

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah menemukan rancangan tokoh Lynn melalui warna, shape, *costume*, dan gaya rambut yang dapat digunakan untuk menjelaskan kepribadian, maupun *character development* khususnya dalam fase *denial*, *depression*, dan *acceptance*.

2. STUDI LITERATUR

2.1. CHARACTER DESIGN

Menurut Nieminen (2017), *character design* merupakan proses di mana sebuah tokoh diciptakan untuk keperluan pembuatan *game*, maupun media lainnya. Di dalam *game*, sebagai jembatan antara narasi dan pemain, tokoh utama harus menjadi sosok yang bisa menumbuhkan koneksi emosional (hlm. 7). Dalam proses desain, tokoh yang dibuat harus sesuai dengan genre, dan demografis, dan media yang akan dibuat. Misalnya dalam *game* yang demografisnya adalah orang dewasa, tokoh tersebut akan dibuat memiliki dinamika hubungan interpersonal yang rumit dan petanda nonverbal yang muncul karena orang dewasa bisa menangkap hal tersebut.

2.2. THREE-DIMENSIONAL CHARACTER

Menurut Egri, yang dikutip oleh Lakonski (2004), tokoh adalah gabungan antara aspek jasmani, psikologis, dan sosiologis. Lakonski berpendapat bahwa dalam *game role-playing*, konflik utamanya muncul dari kepribadian, dan tujuan tokoh-tokoh yang ada di dalam cerita. Egri membuat beberapa aspek yang menjadi kerangkatokoh yang disebut sebagai *three-dimensional character*, yang dimodifikasi oleh Lakonski, Heliö, dan Ekman (2003). Aspek tersebut meliputi aspek fisik (*sex, age, height and weight, colour of hair eyes and skin, appearance and distinct feature, defects, heredity features, physique*), sosiologis (*class, occupation, education, family life, religion, race-nationality, place/standing in society, community, political affiliation, amusement and hobby*), dan psikologis (*moral standard, sex life, goals-ambition, frustation-dissapointments,*

temperaments, attitude toward life, complexes-obsessions, imagination, judgement, wisdom, taste, poise, extrovert/introvert/ambivert, intelligence) (hlm. 141-143).

Lakonski menyatakan tidak semua yang ada di dalam tabel perlu dimiliki oleh tokoh, misalnya untuk anak kecil, edukasi tidak terlalu penting untuk dijelaskan (hlm. 142-143)

2.3. SHAPE AND SILHOUETTE

Penampilan tokoh memiliki pengaruh besar akan respon pemain. Desain tokoh harus mendeskripsikan kepribadian, dan memorabilitas tokoh. Oleh karena itu, dalam membuat desain tokoh desainer akan melakukan proses *silhouetting* (Nieminen, 2017 hlm. 9-10). Dalam proses tersebut, *shape language* digunakan sebagai cara menkomunikasikan kepribadian, serta *mood* tokoh melalui bentuk. Pemahaman audiens terhadap *shape language* ini muncul karena asosiasi antara bentuk dengan benda yang ada dalam kehidupan manusia. Bentuk yang biasanya digunakan dalam *shape language* adalah lingkaran, persegi, dan segitiga ataupun kombinasinya (Mehtälä, 2020).

1. Lingkaran

Lingkaran merupakan bentuk yang natural, dan organik, sehingga secara emosional memberikan kesan hangat, *friendly*, dan *outgoing* (Naghdi, 2020). Lingkaran juga diasosiasikan dengan kemurnian, rasa imut, dan kelembutan. Secara negatif lingkaran dihubungkan dengan tokoh pecundang, dan mudah diperdaya karena bentuk lingkaran yang tidak memiliki fondasi (Gracei, 2020).

2. Persegi

Bentuk persegi kerap kali muncul di desain superhero karena persegi memiliki hubungan dengan tokoh yang heroik (Eggleston, 2019). Persegi merupakan bentuk yang kokoh sehingga diasosiasikan dengan tokoh yang berkeyakinan kuat, tangguh, stasis dan realistis. Secara negatif persegi memiliki kesan membosankan, tidak mau keluar dari zona nyaman, keras kepala, dan mengintimidasi (Gracei, 2020).

3. Segitiga

Segitiga merupakan bentuk yang kerap diasosiasikan dengan tokoh antagonis dan merupakan bentuk yang paling dinamis (Gracei,2020). Eggleston (2019) membagi bahasa bentuk segitiga menjadi dua macam, yakni segitiga biasa, dan segitiga yang terbalik. Segitiga biasa memiliki bentuk yang berat di bawah sehingga menampilkan tokoh yang *grounded*, penuh dengan harapan, dan positif, sementara segitiga terbalik yang berat diatas memberikan kesan berbahaya, tidak stabil, dan dinamis.

2.4. COSTUME AND HAIRSTYLE

Rich (2020) menyatakan di dalam *game*, kostum digunakan untuk mengkomunikasikan intensi, salah satunya melalui perubahan pakaian untuk menjelaskan perubahan kepribadian atau *character development*. Pembuatan desain kostum dan rambut harus menjelaskan fungsi dan intensi, dan tujuan dari seorang tokoh memakai pakaian tersebut (hlm. 1-2).

Untuk menyampaikan sebuah cerita melalui kostum, Lyons (2020) berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang membuat desain tokoh menarik. Hal tersebut meliputi penggunaan *shape* atau bahasa bentuk, *line*, tekstur atau material yang digunakan, proporsi dan skala, keseimbangan, harmoni atau kesatuan, ritme, movement dan *focal point* (hlm. 24-29).

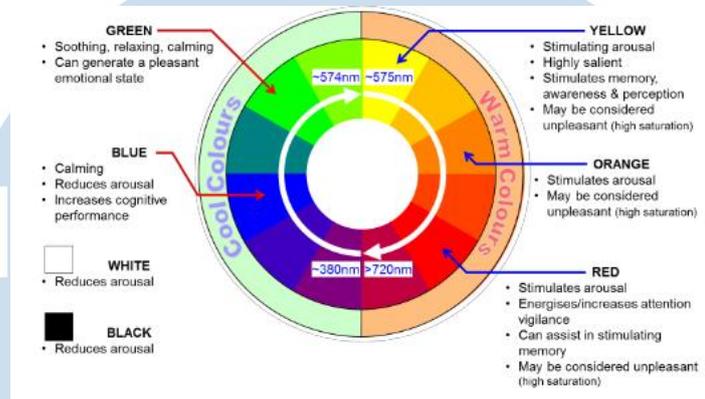
2.5. TEORI WARNA

Menurut Gegenfurtner dan Kiper, persepsi manusia atas warna adalah respons dari retina mata manusia atas berbagai jenis gelombang cahaya (2003, hlm 181). Menurut Hilliard, warna dapat digunakan untuk membantu penonton untuk membedakan aspek visual, membantu menarik perhatian penonton kepada informasi penting, dan membantu memunculkan respons emosional (2017, hlm. 2). Hilliard juga menyatakan bahwa ada 2 jenis respons terhadap warna, *Innate Reaction*, dan *Learned Reaction* (2017, hlm. 3).

1. Innate Reaction

Innate reaction merupakan persepsi gelombang warna melalui otak manusia secara fundamental, sehingga reaksi ini bisa dianggap universal. warna

bertanggung jawab atas aktifnya respon neurologi akan emosi tertentu (Humphrey, dikutip oleh Crozier, 1996, hlm. 64).



Gambar 1. Efek dari warna (Hilliard, 2017)

Hilliard menkategorikan warna berdasarkan persepsi reaksi tubuh dengan gelombang warna. Warna biru secara umum dianggap menenangkan, mengurangi semangat, dan meningkatkan performa kognitif. Warna hijau dianggap menenangkan, menyejukkan, dan memiliki efek rileks, warna kuning dianggap sebagai warna yang menambah energi, namun juga memiliki petanda ‘penting’, jingga dianggap sebagai warna yang penuh energi, dan merah selain penuh energi dianggap juga sebagai warna yang meningkatkan perhatian, dan membantu menstimulasi memori (2017, hlm 5-6).

1. *Learned Reaction*

Learned Reaction merupakan reaksi individual akan warna tertentu, hal ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman maupun aspek individual yang tidak terbatas pada, tapi meliputi jenis kelamin, umur, kepribadian, aspek sosiologis, dan lain lain (Hilliard, 2017 ,hlm. 4).

Misalnya menurut penelitian terhadap murid jurusan seni yang dilakukan oleh Gotz dan Gotz yang dikutip oleh Crozier (1996) menunjukkan bahwa orang dengan kepribadian cenderung ekstrovert lebih suka dengan warna yang terang sementara orang yang memiliki kepribadian introvert lebih menyukai warna yang netral (hlm. 67).

2.5.1. HARMONI WARNA DALAM KULTUR TIONGHUA

Dalam kultur etnis Tionghua, warna memiliki arti tertentu. Harmoni warna dalam etnis Tionghua didasarkan kepada teori 5 elemen yang didasarkan pada kepercayaan daoisme. Berikut tabel warna, elemen, dan beberapa asosiasinya (Lee, 2012, hlm. 155-157).

Tabel 1. elemen dalam teori 5 elemen dan asosiasinya
(Lee, 2012)

Kategori	Air (水)	Kayu(木)	Api(火)	Tanah(土)	Logam(金)
Warna	Hitam/biru	Hijau	Merah	Kuning	putih
Emosi Positif	Keberanian	Humor	Kebahagiaan	Simpatif	Positif
Emosi Negatif	Rasa Takut	Kemarahan	Histeria	penyesalan	Dukacita/ kemurungan

Salah satu contoh aplikasi harmoni warna, adalah penggunaan warna putih dalam pemakaman bagi keluarga almarhum, sementara orang diluar keluarga yang mendatangi upacara kematian dilarang memakai warna merah (Lee, 2012, hlm. 163).

2.6. 5 STAGES OF GRIEF

5 Stages of Grief adalah 5 fase emosi yang dialami seseorang yang baru saja mengalami kehilangan. Perasaan kehilangan yang dialami setiap orang memang belum tentu sama, namun 5 fase ini digunakan untuk membantu orang yang kehilangan menavigasi perasaan mereka. Karena manusia adalah makhluk yang unik, dan berbeda, kelima fase ini belum tentu terjadi secara berurutan (Kubler-Ross, Kessler, 2005, hlm. 223).

1. *Denial*

Dalam fase ini, orang yang kehilangan akan masuk ke dalam fase shock yang membuat segalanya terasa hampa. Fase ini merupakan respon alamiah tubuh untuk mencerna informasi sebanyak yang kita mampu cerna dan pelan-pelan menerima realita (Kubler-Ross, Kessler, 2005, hlm. 223).

2. *Anger*

Kemarahan adalah emosi yang muncul didasarkan rasa sakit. Dalam fase ini manusia akan mempertanyakan “kenapa” kepada siapapun itu. Kemarahan ini muncul dari rasa sakit karena merasa sendirian dan ditinggalkan., dan merupakan bukti intensitas dari rasa sayang kepada orang yang meninggal (Kubler-Ross, Kessler, 2005, hlm. 223-224).

3. *Bargaining*

Fase ini adalah fase yang muncul dengan perasaan bersalah. Keinginan manusia untuk tidak merasakan rasa sakit mengakibatkan manusia masuk ke dalam pemikiran “bagaimana bila”. Orang yang merasa kehilangan akan bernegosiasi dengan perasaannya ditemani dengan perasaan bersalah. (Kubler-Ross, Kessler, 2005, hlm. 224).

4. *Depression*

Di dalam fase ini, seseorang akan merasa hampa, dan sudah mulai menerima fakta bahwa orang yang meninggal tidak akan kembali, mengakibatkan orang tersebut kadang susah melanjutkan hidup, dan merasa sedih berkelanjutan (Kubler-Ross, Kessler, 2005, hlm. 224).

5. *Acceptance*

Fase ini tidak berarti seseorang sudah sepenuhnya baik baik saja dengan kehilangan tersebut dan sudah menerima bahwa perubahan yang terjadi, fakta kehilangan orang yang tercinta sudah menjadi hal yang permanen dalam hidupnya dan belajar hidup tanpa orang yang meninggal tersebut. Belajar perlahan menikmati hidup, membuat koneksi baru, dan hidup bahagia (Kubler-Ross, Kessler, 2005, hlm. 224-225)