

dipercayai oleh masyarakat Tionghoa, sehingga seringkali diadakan doa atau sembahyang kepada mendiang agar dapat tenang dan tidak mengganggu manusia (Situmorang, 2017, hlm. 204).

3. METODE PENCIPTAAN

Deskripsi dan Konsep Karya

Film “*Furewell*” merupakan film animasi pendek dengan bentuk *hybrid* tiga dimensi (3d) dan dua dimensi (2d) untuk kebutuhan adegan *flashback*, dengan perkiraan durasi selama 4 menit. Film ini berfokus kepada seorang tokoh bernama Aseng yang memiliki konflik terhadap rasa kehilangan yang ia rasakan setelah kematian anjing peliharaannya. Sepanjang cerita, Aseng pun terus berusaha mengingat kembali kenangan bersama Fu, sang anjing, sehingga memberi kesan bahwa Aseng melihat kembali arwah Fu dan bermain bersamanya. Film ini berusaha mengangkat tentang rasa kesepian dan kehilangan yang dapat dirasakan oleh semua orang namun harus mampu untuk bangkit kembali.

Unsur kebudayaan Tionghoa dalam film “*Furewell*” pun berhubungan dengan kebutuhan cerita, misalnya dari kematian Fu yang belum mencapai 49 hari berkaitan dengan arwah di dunia dan adanya pemilihan tokoh yang merupakan keturunan Tionghoa. Dengan demikian, perancangan set dan properti yaitu toko kelontong pun harus mendukung dan menunjukkan identitas ‘Tionghoa’ yang ingin ditampilkan dalam cerita. Mulai dari barang dagangan yang dijual dalam toko kelontong hingga dekorasi yang identik dengan kebudayaan Tionghoa pun dirancang dan akan ditampilkan dalam film.

Tahapan Kerja

1. Pra produksi:

a. Ide atau gagasan

Selain berangkat dari makna utama tentang rasa kehilangan, latar belakang Aseng yang dibuat dengan pendekatan etnis Tionghoa juga menjadi hal utama lain yang dimasukkan dalam unsur cerita “*Furewell*”. Mulai dari

nama anjing “Fu” yang bermakna keberuntungan dalam bahasa mandarin, kemunculan arwah, dan paradigma masyarakat terhadap masyarakat etnis Tionghoa yang cenderung berdagang atau memiliki toko juga menjadi salah satu latar belakang dari pengambilan *setting* toko kelontong dan profesi Aseng.

Three Dimensional Character Acek Aseng		
FISIOLOGIS	PSIKOLOGIS	SOSIOLOGIS
Jenis Kelamin : Pria	Seks : Straight non aktif	Kelas sosial : Menengah
Umur : 60 tahun	Ambisi : Bekerja untuk bertahan hidup	Suku : Tionghoa/Chinese
TB / BB : 160 cm / 59 kg	Frustasi : Meninggalnya sang istri dan anjing kesayangannya.	Pekerjaan : Pedagang
Warna: Rambut putih, mata hitam, kulit putih	Sikap : Murah hati, ramah, mandiri, sensitif	Pendidikan : SMP
Postur tubuh : Tegap	Yang disukai : Kebersamaan dengan yang dicintainya, bekerja	Agama : Buddha
Penampilan : Disesuaikan dengan emosi. Saat depresi : lusuh, saat senang: rapi	Yang tidak disukai : Kesepian	Kebangsaan : Indonesia
Cacat / tanda lahir : Luka cakaran di lengan kiri dan betis kanan	Kemampuan : Berdagang, bahasa mandarin	Peran serta dalam lingkungan : Penjual toko kelontong, dihormati oleh masyarakat sekitar karena senior (sudah tinggal lama di daerah tersebut dan sudah buka toko dari lama).
Keturunan/Ras : Tionghoa	IQ: 112 MBTI: ISFJ	

Gambar 3.1.1. *Three dimensional character* dari tokoh Aseng. (sumber: dokumentasi pribadi)

Ide mengenai karakter dan asal usul Aseng sebagai pedagang toko kelontong *Chinese* selama kurang lebih 10 tahun di daerah Pasar Lama, Tangerang, dan dari *three dimensional character* yang telah dibuat, maka *set* dan properti dari toko harus dirancang dengan baik agar menunjukkan ikonografi dari seorang pedagang etnis Tionghoa.

b. Observasi

Untuk mendapatkan informasi terkait latar belakang cerita hingga *set* dan properti toko kelontong etnis Tionghoa, observasi pun dilakukan. Observasi untuk latar belakang cerita sedikit terinspirasi dari film “Cek Toko Sebelah” (2016). Tidak banyak referensi yang diambil dari film ini, penulis dan tim menggunakan film “Cek Toko Sebelah” ini hanya sebagai contoh nyata dari paradigma masyarakat tentang etnis Tionghoa yang berdagang. Tokoh Koh Afuk, pemilik toko yang merupakan pria tua dan merupakan seorang etnis

Tionghoa menjadi referensi yang dimaksud. Keberadaan pajangan kucing hoki, posisi meja, dan beberapa barang di meja kerja juga menjadi referensi pembuatan *set* dan properti.



Gambar 3.1.2. Salah satu *shot* yang memperlihatkan Koh Afuk dan pajangan kucing hoki di meja kerja tokonya.
(Sumber: film “Cek Toko Sebelah” (2016))

Sedangkan referensi beberapa properti berunsur Tionghoa dan 3d *modeling style* didapat dari film karya Disney “*Turning Red*” (2022). Barang-barang yang ada di kuil, toko, dan rumah Mei, hingga hiasan rumah kakek Gao yang merupakan seorang etnis Tionghoa menjadi referensi utama penulis. Film “*Turning Red*” yang mengangkat mitologi panda merah banyak melakukan modifikasi pada properti Tionghoa yang terdapat pada filmnya meskipun hal ini sangat berbeda dari benda aslinya di dunia nyata.



Gambar 3.1.3. Patung Singa Batu dan lampion yang diubah menjadi panda merah (diberi tanda kotak merah).
(Sumber: film “*Turning Red*” (2022))

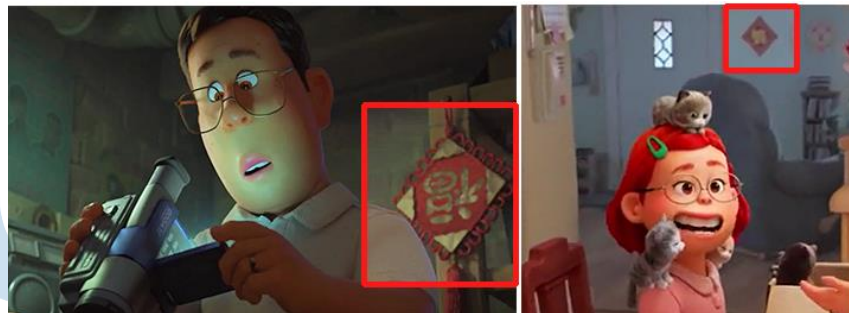
Seperti lampion dan patung Singa Batu yang biasa ditemukan di depan kuil, di film *“Turning Red”* motif lampion dan bentuk Singa Batu menjadi motif dan bentuk panda merah. Keberanian *art director* dalam mengubah dan menyesuaikan properti dengan tema film pun menjadi inspirasi penulis dalam memodifikasi beberapa properti Tionghoa dalam film *“Furewell”*.

Keberadaan tanaman bambu hias pembawa keberuntungan juga tampak di toko dan rumah Mei. Properti seperti meja dan kursi kayu juga turut sejalan dengan penemuan penulis bahwa perabotan masyarakat etnis Tionghoa dari jaman dulu banyak terbuat dari kayu.



Gambar 3.1.4. Tanaman hias bambu hoki yang tampak pada rumah (kiri) dan toko keluarga Mei (kanan).
(Sumber: film *“Turning Red”* (2022))

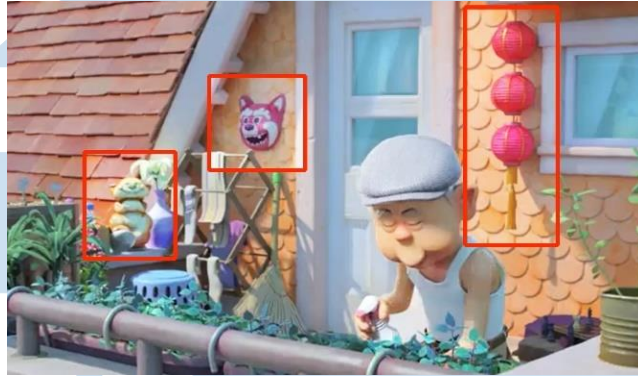
Selain bambu hoki, pajangan dinding “福” juga ada pada rumah Mei.



Gambar 3.1.5. Dekorasi dinding “福” yang tampak di sudut rumah Mei (tanda kotak merah).
(Sumber: film *“Turning Red”* (2022))

Referensi yang ditemukan dari observasi film *“Turning Red”* yang lain yaitu dekorasi pada rumah kakek Gao. Dekorasi *Chinese* pada rumah kakek Gao, terlihat beberapa objek pajangan panda merah dan lampion yang

menunjukkan ikonografi budaya Tionghoa dan mematahkan *stereotype* bahwa pajangan bermotif hanya cocok untuk usia maupun gender tertentu.



Gambar 3.1.6. Dekorasi *Chinese* pada rumah kakek Gao (tanda kotak merah).
(Sumber: film “Turning Red” (2022))

Observasi langsung ke daerah Pecinan yaitu Glodok (Jakarta Barat), dan Pasar Lama (Tangerang) untuk riset bangunan ruko masyarakat etnis Tionghoa dan toko kelontong juga dilakukan dan dijadikan sebagai acuan utama dalam *modeling set* dan properti.



Gambar 3.1.7. Bangunan rumah toko di Pasar Lama, Tangerang.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Berikut beberapa barang dagangan khas Tionghoa di Pasar Lama.



Gambar 3.1.8. Dekorasi dan makanan ringan khas Tionghoa di Pasar Lama.
(Sumber: kanal *YouTube* The Jakarta Post dan merahputih.com)

Berikut ini beberapa hasil observasi bentuk ruko dan dagangannya di daerah Glodok, Jakarta Barat.



Gambar 3.1.9. Toko kelontong yang menjual barang khas Tionghoa dan memiliki dekorasi keberuntungan di tokonya (tanda bulat merah).
(Sumber: dokumentasi pribadi)

c. Studi Pustaka

Teori utama yang diambil untuk membahas properti yaitu teori *mise en scene* mengenai *set & props* dan warna. Sedangkan teori pendukung berupa fakta-fakta ikonografi masyarakat etnis Tionghoa, terkait dengan pembahasan toko kelontong yang dijalankan oleh masyarakat etnis Tionghoa, properti dan warna khas yang menghiasi toko, serta kepercayaan masyarakat Tionghoa terkait arwah.

d. Eksperimen Bentuk dan Teknis

Penciptaan desain *setting environment* dan properti yang ada dalam toko kelontong film "*Furewell*" dibuat dengan beberapa eksperimen. Mulai dari mencoba membuat *setting* toko dan properti di dalamnya yang tampak sederhana dan kecil hingga teknis pada aplikasi *modeling*, *texturing* hingga *render*. Eksperimen ini dilakukan untuk uji coba pada prasadang 1.

Berikut merupakan eksperimen desain 2d toko kelontong versi prasidang 1. Berbagai desain baik tampak luar, denah, tampak dalam dan *isometric view* dari toko kelontong dibuat.



Gambar 3.1.10. Eksperimen desain toko kelontong untuk prasidang 1.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Pada tahap eksperimen untuk prasidang 1, tahap *modeling*, *texturing*, hingga render satu *shot final* sudah dilakukan. Properti yang tampak pada prasidang 1 terdiri dari barang sembako yang tidak menunjukkan kekhasan Tionghoa.



Gambar 3.1.11. *Render view* eksperimen pertama untuk prasidang 1.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

e. Eksplorasi Bentuk dan Teknis

Eksperimen desain bentuk toko kelontong pada gambar di atas mendapat *feedback* yang kurang baik dari hasil prasidang 1 sebab kurang menggambarkan ikonografi dari seorang pemilik toko etnis Tionghoa.

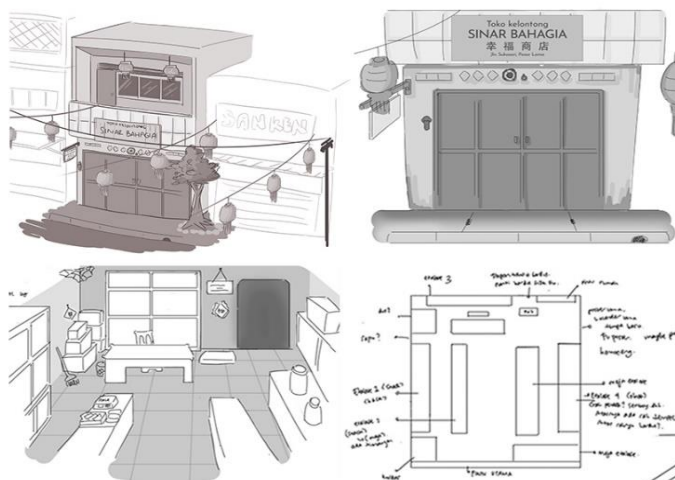
Kemudian eksplorasi bentuk toko kelontong pun dilakukan kembali sembari menyesuaikan foto-foto hasil observasi yang sudah didapatkan serta memikirkan kebutuhan *lighting* dan *mood* yang ingin dibangun sebab adanya perubahan cerita setelah prasidang 1.

Pada eksplorasi pertama, desain ruko (rumah toko) dibuat menjadi ruko 2 lantai dan memiliki 2 pintu. Kedua pintu yang membuat bagian dalam ruko menjadi terpisah dibuat dengan pertimbangan agar ada perbedaan antara *scene* Aseng di dunia nyata (bagian rumah yang gelap) dan di dunia khayalan saat bertemu Fu (bagian toko yang terang).



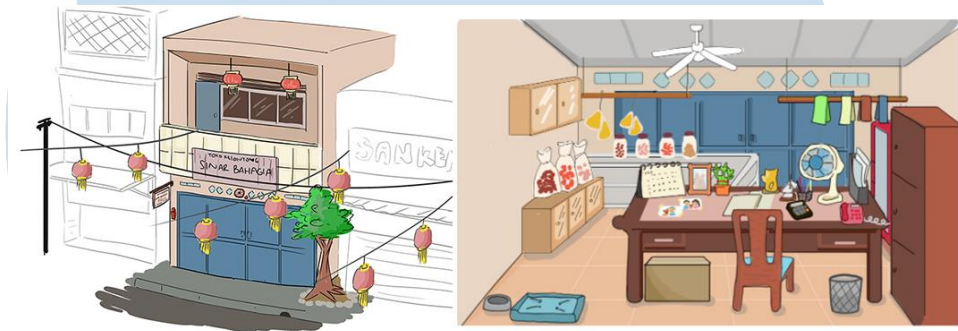
Gambar 3.1.12. Eksplorasi desain toko kelontong pertama.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Eksplorasi desain toko kelontong kedua pun dilakukan setelah berdiskusi.



Gambar 3.1.13. Eksplorasi desain toko kedua.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Sesuai cerita *final*, pintu toko dibuat hanya satu dan mulai dari awal cerita hingga menuju akhir, toko kelontong Aseng ditutup untuk mengutarakan perasaan duka. Kontras *lighting* di dunia nyata yang gelap berasal dari pintu toko yang tertutup. Selain desain bentuk luar toko (*outdoor*), tampak dalam (*indoor*) toko kelontong juga mendapat revisi agar lebih tampak ramai dan menjual produk khas dari toko *Chinese*.



Gambar 3.1.14. Desain *final* tampak luar dan dalam toko kelontong.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

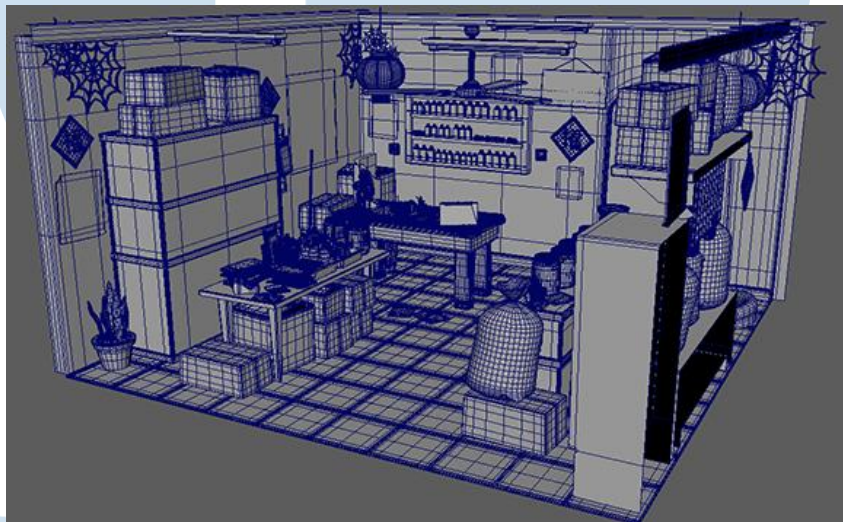
Dari sketsa yang ada kemudian diberi warna dan menggunakan acuan *moodboard* sebagai referensi gaya visual yang semi realistis dan campuran *stylized*, serta *colormood* yang cenderung berwarna hangat yang didominasi warna merah hingga kuning yang bermakna keberuntungan.



Gambar 3.1.15. *Moodboard* sebagai acuan *set* dan properti toko kelontong.
(Sumber: Film “Turning Red”, pinterest.com, google.com)

2. Produksi:

Setelah cerita dan naskah disepakati bersama serta memperbarui desain toko kelontong sesuai hasil riset, perincian aset *environment* yang mencakup toko kelontong dan isinya pun dilakukan agar dapat segera masuk tahap *modeling* dengan aplikasi Autodesk Maya. Aset yang diperlukan dalam film “*Furewell*” mencakup properti luar dan dalam (interior) dari toko kelontong, barang-barang yang dijual, perabot dan meja sebagai lokasi Aseng bekerja hingga properti yang berhubungan dengan Fu, anjing Aseng, hingga dekorasi toko yang bernuansa *Chinese* dan bermakna keberuntungan.

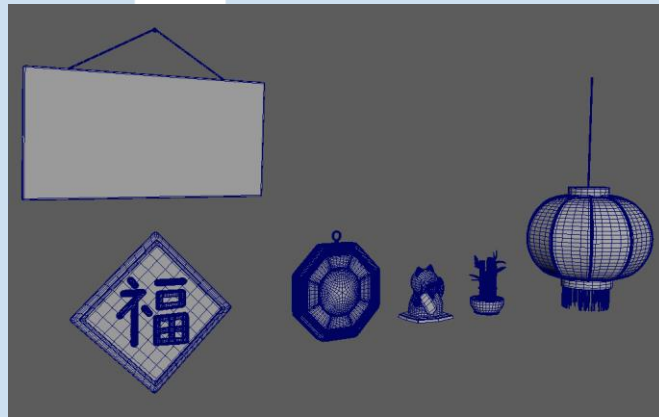


Gambar 3.2.1. Proses *modeling* toko kelontong.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Proses *texturing* yang termasuk tahap pemberian warna pada setiap objek disesuaikan dengan perkiraan usia toko yang sudah cukup lama lalu berbagai objek keberuntungan difokuskan berwarna merah maupun kuning sebagai tujuan awal yang menunjukkan ikonografi Tionghoa. Benda-benda ditata rapi sebab Aseng merupakan seorang yang rapi dan sensitif serta didukung oleh sikapnya yang suka bekerja sehingga ia peduli terhadap lingkungan kerjanya (berdasarkan *three dimensional character* Aseng).

Properti keberuntungan yang ada pada set pun di-*modeling* sesuai dengan keberadaan properti asli pada toko-toko, yang terlihat pada hasil observasi. Baik pajangan kucing, tanaman bambu hoki, Pat Kwa, dan dekorasi keberuntungan

lainnya. Dagangan toko juga berupa bahan obat, bumbu dapur, serta makanan ringan khas Tionghoa. Sesuai dengan *three dimensional character* Aseng yang memaparkan bahwa Aseng dapat berbahasa mandarin, pada toples barang dagangan terdapat keterangan bertuliskan *hanzi* atau aksara mandarin, termasuk juga pada plang toko, hingga dekorasi keberuntungannya.



Gambar 3.2.2. Beberapa dekorasi khas Tionghoa yang bermakna keberuntungan.
(Sumber: dokumentasi pribadi)

3. Pascaproduksi:

Pascaproduksi diperkirakan akan dilaksanakan pada bulan Mei 2023 hingga saat sebelum hari tenggat pengumpulan karya. Seluruh hasil animasi dan *modeling* toko kelontong beserta isinya baik tampak luar (*exterior*) atau tampak dalam (*interior*) yang telah selesai tahap *texturing*, kemudian dikirimkan kepada tim *render*. Proses *render* dan peletakan *lighting* menggunakan aplikasi Unreal Engine. Karya yang telah di-*render* kemudian akan masuk pada tahap *compositing* untuk menambah *mood cold* ataupun *warm* sesuai kebutuhan cerita, lalu ditambahkan *sound effect* dan musik, hingga menjadi sebuah film yang *final*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A