian menggabungkan fungsi dengan sikap dan menghasilkan 8 tipe psikologi penting dalam menjelaskan karakteristik seorang individu yang menjadi dasar dari *Myres-Briggs Type Indicator* atau *MBTI* (Sharf, 2010). 8 tipe yang dibuat oleh Jung, yaitu:

1. *Introverted-Thinking*

Individu dalam kelompok ini lebih memilih ide sendiri dan tidak mengkhawatirkan apakah akan diterima atau tidak. Mereka lebih memilih ide yang abstrak ketimbang membuat jadwal atau rencana.

2. *Introverted-Feeling*

Kelompok ini dapat dilihat pada para seniman yang meluapkan emosi dan kata-kata mereka melalui karyanya. Individu dalam kelompok ini tidak jarang meredam perasaan mereka.

3. *Introverted-Sensation*

Individu kelompok ini mirip dengan *introverted-feeling*, namun mereka

tidak meredam melainkan memilih untuk fokus pada perspektif dunia sendiri. Kelompok Individu ini memilih hal kreatif dalam menunjukkan ekspresi mereka daripada komunikasi verbal.

4. *Introverted-Intuition*

Individu dalam kelompok cenderung merasa sulit dalam berkomunikasi dengan diri mereka sendiri dikarenakan kesulitan dalam mengerti diri sendiri.

5. *Extroverted-Thinking*

Kelompok individu ini dapat memaksakan pandangan mengenai dunia mereka kepada orang lain.

6. *Extroverted-Feeling*

Interaksi dengan individu dalam kelompok ini terkadang dapat menjadi sebuah perbincangan penuh dengan emosi (perasaan).

7. *Extroverted-Sensation*

Kelompok Individu ini memilih mendapati pengalaman langsung seperti mengikuti acara yang menggerakkan fisik.

8. *Extroverted-Intuition*

Kelompok ini mirip dengan *extroverted-thinking* tetapi tidak memaksakan kepada orang lain. Individu dari kelompok ini merasa senang ketika bekerja sama dengan orang lain dalam merancang konsep maupun ide, namun mereka dikenal sulit untuk fokus.

2.6. Etnis Tionghoa

Etnis berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai kelompok sosial dalam suatu sistem sosial yang mempunyai kedudukan tertentu dikarenakan keturunannya atau suku bangsa. Menurut Christian (2017), negara Indonesia mempunyai banyak keberagaman, salah satunya adalah etnis. Etnis Tionghoa merupakan bagian dari keberagaman suku bangsa (etnis) dalam kelompok minoritas di Indonesia.

Masuknya etnis Tionghoa di Indonesia dapat dilihat dari sejarahnya yang dikatakan bahwa nenek moyang etnis Tionghoa Indonesia berasal dari daerah Guandong, Hokkian, dan Hainan. Nenek moyang etnis Tionghoa Indonesia kemudian menetap dan menikahi penduduk setempat (seperti dikutip dari Wang, 2006) mayoritas adalah pedagang. Di Indonesia etnis Tionghoa kemudian terbagi lagi berdasarkan dialek (logat bahasa), wilayah domisili atau daerah, dan nenek moyang atau marga.

Pembagian berdasarkan dialek (logat bahasa), etnis Tionghoa terbagi menjadi orang Tionghoa Hakka, Hokkien, Tiochiu, Kanton, dan Hainan. Berdasarkan wilayah domisili atau daerah terbagi menjadi, orang Tionghoa Medan, Tionghoa Jawa, Tionghoa Kalimantan, Tionghoa Benteng, dll. Etnis Tionghoa Benteng merupakan bagian dari orang Tionghoa yang menduduki wilayah Tangerang.

2.6.1. Sejarah Orang Tiongkok ke Jawa

Kedatangan orang Tiongkok ke Jawa atau Indonesia dalam catatan perjalanan bikshu Faxian yang sekitar 400 Masehi. Faxian melakukan perjalanan darat dari Tiongkok menuju India dan ketika perjalanan pulang tepatnya 414 Masehi melewati Jawa. Dalam perjalanannya Faxian menaiki kapal barang besar yang membawa sekitar 200 orang serta pedagang dari Sri Langka. Faxian dan penumpang kapal lainnya terpaksa meninggalkan kapal besar dikarenakan terjadi badai, selama 13 hari 13 malam badai terjadi sampai mereka berhasil berlabuh pada sebuah pulau. Tepatnya pada tanggal 14 bulan 07 mereka sampai di pulau yang disebut Jawa.

Selain catatan perjalanan terdapat juga catatan sejarah dinasti yang berisikan mengenai pulau tersebut. Dalam catatan Sejarah Dinasti Yuan (1297-1368) Buku 210, dari Quanzhou berlayar ke arah selatan dan melewati Campa maka akan sampai ke Jawa. Pulau atau negara yang berada di seberang lautan biasanya menghasilkan benda-benda langka serta berharga tinggi di Tiongkok. Penduduk dinilai aneh, wajah dibawah standar, dan sifat alami serta bahasa tidak dapat dimengerti oleh orang-orang Tionghoa.

Kaisar Shizu atau Khubilai mulai menaklukkan orang-orang barbar di keempat penjuru dunia dan Jawa satu-satunya yang diserang dengan angkatan perang. Khubilai memerintahkan gubernurnya, Fujian untuk mengutus Shi Bi, Ike Mese, dan Gao Xing mengepalai pasukan yang akan menyerang Jawa. Ketika akan berangkat ke Jawa, Khubilai menyuruh mereka menyampaikan pesan bahwa kekaisaran sebelumnya telah menjalin hubungan harmonis dengan Jawa. Khubilai

juga mengatakan belum lama mendengar bahwa mereka telah melukai wajah utusan kaisar Meng Qi, maka dari itu Khubilai mengirim pasukan untuk menyerang sebagai hukuman untuk Jawa.

Jawa yang diserbu oleh Tiongkok akhirnya mereka tunduk melalui pejabat dari Kantor Perdamaian yang menyampaikan pesan tersebut dari menantu raja Jawa, Tuhan Pijaya atau Raden Wijaya yang dikejar oleh Raja Kalang. Pertempuran masih berlanjut hingga raja, Haji Katang menyatakan mereka menyerah. Raden Wijaya kemudian kembali ke kotanya dan menyiapkan upeti. Tidak lama kemudian para pasukan kembali ke Tiongkok, dengan membawa anak-anak dan pewira Haji Katang (Groeneveldt, 2018).

2.6.2. Fitur Etnis Tionghoa-Benteng

Orang Tionghoa atau etnis Tionghoa mempunyai nama sebutan lain yaitu orang Asia, sebutan tersebut untuk orang yang asalnya dari Timur ataupun Asia Tenggara. Secara DNA para keturunan Asia mempunyai 2 garis keturunan yang umum, yaitu:

1. Asia Tenggara, terutama di antara pada orang Vietnam, Malaysia, dsb.
2. Asia Utara, terutama orang Tibet, Korea, dsb.

Berdasarkan DNA maka, orang Asia (orang Tionghoa) cukup jelas mempunyai bentuk wajah yang berbeda dengan orang barat maupun Eropa. Orang Asia pada umumnya memiliki warna mata hitam, rambut hitam serta lurus, wajah mereka juga lebih datar jika dilihat dari samping, dan hidung yang lebih kecil atau

datar. Orang Tionghoa atau etnis Tionghoa biasanya hanya memiliki satu lipatan pada kelopak mata mereka (*monolid*) (Hays, 2008).



Gambar 2.12. Contoh Keturunan Tionghoa 1
(<https://www.google.com/search?q=chinese+children+face>)



Gambar 2.13. Contoh Keturunan Tionghoa 2
(<https://www.google.com/search?q=chinese+children+face>)

Berdasarkan contoh gambar 2.12 dan 2.13 yang memperlihatkan fitur wajah keturunan Tionghoa, kedua anak tersebut memiliki warna kulit yang terang, dan mata yang kecil atau sipit. Orang Tionghoa yang telah berbaur di Indonesia

umumnya memiliki fitur yang mirip, berbeda dengan keturunan Tionghoa-Benteng (Cina-Benteng). Perbedaan fitur yang dimiliki oleh mereka disebabkan karena pernikahan dengan warga setempat yang bukan keturunan Tionghoa. Pernikahan tersebut bagian dari proses pembauran, sehingga fitur dari orang-orang Tionghoa-Benteng ini tidak seperti orang Tionghoa pada umumnya, melainkan seperti orang pribumi (Arif, 2014).

Etnis Tionghoa-Benteng pada dasarnya memiliki akar yang sama. Orang-orang Tionghoa-Benteng pada umumnya berkulit lebih gelap, namun warna kuning tetap menjadi dasarnya. Selain warna kulit, orang keturunan Tionghoa-Benteng ini biasanya bermata besar dibandingkan yang orang Tionghoa pada umumnya. Disebabkan oleh warna kulit, mereka tidak jarang disebut *Hitaci* yang merupakan singkatan untuk 'Hitam Tapi Cina (Tionghoa)'. Orang Tionghoa-Benteng walaupun dijuluki *hitaci*, tetapi masih terdapat beberapa orang yang bermata kecil (sipit). (Silas, E.F., 2012).