

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Kata desain memiliki arti untuk merencanakan dan untuk mengatur. Desain memiliki hubungan yang lekat dengan berbagai disiplin seni seperti lukisan, patung, fotografi, dan media berbasis waktu. Tidak hanya itu, desain juga sangat penting dalam proses pembuatan kerajinan tangan. Hal-hal seperti arsitektur dan perencanaan kota semua memerlukan prinsip desain visual. Pada intinya, semua hal dalam produksi manusia melibatkan desain secara sadar atau tidak sadar (Pentak & Lauer, 2016).

2.1.1 Elemen Desain

Secara universal, kata ‘desain’ berbasis pada frase ‘*language of vision*’. Setelah berdirinya institusi Bauhaus, buku cetak tentang dasar desain selalu menginformasikan tentang elemen-elemen seperti titik, garis, bidang, tekstur, dan warna (Phillips & Lupton, 2015, 13-14),

2.1.1.1 Titik

Titik adalah suatu benda yang menandai sebuah posisi dalam sebuah ruangan. Dalam istilah geometris, sebuah titik adalah sebuah pasangan koordinat x dan y tanpa adanya *mass*. Melalui skala, posisi, dan relasinya terhadap sekitarnya, sebuah titik dapat menjadi sebuah titik fokus atau menghilang dalam keramaian (Phillips & Lupton, 2015, 57).

2.1.1.2 Garis

Serangkaian titik yang tidak terbatas akan membuat sebuah garis. Sebuah garis memiliki panjang, namun tidak memiliki lebar. Garis juga merupakan sebuah koneksi antara 2 titik. Ketebalan, tekstur, dan jalur dari tanda tersebut dapat menentukan kehadiran

visualnya. Garis tersebut dapat berbentuk lurus, melengkung, berkelanjutan ataupun tidak (Phillips & Lupton, 2015, 61).



Gambar 2.1 Ilustrasi Garis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/9570217950928991/>

2.1.1.3 Bidang

Sebuah permukaan datar yang memanjang dalam tinggi dan lebarnya disebut bidang, atau bentuk. Bentuk adalah sebuah jalur garis yang menutup sehingga membuat sebuah bentuk. Sebuah bentuk dapat menjadi padat atau berlubang, buram atau transparan, ataupun bertekstur atau halus (Phillips & Lupton, 2015, 64).

2.1.1.4 Volume dan Ruang

Sebuah objek yang berada ada ruang 3 dimensi memiliki volume. Hal tersebut membuat objek mempunyai panjang, lebar, dan tinggi. Volume dalam desain biasanya direpresentasikan melalui konvensi grafik (Phillips & Lupton, 2015, 85).

2.1.1.5 Warna

Warna dapat mengangkuat perasaan, mendeskripsikan sebuah realita, atau memberi sebuah informasi. Warna dapat dipakai untuk menekankan suatu hal, seperti rambu lalu lintas, atau membuat

sesuatu menghilang. Tidak hanya itu, warna dapat membedakan dan menyambungkan, menyorot dan menyembunyikan sesuatu. (Phillips & Lupton, 2015, 146). Setiap negara dan budaya memiliki konotasi warna tersendiri. Warna merah memiliki arti keberuntungan dalam budaya Tionghoa (Okafor, 2020) namun warna tersebut memiliki arti erotis di Eropa dan Amerika Serikat (Phillips & Lupton, 2015, 187).

1) Colour Theory

Isaac Newton menemukan bahwa cahaya berwarna putih dapat berpecah menjadi 7 warna. Hal ini menunjukkan bahwa objek tidak mempunyai warna, namun mereka hanya memancarkan cahaya. Objek berwarna merah menyerap semua gelombang cahaya berwarna kecuali gelombang cahaya merah. Hal ini juga menjadi sebuah fakta bagi desainer bahwa saat pencahayaan berubah, warna pun akan berubah (Pentak & Lauer, 2016, 256).

Dalam buku '*Design Basics*' oleh Stephen Pentak dan David A. Lauer, warna memiliki 3 properti: *hue*, *value*, dan *intensity*.

A. Hue

Nama dari sebuah warna adalah *hue*. Warna merah, kuning, dan biru adalah *hue*. Walaupun kata 'warna' dan '*hue*' adalah sinonim, terdapat sebuah perbedaan dari mereka berdua. Kata '*hue*' mendeskripsikan berbagai sensasi visual dari spektrum warna. *Hue* juga dapat digunakan untuk memproduksi berbagai macam warna. Walaupun terdapat catatan bahwa seleksi *hue* sangat minim, namun terdapat berbagai warna yang tak terhingga. Salah satu contoh adalah *hue* kuning. Dari *hue* tersebut, seorang desainer bisa mendapatkan warna *butter*, *sun*, *corn*, dan *vanilla* (Pentak & Lauer, 2016, 260).

Colour Wheel merupakan salah satu cara mengorganisasikan relasi warna terhadap sesama yang paling sering digunakan.

Sistem tersebut tercatat sudah digunakan pada abad awal ke-18. *Colour* terbaru yang digunakan oleh semua orang sekarang dirancang oleh Johannes Itten di abad ke-20 (Pentak & Lauer, 2016, 260).

Terdapat 3 warna primer: merah, biru, dan kuning. Dari ketiga warna tersebut, seseorang dapat mencampurkan 2 warna primer untuk mendapati warna sekunder. Warna merah dan biru menghasilkan ungu, warna biru dan kuning menghasilkan hijau, dan warna kuning dan merah menghasilkan oren. Warna sekunder tersebut kemudian dapat dicampurkan dengan warna primer untuk menghasilkan warna tertiar (Pentak & Lauer, 2016, 260).

B. *Value*

Terang dan gelap dari sebuah *hue* disebut *value*. Dalam sebuah pigmen, jika seseorang menambahkan warna putih ataupun gelap, hal tersebut dapat menggantikan *value* dari pigmen tersebut. Menerangkan warna dengan warna putih menghasilkan *tint*, atau warna dengan *value* yang tinggi. Menggelapkan warna dengan warna hitam akan menghasilkan *shade*, atau warna dengan *value* yang rendah. Warna yang terdapat pada *colour wheel* berada pada *value* normal mereka. *Value* normal tersebut adalah warna yang murni, yang tidak dicampur-aduk (Pentak & Lauer, 2016, 262).

Setiap warna memiliki jumlah *tint* dan *shade* yang berbeda. Ketimbang dengan warna biru, warna kuning memiliki *shade* yang lebih banyak. Hal ini disebabkan oleh warna kuning yang memiliki *value* yang tinggi. Begitu pula sebaliknya, warna biru memiliki *tint* yang lebih banyak karena warna tersebut memiliki *value* yang rendah. *Value* tersebut dapat dilihat jika

warna-warna tersebut dibandingkan dengan *grayscale* (Pentak & Lauer, 2016, 262).

C. *Intensity*

Terkadang disebut *chroma*, *intensity* adalah saturasi dari sebuah warna. Terdapat sebuah relasi antara *value* dan *intensity* karena sebuah warna akan berada pada *intensity* terpenuhnya saat warna tersebut murni dan tidak dicampur-aduk. Menambahkan warna putih atau hitam tidak hanya dapat merubah *value* suatu warna, namun *intensity* juga berubah (Pentak & Lauer, 2016, 264).

Terdapat dua cara untuk menurunkan *intensity* sebuah warna, yang pertama untuk menambahkan warna abu-abu. Tergantung cara yang digunakan, sebuah warna yang telah dicampurkan dengan warna abu-abu dapat menurunkan *intensity* warna tersebut tanpa menurunkan *value*. Cara kedua adalah untuk mencampurkan warna seberang dari sebuah warna yang terdapat pada *colour wheel*. Warna dengan *intensity* rendah disebut *tones* (Pentak & Lauer, 2016, 265).

2) Temperatur Warna



Gambar 2.2 Ilustrasi Warna Dingin

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/770256342538787349/>

Warna, secara literal, tidak memiliki temperatur. Seseorang tidak akan merasakan panas atau hangat ketika ia memegang suatu objek berwarna merah. Namun, seseorang dapat merasakan kesan hangat ketika melihat warna tersebut. Terdapat sebuah kasus yang menceritakan sekelompok karyawan di kantor berwarna biru yang mengeluh bahwa mereka menggigil dan sering pilek. Masalah tersebut diselesaikan tidak dengan menaikkan suhu kantor tersebut, namun dengan mewarnai ulang dinding tembok dengan *tones* warna coklat (Pentak & Lauer, 2016, 270).



Gambar 2.3 Ilustrasi Warna Hangat
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/2744449766791295/>

Warna kuning hingga merah-ungu dipersepsikan sebagai warna hangat, sedangkan warna kuning-hijau hingga ungu sebagai warna dingin. Namun, hal ini dapat berubah-ubah terkandung konteks desain. Seorang desainer dapat menggunakan warna hangat dan dingin untuk memperlihatkan efek *depth* dan *volume* (Pentak & Lauer, 2016, 271).



Gambar 2.4 Ilustrasi Gina Garavalia

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/699183910920710083/>

3) Skema Warna

Skema warna, atau *colour harmonies*, adalah relasi antar warna yang simpel. Skema tersebut dapat menjelaskan relasi tersebut dan sering muncul di alam. Namun, skema tersebut bukanlah formula kesuksesan desain. Terdapat 4 jenis skema warna, yakni *monochromatic*, *analogous*, *triadic*, dan *complementary* (Pentak & Lauer, 2016, 278-281).

A. *Monochromatic*

Skema warna *monochromatic* hanya menggunakan 1 *hue* yang memiliki variasi *value*. Warna hitam murni dan putih murni dapat dimasukkan ke dalam skema tersebut. Skema tersebut dalam menekan bentuk dan tekstur sebuah desain (Pentak & Lauer, 2016, 278).

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

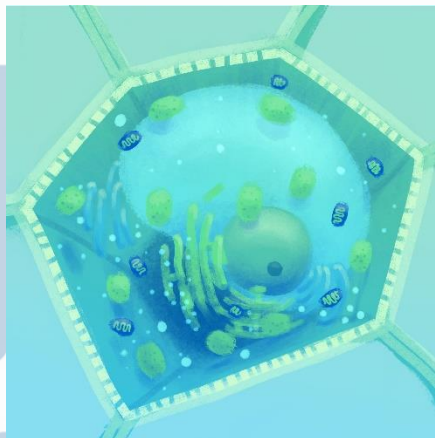


Gambar 2.5 Ilustrasi Monokromatik

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/698058011013432220/>

B. Analogous

Skema warna *analogous* menggunakan beberapa *hues* yang berdampingan di *colour wheel*. *Hues* tersebut juga dapat memiliki *values* yang bervariasi (Pentak & Lauer, 2016, 279). Salah satu contoh skema warna *analogous* adalah merah, merah-oren, dan oren.



Gambar 2.6 Ilustrasi Analogus Sel Tanaman

Sumber: <https://twitter.com/monkeyotoshi/status/1247891790335578120>

C. Triadic

Skema warna *triadic* menggunakan tiga *hues* yang memiliki jarak jauh yang sama antar sesama di *colour wheel*. Skema

warna *triadic* yang paling sering digunakan adalah warna merah, kuning, dan biru. Ketiga *hue* tersebut membentuk sebuah segitiga dan menyimbolkan sebuah keseimbangan. Hal ini dapat dilihat dari lukisan *Girl with a Pearl Earring* oleh Vermeer (Pentak & Lauer, 2016, 280).



Gambar 2.7 Ilustrasi *Triadic*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/731412795746752768/>

D. *Complementary*

Skema warna *complementary* menggabungkan warna-warna yang berseberangan dengan sesama di *colour wheel*. Contoh warna yang dapat digunakan dalam skema warna tersebut adalah warna ungu dan kuning. Skema warna *complementary* dapat menekan sensasi kontras dalam sebuah desain (Pentak & Lauer, 2016, 281).



Gambar 2.8 Ilustrasi *Complementary*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/359443614026305597/>

2.1.1.6 Tekstur

Tekstur dalam lingkungan dapat membantu untuk mengerti lebih dalam tentang sifat sebuah benda. Tekstur dari sebuah desain bisa dirasakan secara fisik maupun virtual. Secara fisik, tekstur melibatkan permukaan sebuah kertas atau objek yang dipakai saat pencetakan sekaligus penampilan dari permukaan tersebut. Tekstur fisik tersebut kemudian dapat berdampak kepada rasa yang dirasakan ketika seseorang meraba atau memegang hasil desain tersebut (Phillips & Lupton, 2015, 161).

2.1.1.7 Pola

Titik, garis, dan *grid* adalah tulang punggung dari berbagai desain yang tak terbatas. Dengan mengakomodasikan satu elemen dalam berbagai macam skema, seorang desainer dapat membuat berbagai variasi desain, dengan membangun hal yang kompleks yang meliputi sebuah inti yang logikal. Dari hal tersebut, desainer kemudian dapat membuat sebuah pola (Phillips & Lupton, 2015, 480).

Secara umum, pola adalah pengulangan dari sebuah motif desain. Pola merupakan cara yang dinamis untuk menangkap ketertarikan audiens. Walaupun sebuah desain memiliki pola yang

kecil, hal ini dapat memicu keingintahuan para audiens. Pola biasanya dimulai oleh sebuah bentuk yang mengulang. Kebanyakan pola desain yang sudah ada berbasis pada desain dari sebuah tanaman. Terdapat berbagai cara untuk membuat sebuah pola. *Tessellation*, atau *tiling*, merupakan salah satu cara pembuatan pola dengan menggeser, atau *translating*, pola tersebut pada sebuah axis. (Pentak & Lauer, 2016, 180–182).

2.1.1.8 Tipografi

Seseorang dapat mendeskripsikan tipografi sebagai alat komunikasi untuk sebuah bahasa. Tipografi bukan hanya sebuah elemen desain dengan huruf. Kini, media merubah persepsi masyarakat dalam melihat tipografi sebagai representasi visual sebuah bahasa. Hal ini juga menggantikan relasi desainer dan audiens (Hunt, 2020).

Tipografi merupakan sebuah praktik yang menggabungkan seni, keterampilan, dan kerajinan. Seorang desainer memerlukan keahlian dalam membuat komunikasi yang sesuai dan efektif, aspek estetika dalam kesenian, dan kerajinan dalam mengeksekusi. Ketiga praktik ini digunakan dalam membuat sebuah tipografi yang bagus. Selain praktik tersebut, kini, seorang desainer harus mempunyai pengetahuan sejarah, teknologi, visi, budaya dan psikologi (Hunt, 2020).

1) *Typeface*

Sekumpulan karakter dengan karakteristik visual yang konsisten dapat disebut sebuah *typeface*. Huruf, angka, simbol, dan tanda termasuk dalam *typeface* (Landa, 2013, 44).

a. *Anatomi typeface*

Alfabet latin memiliki berbagai bentuk dan proporsi. Variasi tersebut muncul dari jalur sejarah yang menyimpang,

perbedaan bahasa dan budaya, atau karena hasil dari alat yang dipakai. Walaupun *typeface* dari sebuah alfabet berbeda, namun mereka memiliki anatomi yang sama (Coles, 2012).

b. Klasifikasi *typeface*

Buku *Graphic Design Solutions* oleh Landa (2013), terdapat berbagai klasifikasi dari *typeface*. Namun, terdapat klasifikasi secara garis besar untuk *typeface*.

i. *Old Style/ Humanist*

Typeface Romawi. *Typeface* tersebut pertama kali muncul pada abad ke-15 yang turun dari karakter yang ditulis pakai pena (Landa, 2013, 47). Karakter pada *typeface* tersebut memiliki visual yang terlihat *calligraphic*, dengan sudut yang konsisten (Coles, 2012). Beberapa contoh dari *typeface* tersebut adalah Caslon, Garamond, dan Times New Roman.

ii. *Transitional*

Typeface serif yang pertama kali muncul di abad ke-18. Seperti namanya, *typeface* tersebut merupakan sebuah transisi dari gaya lama ke gaya modern (Landa, 2013, 47). Karakter dengan *typeface* tersebut memiliki visual yang sedikit kaligrafis, dengan berbagai macam sudut, dan memiliki kontras ketebalan sedang (Coles, 2012,). Beberapa contoh dari *typeface* tersebut adalah Baskerville, Century, dan ITC Zapf International.

iii. *Modern*

Typeface serif yang berasal dari akhir abad-18 ke awal abad-19. Bentuk dari *typeface* tersebut terlihat lebih geometris jika dibanding dengan gaya *typeface* jaman

dulu. Karakter dengan *typeface* tersebut memiliki kontras ketebalan yang tinggi, dan *stress* vertikal. Tidak hanya itu, dibanding dengan *typeface* romawi lainnya, *modern typeface* sangat simetris. Beberapa contoh *typeface* tersebut adalah Didot, Bodoni, dan Walbaum (Landa, 2013, 47).

iv. *Slab Serif*

Typeface serif. Berasal dari awal abad ke-19, karakter dengan *typeface* tersebut memiliki *slablike serifs*. *Slab serif* memiliki 2 sub kategori: *Egyptian* dan *Clarendon*. Beberapa contoh *typeface* tersebut adalah American Typewriter, Memphis, dan Clarendon (Landa, 2013, 47).

v. *Sans Serif*

Typeface tersebut pertama kali muncul di awal abad ke-19. *Sans-serif*, seperti namanya, adalah *typeface* yang tidak memiliki *serif* pada karakter-karakternya. *Typeface* tersebut memiliki beberapa sub kategori seperti Grotesque, Humanis, dan Geometric. Beberapa contoh *typeface* tersebut adalah Futura, Universal, dan Franklin Gothic, (Landa, 2013, 47).

vi. *Blackletter*

Typeface tersebut mengambil referensi dari bentuk alfabet pada abad pertengahan, abad ke-13 hingga ke-15. Nama lain untuk *typeface* tersebut adalah *Gothic*. Karakteristik dari *Blackletter* adalah goresan yang tebal dan karakter alfabet yang berdempetan yang memiliki kurva yang minim. Beberapa contoh *typeface* tersebut adalah Textura, Rotunda, dan Schwabacher (Landa, 2013, 47).

vii. *Script*

Typeface tersebut memiliki kemiripan dengan tulisan tangan manusia. Karakter dengan *typeface* tersebut biasanya miring dan terkadang sambung-menyambung. *Script typeface* dapat meniru goresan kuas, pena, pensil, ataupun spidol. Beberapa contoh *typeface* tersebut adalah Brush Script, Shelley Allegro Script, dan Snell Roundhand Script (Landa, 2013, 47).

viii. *Display*

Typeface biasa digunakan untuk judul atau pokok berita. Biasanya, typeface tersebut memiliki kesan dibuat tangan, didekorasi, dan lebih teliti. Mereka juga biasanya dapat masuk kedalam klasifikasi typeface lainnya (Landa, 2013, 47).

2) Hirarki Visual

Hirarki visual merupakan salah satu elemen dalam praktik tipografi. Seorang desainer dapat menggunakan ukuran, peletakan, warna, *white space* dan elemen visual lainnya untuk membantu mendirikan sebuah hirarki. Hal ini mengarah perhatian audiens untuk menavigasi sebuah desain. Dari hirarki tersebut, desainer dapat mengurutkan kepentingan dari teks-teks yang terdapat pada karya desain (Hunt, 2020).

a) Hirarki menggunakan peletakan

Karakter yang diletakan di posisi primer mendapatkan prioritas visual. Peletakan karakter di posisi atas dari sebuah desain mendapatkan perhatian khusus oleh audiens. Semakin peletakannya di atas sebuah desain, semakin bagus. Sebuah statistika juga menyatakan bahwa, jika peletakan horizontal dipandang, masyarakat lebih memilih bagian kanan dari

sebuah area yang terlihat dibanding dengan yang kiri (Saltz, 2019, 62).

b) Hierarki menggunakan skala

Skala merupakan salah indikator penting dari hirarki. Sebuah perubahan dalam ukuran karakter akan membuat perbedaan yang besar. Namun, saat dipandu dengan tekstur, gambar, atau *typeface* lainnya, seorang desainer harus memperhatikan *legibility* dari *typeface* tersebut (Saltz, 2019, 64).

c) Hirarki menggunakan *weight*

Karakter yang memiliki *weight* yang lebih besar akan lebih dipandang. Hal ini menunjukkan keberadaan yang kuat dari karakter tersebut. Namun, *weight* dan skala saling bertolak belakang. Walaupun terdapat sebuah karakter yang memiliki bobot yang besar di sebuah desain, seorang desainer harus memperhatikan karakter lain yang memiliki skala yang lebih besar (Saltz, 2019, 66).

d) Hirarki menggunakan warna

Warna yang kuat akan menonjolkan sebuah karakter. Warna hitam dan putih memberikan kontras yang tinggi. Namun, sebuah teks yang diberi warna akan terlihat mengesankan dalam hirarki elemen-elemen desain (Saltz, 2019, 68).

e) Hirarki menggunakan kontras

Sebuah latar depan akan terpisah dengan latar belakang jika memiliki kontras yang besar. Salah satu cara untuk membuat sebuah kontras adalah untuk mempermainkan warna. Namun, seorang desainer dapat menggunakan *outline*, bayangan, atau kombinasi antara dua efek tersebut untuk membuat sebuah kontras. Hal tersebut dapat mempermudah seorang desainer

ketika latar belakang di sebuah desain sangat kompleks (Saltz, 2019, 70).

f) Hirarki menggunakan orientasi

Dengan menyimpang dari *baseline*, seorang desainer dapat mengimplementasikan pergerakan dan dinamika dalam karakter. Hal ini akan membuat karakter menonjol. Namun, seorang desainer tidak boleh merotasi sebuah teks dengan sesuka hati. Teknik tersebut juga bukan substitusi untuk desain yang baik (Saltz, 2019, 72).

g) Hirarki menggunakan SFX

Software desain seperti Adobe Photoshop memiliki banyak efek yang dapat digunakan oleh desainer. Terkadang, seseorang akan tergoda untuk menggunakan berbagai efek untuk sebuah desain. Cara tersebut akan menghasilkan desain yang kurang optimum untuk desain. Namun, jika seorang desainer telah merencanakan pemakaian efek secara detil, hasil desain akan terasa mengesankan (Saltz, 2019, 74).

3) Mendesain dengan Tipografi

Sebuah *type* yang dipakai harus dievaluasikan oleh desainer. Evaluasi tersebut berbasis pada kriteria estetika bentuk, proporsi, dan keseimbangan. Sebuah *type* harus bisa dibaca oleh audiens. Tidak hanya itu, seorang desainer harus mengingat untuk menerapkan margin (Landa, 2013). Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan ketika memilih tipografi:

a) *Readability* dan *Legibility*

Sebuah teks yang gampang dibaca, tanpa membuat audiens frustrasi, memiliki *readability* yang bagus. Pemilihan *typeface*, ukuran, *spacing*, margin, warna, dan kertas adalah langkah-

langkah untuk menghasilkan *readability*. Teks yang memiliki *legibility* yang bagus memastikan audiens dapat mengenal sebuah alfabet dalam sebuah *typeface* (Landa, 2013).

b) Estetika dan Dampak

Penggunaan *typeface* untuk nilai estetika sangat penting karena hal tersebut dapat berdampak pada proses pencetakan. Setiap karakteristik dari sebuah *typeface* berkontribusi pada cara penyampaian kepada audiens. Maka dari itu, seorang desainer harus mengevaluasi setiap *typeface* yang digunakan mulai dari proporsi, keseimbangan, bentuk, dan relasi bentuk antar alfabet (Landa, 2013).

c) Integrasi dengan gambar

Setiap karakteristik dari sebuah *typeface* yang digunakan harus dapat berintegrasi dengan gambar yang digunakan dalam sebuah desain yang sama. Landa (2013), membuat sebuah daftar pertanyaan yang dapat digunakan oleh seorang desainer untuk membantu hal tersebut.

2.1.2 Prinsip Desain

Elemen desain tersebut kemudian diorganisasikan oleh prinsip desain seperti skala, kontras, pergerakan, ritme, dan keseimbangan (Phillips & Lupton, 2015, 14). Prinsip-prinsip tersebut saling bergantung dengan sesama. Keseimbangan membantu untuk menstabilkan komposisi. Emfasis kemudian membantu untuk menata hierarki. Ritme juga membantu untuk membuat sebuah aliran dalam seluruh desain (Landa, 2013, 29).

2.1.2.1 Keseimbangan

Keseimbangan visual dapat dicapai ketika berat dari satu atau lebih elemen didistribusikan secara rata atau proporsional di sebuah ruang. Desain yang simetris, desain yang memiliki setidaknya dua

elemen yang berkesinambung oleh sebuah axis. Namun, untuk mencapai keseimbangan, seorang desainer tidak perlu membuat desain yang simetris. Ukuran yang kontras, tekstur, *value*, warna, dan bentuk dapat menekan *weight* sebuah objek yang kemudian dapat digunakan untuk mencapai sebuah keseimbangan (Phillips & Lupton, 2015, 106).

Terkadang, seorang desainer akan menggunakan ketidakseimbangan untuk membuat sebuah ketegangan. Hal ini bergantung pada topik atau pesan yang ingin diangkat oleh seorang desainer. Jika desainer tersebut ingin mengangkat kesan tidak nyaman atau gelisah pada audiens, mereka dapat menggunakan ketidakseimbangan tersebut. Tidak hanya itu, teknik tersebut juga dapat menekan sebuah narasi dramatis (Pentak & Lauer, 2016, 90).

Terdapat 2 jenis keseimbangan: *symmetrical balance* dan *asymmetrical balance* (Pentak & Lauer, 2016, 92-108).

1) *Symmetrical balance*

Keseimbangan yang paling gampang untuk diraih adalah keseimbangan yang simetris, atau yang bisa disebut *bilateral symmetry*. Untuk meraih keseimbangan ini, seorang desainer hanya perlu meletakkan elemen desain di posisi yang sama di kedua sisi axis vertikal (Pentak & Lauer, 2016, 92).

Suatu hal yang simetris memiliki konotasi erat dengan kecantikan. Lintas budaya, seseorang yang memiliki muka yang simetris dicap cantik. Hal ini tidak dipengaruhi etnis atau ras seseorang. Walaupun menciptakan sebuah keseimbangan, suatu desain yang terus-menerus menggunakan simetris akan terlihat statik. Dalam arsitektur, hal ini sangat diinginkan. Hal ini dapat menyimbolkan kehormatan dan kekuasaan (Pentak & Lauer, 2016, 92).



Gambar 2.9 Ilustrasi dengan *Symmetrical Balance*
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/299841287701230297/>

2) *Asymmetrical balance*

Keseimbangan asimetris diraih dengan menggunakan elemen-elemen berbeda yang memiliki ketertarikan visual yang setara. “Which weighs more, a kilogram of feathers or a kilogram of steel?” merupakan sebuah pertanyaan yang paling mewakili esensi keseimbangan asimetris. Keseimbangan tersebut juga dijuluki *informal balance* (Pentak & Lauer, 2016, 96).

Walaupun keseimbangan asimetris terlihat kasual dan tidak direncanakan, namun sebenarnya keseimbangan tersebut lebih rumit untuk diraih. Seorang desainer dapat meraih keseimbangan asimetris dengan menggunakan warna dan *value*, tekstur dan pola, dan posisi dan arah mata (Pentak & Lauer, 2016, 97-102).

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



Gambar 2. 10 Ilustrasi dengan *Asymmetrical Balance*
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/595882594463623255/>

3) *Radial balance*

Keseimbangan tersebut memperlihatkan sebuah elemen yang melingkari sebuah titik. Salah satu objek dengan keseimbangan tersebut adalah matahari. Keseimbangan radial tidak jauh beda dari keseimbangan simetris dan asimetris. Arsitektur sering memakai keseimbangan tersebut untuk bangunan. Hal ini dapat dilihat dari *Roman Pantheon*. Keseimbangan tersebut menekan titik tengah sebagai tempat budaya (Pentak & Lauer, 2016, 106).

4) *Crystallographic balance*

Teknik tersebut merupakan penyempurnaan khusus dari keseimbangan simetris. Untuk meraih keseimbangan tersebut, seorang desainer meletakkan penekanan yang setara di seluruh karya. Pengulangan elemen dengan kualitas yang sama di seluruh karya menciptakan kesan yang berbeda dari keseimbangan simetris (Pentak & Lauer, 2016, 108).

2.1.2.2 Ritme

Seperti ritme dalam lagu, desain juga memiliki sebuah ritme. Ritme tersebut adalah pola yang kuat, *regular*, dan berulang (Phillips

& Lupton, 2015, 107). Ritme membantu untuk mengarahkan perhatian audiens untuk melihat sebuah desain. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi ritme seperti warna, tekstur, relasi antar elemen desain, penekanan, dan keseimbangan (Landa, 2013, 35).

2.1.2.3 Kesatuan

Unity, atau kesatuan, merupakan sebuah kontinuitas antar elemen-elemen di sebuah desain. Hal ini membuat para elemen terlihat menyatu dengan yang lain. Terminologi lain untuk hal tersebut adalah *harmony*. Kesatuan tersebut dapat dilihat dari lukisan *Paint Cans* oleh Wayne Thiebaud (1990). Bentuk oval pada kaleng cat yang mengulang menghasilkan sebuah kesatuan. Tidak hanya itu, warna abu-abu yang bervariasi juga memberi kesan kesatuan (Pentak & Lauer, 2016, 28).

Penggunaan media dan alat yang sesuai dapat menghasilkan sebuah kesatuan. Terkadang, elemen-elemen dalam sebuah desain dapat dengan secara alami menghasilkan sebuah kesatuan. Cara seorang desainer membuat kesatuan akan mencerminkan kemampuannya untuk membuat pola dengan berbagai elemen yang menyatu dengan sesama. Hal ini karena sebuah komposisi, terminologi lain untuk desain, bukanlah sekumpulan elemen-elemen yang dituangkan secara berantakan dalam sebuah kanvas (Pentak & Lauer, 2016, 29).

Sebuah aspek penting dari sebuah kesatuan adalah kesatuan tersebut harus mendominasi sebuah desain. Seseorang harus pertama bisa melihat pola dari sebuah desain dengan keseluruhan. Setelah itu, barulah dia boleh melihat elemen-elemen individual dalam desain tersebut. Setiap elemen harus memberi kesan dan makna untuk menambahkan kesan kesatuan tersebut. Prinsip desain inilah yang

membedakan desain dengan sebuah halaman dalam sebuah *scrapbook* (Pentak & Lauer, 2016, 30)

Seorang desainer dapat menggunakan berbagai teknik untuk meraih kesatuan. Terdapat tiga teknik yang sering digunakan untuk meraih prinsip tersebut: *proximity*, *repetition*, dan *continuation*.

1) *Proximity*

Teknik yang terkenal gampang untuk dieksekusi. Seorang desain hanya perlu membuat elemen yang berbeda terlihat seakan mereka memiliki relasi antar sesama. Tanpa *proximity*, seorang desainer harus *brainstorm* lebih lanjut untuk mencari metode lain untuk mencari sebuah kesatuan (Pentak & Lauer, 2016, 34).

2) *Repetition*

Teknik lain yang paling sering digunakan untuk meraih kesatuan adalah *repetition*, atau repetisi. Elemen yang dapat dibuat mengulang menyangkut berbagai hal: warna, bentuk, tekstur, arah, atau sudut. Teknik tersebut tidak hanya untuk bentuk-bentuk geometris (Pentak & Lauer, 2016, 36).

3) *Continuation*

Teknik ketiga untuk meraih kesatuan. Dibanding dengan teknik sebelumnya, seorang desainer dapat membuat sebuah kesatuan dengan alami. Seperti nama tekniknya, seorang desainer dapat menggunakan garis, ujung, atau sebuah arahan dari objek satu ke lainnya. Hal ini membawa pandangan mata audiens untuk melihat semua elemen secara beraturan (Pentak & Lauer, 2016, 38).

Untuk menggunakan teknik tersebut, desainer dapat menggunakan sebuah *grid* untuk membantunya. *Grid* tersebut juga dapat membantu meraih sebuah kesatuan dalam konten desain. Kesatuan tersebut dapat dilihat dari margin dan spasi antar konten yang

sama. Hal ini dapat membuat sebuah desain terlihat statik. Namun, sebenarnya, seorang desainer dapat membuat berbagai variasi *layout* dari sebuah *grid* yang terlihat biasa saja (Pentak & Lauer, 2016, 40-41).

2.1.2.4 Emfasis dan *Focal Point*

Dengan banyaknya media yang dikonsumsi audiens, seorang desainer akan memiliki kesusahan untuk membuat karyanya menonjol. Tanpa audiens, sebuah karya akan kehilangan makna artistik dan estetika. Maka dari itu, seorang desainer harus menggunakan emfasis atau *focal point*. Sebuah elemen yang ditonjolkan dapat memikat audiens untuk melihat sebuah desain lebih dalam (Pentak & Lauer, 2016, 56).

Menurut buku *Design Basics*, terdapat 3 cara untuk meraih emfasis: *contrast*, *isolation*, dan *placement*.

1) Emphasis by contrast

Sebuah *focal point* dapat dihasilkan dengan membuat sebuah elemen berbeda dengan elemen-elemen lainnya. Hal yang merusak sebuah pola akan otomatis menarik perhatian audiens. Membedakan warna, pola, atau ketajaman adalah beberapa cara untuk membuat sebuah kontras dalam desain (Pentak & Lauer, 2016, 58).



Gambar 2.11 *Emphasis by Contrast*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/310678074306110579/>

2) *Emphasis by isolation*

Dengan mengisolasi sebuah elemen, seorang desainer dapat membuat elemen tersebut menonjol, walaupun elemen tersebut tidak berkontras dengan elemen lainnya. Untuk mengisolasi, suatu elemen tidak harus diletakan di tengah karya. Namun, jika titik fokus berada pada diujung desain, audiens bisa melewatkannya (Pentak & Lauer, 2016, 60-61).



Gambar 2.12 *Emphasis by Isolation*

Sumber: <https://www.pinterest.es/pin/761108405768663869/>

3) *Emphasis by placement*

Meletakkan sebuah elemen di tengah sebuah komposisi dapat membuatnya menjadi titik fokus dari desain tersebut. Namun, peletakan tersebut sering dikritik sebagai cara yang statik dan biasa. Salah satu objek yang menggunakan peletakan tersebut adalah papan panah. Titik fokus papan panah berada di tengah.



Gambar 2.13 *Emphasis by Placement*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/832532681125082319/>

2.1.2.5 Skala

Secara objektif, skala merupakan dimensi sebuah objek fisik atau korelasi antara sebuah representasi dan barang yang direpresentasikan. Secara subjektif, skala merupakan kesan seseorang tentang ukuran sebuah objek. Elemen dalam sebuah desain yang memiliki ukuran yang merata terkadang memberi kesan yang membosankan dan statik. (Phillips & Lupton, 2015, 133).

Sebuah elemen desain dapat terlihat menjadi besar atau kecil tergantung ukuran, peletakan, dan warna elemen disekitarnya. Sebuah desain yang memiliki elemen-elemen dengan ukuran yang sama akan terasa hampa. Sedangkan, ketika seorang desainer membuat skala

elemen-elemen desain dengan ukuran yang berbeda dapat memberi kesan pergerakan. Bidang yang kecil memberi kesan menyusut sedangkan bidang yang besar memberi kesan maju (Phillips & Lupton, 2015, 135).

2.2 Social Anxiety Disorder

Anxiety Disorders merupakan penyakit mental yang paling sering dijumpai. Menurut Eren (2020), penyakit mental tersebut dibagi menjadi 9 jenis, *separation anxiety disorder, selective mutism, panic disorder, agoraphobia, generalized anxiety disorder, specific phobia, anxiety disorder* yang berkorelasi dengan kondisi medikal lainnya, dan *social anxiety disorder*.

Orang yang mengidap *Social Anxiety Disorder* (SAD) akan gemetar dan keringatan, merasa bingung, pusing, dan jantung mereka akan berdebar-debar, yang kemudian akan berujung kepada *panic attack* saat dia berada di situasi sosial. Mereka mempunyai pemikiran bahwa masyarakat sekitar akan menghakimi mereka. Maka dari itu, terkadang pengidap SAD akan menghindari berpartisipasi dalam aktivitas sosial, seperti makan dan minum di publik. Bahkan, laki-laki akan menghindari membuang air kecil di toilet publik (Nolen-Hoeksema, 2020, 121).

2.2.1 Penyebab Social Anxiety Disorder

SAD merupakan penyakit mental yang sering dijumpai. Penyakit mental tersebut biasanya akan muncul saat masa awal TK atau remaja awal, masa seseorang mulai *self-conscious* dan memikirkan opini orang tentang mereka. Sebanyak 90% dewasa pengidap SAD melaporkan bahwa pengalaman yang memalukan, seperti diisengin saat masa kecil mereka, berkontribusi kepada perkembangan penyakit mental mereka (Nolen-Hoeksema, 2020, 121).

Sebagian besar dari pengendap SAD memiliki simptom penyakit tersebut sebelum mereka menginjak umur 20 tahun. Pengendap SAD melaporkan bahwa simptom tersebut mulai di masa kecil mereka. SAD sendiri merupakan penyakit kronik yang mengidap pada seseorang 6 bulan

atau lebih. Namun, sebagian besar dari pengendap SAD tidak akan mencari pertolongan karena mereka berpikir bahwa SAD tersebut merupakan salah satu dari kepribadian mereka (National Library of Medicine, 2022).

2.2.2 Dampak *Social Anxiety Disorder*

Seseorang yang mengidap SAD akan memiliki kesusahan dalam sekolah. Hal ini membuat mereka tidak dapat mengeluarkan potensi penuh mereka dalam meraih pendidikan (Vilaplana-Pérez A et al, 2021). Mereka juga memiliki standar yang tinggi ketika mereka melakukan performa sosial. Salah satu standar tersebut adalah mereka percaya bahwa mereka harus disukai oleh semua orang. Terkadang, pengendap SAD akan lebih fokus kepada aspek-aspek negatif dari interaksi sosial. Tidak hanya itu, mereka akan menyadari *social cues* yang memiliki potensi negatif, dan salah menginterpretasikannya (Nolen-Hoeksema, 2020, 122).

Mereka sudah terbiasa dengan pemikiran ketika mereka merasa gelisah, hal tersebut mengartikan bahwa interaksi sosial yang sedang dijalankan tidak berjalan dengan baik. Maka dari itu, mereka akan melakukan perilaku *safety* untuk mengurangi rasa gelisah mereka. Perilaku tersebut meliputi menghindari kontak mata atau keseluruhan *social cues*, dan mengulangi latihan percakapan yang mereka akan utarakan kepada seseorang (Nolen-Hoeksema, 2020, 122).

2.2.3 Penanganan *Social Anxiety Disorder*

Cognitive-Behavioral Therapy (CBT) merupakan cara yang lumayan efektif untuk menangani SAD. Terapi tersebut menempatkan pengendap SAD di situasi sosial yang membuat mereka gelisah. Kemudian, terapis akan melakukan *role-play* tentang situasi sosial tersebut, menemani mereka di situasi sosial, dan memberi mereka PR untuk melakukan eksperimen yang menetapkan mereka dalam interaksi sosial. Dari hasil terapi tersebut, terapis dapat mengidentifikasi konotasi negatif pengendap SAD dan mengajarkan mereka cara menghilangkan konotasi tersebut (Nolen-Hoeksema, 2020, 122).

CBT untuk SAD dapat diadministrasikan dalam sebuah grup yang terdiri dari orang-orang pengendap SAD tersebut. Secara individu, mereka dapat latihan cara mereka berinteraksi sambil terapis mengajarkan mereka teknik-teknik untuk menenangkan kegelisahan mereka. Grup tersebut juga dapat membantu sesama untuk mengurangi segala pemikiran negatif tentang perilakunya di situasi sosial (Nolen-Hoeksema, 2020, 122).

2.2.4 Masyarakat dan Penyakit Mental

Di Indonesia sendiri masih beredar stigma buruk tentang penyakit mental. Masyarakat masih mempercayai bahwa kesehatan mental memiliki korelasi dengan spiritual seseorang, sehingga mereka akan mencari bantuan kepada dukun, kyai, ataupun ustadz dibanding bantuan profesional. Hal tersebut sering dijumpai di negara-negara berkembang seperti Indonesia.

Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap penyakit mental kurang beredar sehingga muncul stigma-stigma buruk mengenai hal tersebut. Hal ini diperburuk karena penyakit mental merupakan penyakit yang tidak dapat dilihat dan dikenali oleh sebagian besar masyarakat. Menurut Thornicroft, Rose, Kassam, dan Sartorius (2007) stigma, secara lebih spesifik tumbuh karena ketidakpedulian yang kemudian menjadi prasangka, yang pada akhirnya bertumbuh menjadi diskriminasi (Kartikasari & Ariana, 2020).

Kelompok sosial yang biasa terkena stigma adalah mereka yang memiliki status sosial yang rendah dan kekuatan yang kecil di masyarakat. Mereka juga tidak dapat menghindari label negatif yang diberi masyarakat untuk mereka. Orang yang berada dalam kelompok stigma tersebut akan membentuk sebuah gambaran negatif tentang diri sendiri. Hal ini ditandai dengan menurunnya harga diri orang tersebut (Kartikasari & Ariana, 2020).

2.2.5 Hubungan Stigma dan Dewasa Awal

Orang-orang yang memasuki masa dewasa awal mereka memiliki resiko yang besar untuk terkena gangguan mental. Tahap tersebut merupakan tahap peralihan masa remaja yang masih bergantung kepada orangtua/ wali

mereka menuju masa dewasa yang independen. Masa dewasa tersebut dikenal sebagai masa yang penuh dengan kejutan dan tidak stabil (Kartikasari & Ariana, 2020).

Kartikasari dan Ariana melakukan sebuah analisis tentang hubungan antara literasi kesehatan mental, stigma diri terhadap intensi mencari bantuan pada dewasa awal pada bulan Mei 2019. Mereka menyebarkan kuesioner online dengan total responden 571 dewasa awal. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat sebuah hubungan yang negatif antar stigma dalam diri sendiri dengan intensi seseorang untuk mencari bantuan. Hal ini berkorelasi dengan niatan seseorang untuk mencari bantuan. Menurut mereka, mencari bantuan merupakan suatu bentuk inferioritas. Kecenderungan ini paling banyak ditemukan saat orang berunjuk dewasa awal karena di masa itu seseorang ingin menunjukkan bahwa mereka memiliki kontrol atas kehidupannya dan dapat berdiri sendiri. Hal ini mengakibatkan seorang dewasa awal, walaupun khawatir dengan kesehatan mentalnya, tidak memiliki niatan untuk mencari bantuan karena perasaan inferioritas atas dirinya (Kartikasari & Ariana, 2020).

2.3 Digital Storytelling

Cerita digital dari *Center of Digital Stories* (CDS) terbuat dari 7 bagian (Lambert, 2013, 37–38):

- 1) *Self Revelatory*. Ketika mendengar sebuah cerita, audiens dapat merasakan bahwa pencipta cerita mendapatkan wawasan yang baru. Hal ini dapat memberikan cerita sebuah kesan penemuan yang segar.
- 2) *Personal or First Person Voice*. Cerita yang diceritakan merupakan sebuah refleksi pribadi terhadap sebuah hal. Hal tersebut dapat membuat audiens merasakan emosi terhadap subyek yang sangat penting untuk pencipta cerita.
- 3) Cerita tersebut merupakan sebuah kejadian yang nyata dalam kehidupan pencipta cerita. Hal tersebut dapat merangkup sebuah deskripsi tentang sebuah

momen kecil. Sekecil apapun momen tersebut, akan tetap terdapat sebuah adegan dalam hal tersebut.

- 4) Foto. Foto yang diam dapat membuat sebuah *visual pace* yang menenangkan kepada audiens. Walaupun begitu, terdapat banyak cerita yang menggunakan foto yang bergerak.
- 5) *Soundtrack*. Musik dapat menghasut emosi seseorang. Sebuah cerita akan biasanya menggunakan sebuah *soundtrack* atau *ambient sound* untuk menambahkan dampak dan arti dari sebuah cerita.
- 6) *Length and Design*. Sebuah cerita digital dilihat sebagai cerita yang memiliki durasi dibawah 5 menit, yang kemudian menjadi 2 hingga 3 menit. Durasi tersebut memiliki fungsi yang penting dalam era internet. Selain itu, editan dari sebuah video dilakukan seminimalis mungkin. Hal ini dapat memberikan penekanan yang lebih baik.
- 7) Tujuan. Tujuan dari cerita yang dibawa oleh CDS merupakan sebuah ekspresi diri dan wawasan pribadi. Hasil akhir cerita tersebut dapat memberikan dampak atau audiens yang besar.

2.3.1 Jenis-jenis Cerita

Dalam sebuah kehidupan seseorang, ia pasti akan menceritakan berbagai hal. Terdapat berbagai macam cerita yang dapat seorang beri. Cerita tersebut kemudian dapat dikembangkan menjadi sebuah bentuk multimedia yang dapat didengar oleh banyak orang (Lambert, 2013, 19–22).

- 1) Cerita tentang seorang yang penting

Seseorang dapat menceritakan tentang watak yang dimiliki diri sendiri. Cara ia ingin dikenali, inspirasi seseorang, bahkan relasi yang dimiliki olehnya. Tidak hanya itu, cerita dapat mengabadikan seseorang yang sudah meninggal. Walau cerita tersebut terkadang merupakan cerita yang susah untuk diungkapkan orang, namun hasil yang diberikan oleh ceritanya akan berdampak (Lambert, 2013, 19–20).

2) Cerita tentang sebuah kejadian dalam kehidupan seseorang

Dalam kehidupan seseorang pasti akan muncul berbagai kejadian. Kejadian-kejadian tersebut dapat merangkup sebuah petualangan atau pencapaian yang ia dapat. Semua orang memiliki banyak cerita petualangan yang bagus, namun cerita-cerita tersebut tidak gampang untuk dijadikan sebuah hasil multimedia yang efektif. Berbeda dengan cerita tentang pencapaian seseorang. Hal ini karena cerita-cerita tersebut dapat masuk ke dalam struktur cerita, yaitu keinginan – perjuangan – realisasi (Lambert, 2013, 20).

3) Cerita tentang sebuah tempat dalam kehidupan seseorang

Semua orang akan memiliki cerita tentang sebuah tempat dalam kehidupannya. Kampung halaman, sekolah, restoran, bahkan sebuah tanah kosong yang pada akhirnya ditancapkan plang ‘dijual’. Cerita-cerita tersebut dapat memberikan sebuah wawasan kepada tempat-tempat tersebut (Lambert, 2013, 20–21).

4) Cerita tentang pekerjaan seseorang

Pekerjaan seseorang akan membentuk cerita kehidupan mereka. Seluk-beluk sebuah pekerjaan, budaya dari setiap manusia yang berada dalam sebuah kantor, dan relasi seseorang terhadap pekerjaannya dalam membentuk sebuah cerita. Tidak hanya itu, dari cerita tersebut, seseorang dapat melihat identitas dan nilai yang sang pencerita pegang (Lambert, 2013, 21).

5) Cerita pribadi lainnya

Terdapat berbagai cerita pribadi lainnya yang dapat diceritakan oleh seseorang. Mayoritas orang suka sekali dengan cerita cinta seorang, cara mereka bertemu pertama kalinya dengan pasangan mereka, atau cerita tentang cinta antara keluarga. Terdapat juga cerita tentang penemuan dan *coming of age*. Cerita *coming of age* dapat menceritakan tentang bagian

dari kehidupan seseorang yang dapat mendefinisikan seseorang. Terakhir merupakan cerita tentang mimpi, mimpi seseorang untuk masa depannya, atau mimpinya saat ia sudah tertidur lelap (Lambert, 2013, 21–22).

2.3.2 Pendekatan Proses Produksi dalam *Digital Storytelling*

Menurut buku *Digital Storytelling* oleh Lambert (2013). terdapat beberapa pendekatan yang dapat dilakukan untuk membuat sebuah *Digital Storytelling*:

1) Animasi dan *Digital Storytelling*

Sebuah cerita dapat dibuat dengan menggabungkan suara narator, beberapa foto yang diam berdiri, dan animasi *flash*. Hal tersebut adalah langkah-langkah yang diambil oleh Dorelle Rabinowitz dan Kimberly Mercado ketika membuat OurStories. Mereka kemudian mengumpulkan cerita-cerita melalui email, yang kemudian dilanjutkan dengan proses edit (Lambert, 2013, 46–47).

2) *Photovoice*

Terdapat sebuah relasi antara pergerakan *Photovoice* dan *Digital Storytelling*. Relasi tersebut mencakup perspektif literasi dan edukasi yang dapat mendorong seseorang untuk mendokumentasikan pengalaman mereka. Walaupun penulisan cerita bukan merupakan pusat dari video pendek tersebut, namun penekanan dalam *narrative photography* dapat menghasilkan dampak yang berdampak (Lambert, 2013, 47).

3) *Youth Media* dan *Community Video Pedagogy*

Sebuah gabungan dari metode yang dirancang oleh artis yang kuat dapat mengarah pada praktik fasilitasi. Hal ini dapat menghasilkan sebuah komitmen yang dipegang oleh semua orang untuk pergerakan yang masuk ke dalam rana politik. Beberapa cerita yang dibuat menyangkut subjek sosial dan politik dari komunitas dari sang pencerita (Lambert, 2013, 47–48).

4) *Audio Storytelling*

Proses berbasis audio dan radio telah menginspirasi sebuah generasi baru artis audio *digital storytelling* di Amerika Serikat. Dari dunia pertunjukan, terdapat sebuah pergerakan hip-hop dan *slam poetry*, *performance poetry*, dan pertunjukan *spoken word* yang telah menjadi proyek audio dan multimedia. Hal-hal tersebut berdampak pada cara orang mengekspresikan dirinya dan *storytelling* (Lambert, 2013, 48).

5) *Oral History/ Ethnography/ Local History*

Pajangan di museum, serta proyek media digital lainnya yang tak terhitung jumlahnya telah berevolusi. Dari dorongan untuk mengabadikan kenangan hidup leluhur sebagai tokoh sejarah, mereka telah terikat erat dengan *digital storytelling*. Namun, fokus terhadap sumber utama membuat sejarah sangat bergantung kepada detail-detail yang diungkapkan dari pengalaman dalam hasil wawancara (Lambert, 2013, 49).

6) *Mobile and Transmedia Storytelling*

Penggunaan gawai dalam bercerita dan relasinya dengan platform media dapat mengikat audiens dalam berbagai cara dengan konten-konten dengan topik yang sama. Lance Weiler membuat beberapa proyek yang memiliki komponen film yang dapat dilihat di cinema ataupun online. Tidak hanya itu, ia juga membuat sebuah web interaktif, komponen game, komponen berbasis tempat, dan aktivitas seni analog. Hal tersebut membuat audiens rela untuk membantu karakter fiksi dalam transmedia tersebut (Lambert, 2013, 49).

2.4 Visual Novel

Visual novel merupakan salah satu genre *choice-based game*. Game tersebut memiliki karakteristik dari sebuah novel. Fitur yang sering ada dalam sebuah visual novel adalah aset yang terbatas, seperti *character art*, *background art*, musik, dan

efek suara. Tidak hanya itu, visual novel memiliki alur cerita yang bercabang (Finley, 2023).

2.4.1 Genre Visual Novel

Terdapat berbagai *genre* visual novel, mulai dari *kinetic* visual novel sampai *dating sims*. Setiap *genre* memiliki topik, keunggulan dan kontra masing-masing, serta target audiens yang terkhususnya. Beberapa *genre* visual novel melingkupi (Finley, 2023, 15–22):

1) *Kinetic Visual Novel*

Visual novel kinetik memiliki bentuk yang berbeda dengan visual novel lainnya. Mereka tidak memiliki cabang atau *choices* yang dapat dipilih oleh *user*. Visual novel tersebut hanya memiliki 1 alur *linear*. Namun, mereka tetap memiliki 2 karakteristik dari sebuah visual novel yaitu, visual dan audio. Beberapa contoh adalah *Higurashi When They Cry*(2007), *Highway Blossoms*(2016), dan *The Fountain*(2018) (Finley, 2023, 15).

2) *Hybrid Visual Novel*

Terdapat beberapa *game* yang menggunakan metode *story-delivering*. Game tersebut memiliki fitur visual novel yang tradisional seperti *character sprites* yang melihat *user* saat berdialog, kotak teks, narasi, pilihan untuk *user*, dan naratif yang bercabang. Fitur-fitur *storytelling* tersebut dirangkup dalam beberapa *genre* lain seperti *action adventure*, *strategy RPG*, dan *simulation*. Beberapa contoh dari *genre* tersebut melingkupi *Persona*(1996–), *Ace Attorney* (2001–), *The Nonary Games*(2009–2016), dan *Pyre*(2017) (Finley, 2023, 16).

3) *Romance*

Kebanyakan dari visual novel berfokus pada *romance*, atau visual novel tersebut akan memiliki elemen *romance* dan rute karakter. Dalam tahun-tahun terakhir, terdapat banyak visual novel dengan *genre romance* di

mobile. Untuk genre tersebut, mereka memiliki audiens yang spesifik yang akan memainkan game visual novel tersebut (Finley, 2023, 16).

a) *Otome*

Visual *novel otome* adalah game yang memfiturkan protagonist perempuan dengan *love interests* laki-laki, dengan perempuan muda sebagai target audiens di Jepang. Di barat, game *otome* memiliki perempuan dan orang *queer* sebagai target audiens. *Player* kemudian dapat memiliki gender dari karakter dan juga *pronoun*-nya. Beberapa contoh dari visual novel *otomze* melingkupi *Mystic Messenger*(2016–), *longStory: Choose Your Date*(2014–), dan *Hatoful Boyfriend: A School of Hope and White Wings*(2014) (Finley 2023,16–17).

b) *Bishoujo*

Tujuan utama dalam visual novel *bishoujo* adalah untuk berinteraksi dengan perempuan-perempuan yang terlihat seperti *anime* yang imut. Dalam beberapa skenario pada game tersebut, akan terdapat situasi yang sugestif, yang memiliki kesan romantic ataupun seksi. *Archetype* protagonis untuk game tersebut terkadang merupakan *faceless cipher* dan *love interest archetype* akan memasuki kategori *tsundere*, *yandere*, dan teman masa kecil. Beberapa contoh dari visual novel *bishoujo* melingkupi *Tokimeki Memorial*(1994), *Fate/stay night*(2004), dan *Doki Doki Literature Club*(2017) (Finley, 2023, 17).

c) *Boys' Love/ Yaoi*

Di Jepang, visual novel *yaoi* memfiturkan *romance gay* untuk target audiens perempuan. Namun, di barat, game tersebut berfokus kepada percintaan *male/male* secara umum. Protagonis dalam game tersebut adalah sebuah karakter laki-laki muda yang tampan yang sedang mencari *love interest*; *romance* yang ditunjukkan sebagai cinta murni yang idealis dan dinamika relasi yang tidak terikat oleh norma sosial.

Tidak seperti game *bishoujo*, protagonis dalam game tersebut merupakan karakter yang *fleshed-out*, dan game tersebut biasa memiliki *rating* PG atau eksplisit. Beberapa contoh dari visual novel *yaoi* adalah *DRAMAtical Murder*(2012), *Dream Daddy: A Dad Dating Simulator*(2017), dan *Chess of Blades*(2017) (Finley, 2023, 17–18).

d) *Yuri*

Visual novel *yuri* memfiturkan percintaan lesbian. *Yuri* memiliki akar dari *anime* dan *manga*, dengan target audiens *queer women*. Cerita dari visual novel *yuri* berfokus kepada hubungan inti antara dua perempuan muda. Hal tersebut tidak hanya melingkupi percintaan, namun juga menjelaskan tentang norma sosial. Salah satu contoh dari visual novel *yuri* adalah *Analogue: A Hate Story*(2012) (Finley, 2023, 18).

e) *Bara*

Visual novel *bara* adalah game *gay romance* untuk audiens laki-laki yang *gay*. Kebanyakan dari game tersebut dibuat oleh *queer men*. Namun, game *bara* berbeda dengan *yaoi*, karena game *bara* berfokus kepada “*muscle love*” dan karakter tidak memasuki dalam peran *seme* dan *uke*. Menurut ide barat, hal ini sesuai dengan ide ‘beruang’ dalam komunitas *gay*. Beberapa contoh visual novel *bara* melingkupi *Coming Out on Top*(2014), *Let’s Meat Adam*(2017), dan *Alpha Hole Prison*(2021) (Finley, 2023, 19).

4) *Stat Raising*

Dalam visual novel tersebut, terdapat elemen *grinding* seperti mengunjungi sebuah tempat berulang kali atau mengerjakan sebuah hal berulang kali untuk menaiki sebuah stat. Stat tersebut dapat turun ketika gagal dalam pemeriksaan stat. Setiap *choice* yang diberi oleh visual novel merupakan sebuah stat *check*. Jika stat yang dimiliki *player* tidak mencukupi, maka

player akan gagal dan salah satu dari stat mereka akan berkurang. Namun, elemen *grinding* tersebut, dengan repetisinya, dapat membosankan *player*.

5) *Dating Sims*

Walaupun *dating sims* merupakan *subgenre* dari game simulasi, namun beberapa dari mereka memiliki *storytelling* teknik dan estetika visual novel. *Players* akan kemudian harus meningkatkan *skill* untuk memikat *love interest* dan menjaga relasi yang baik dengannya. Terkadang, game tersebut memiliki mekanik *time management*. Beberapa contoh dari visual novel *dating sims* adalah *Sakura Wars franchise*(1996–), *My Horse Prince*(2016), *I Love Your, Colonel Sanders! A Finger Lickin' Good Dating Simulator*(2019) (Finley, 2023, 20–21).

6) *Mobile Visual Novel*

Games dalam aplikasi visual novel biasanya di-*publish* dalam *installments* yang biasa disebut sebagai “*chapters*” dan “*episodes*”. Namun, terdapat juga visual novel yang *standalone* yang mengharuskan pemain untuk membeli game tersebut untuk memainkannya. Pada visual novel tersebut tidak terdapat *premium choice* yang dapat dibeli melalui *microtransactions*. Visual novel *mobile* memiliki waktu yang lebih pendek untuk menyelesaikannya. Beberapa contoh dari visual novel *mobile* melingkupi *Episode App*(2014), *The Arcana: A Mystic Romance*(2016–), dan *Underworld Office*(2020) (Finley, 2023, 21–22).

2.4.2 Penulisan dalam Visual Novel

Tidak seperti game lain, visual novel dan beberapa *choice-based games* menggunakan penulisan prosa sebagai sarana mendasar untuk bercerita. Pada game lain, prosa tersebut dapat dilihat dalam format *lore* dan dalam *in-game* menu, dibanding dengan visual novel yang menggunakan hal tersebut sebagai saran dasarnya. Pemain akan selalu berinteraksi dengan penulisan tersebut dengan mengklik kotak teks untuk melanjutkan game

tersebut. Kebanyakan dari visual novel menggunakan struktur fiksi prosa, penulisan dalam bentuk kalimat dan paragraf. Pemain akan membaca beberapa kalimat dalam narasi tersebut sebelum game akan memberi beberapa pilihan atau interaksi dengan karakter.

Prosa tersebut melakukan semua pekerjaan berat untuk menjelaskan kepada pemain apa yang tidak dapat mereka lihat di layar, dengar, atau rasakan melalui umpan balik *haptic*. Tidak hanya itu, prosa tersebut juga membantu untuk mentransisikan skenario ke skenario selanjutnya, mendeskripsikan latar, memberi gambaran lebih baik tentang ekspresi dan reaksi dari sebuah karakter, dan memberi jendela untuk pemain untuk mengetahui pikiran MC (Finley, 2023, 45–46).

2.4.2.1 Narasi dan Imajinasi Pemain

Sebuah narasi dapat mengatur sebuah adegan dan memberi sebuah karakterisasi, menjadi koneksi antara MC dan pemain, dan mengenalkan sebuah *lore*, namun hal tersebut dapat menjadi sebuah prosa yang “*just okay*”. Untuk membuat prosa yang lebih menarik secara emosional, penulis dapat menggunakan sebuah teknik. Teknik tersebut dinamakan *sensory detail*, teknik yang membuat pemain menggunakan imajinasinya secara aktif.

Ketika prosa tidak memiliki subteks, semua penulisan akan terlihat seperti ‘*on the surface*’. Cerita memiliki arti yang harafiah, dengan kata-kata yang akan dibacakan oleh pemain. Namun, cerita tersebut dapat menyembunyikan sebuah arti, baik secara emosional, metafora, dan tematik. Arti tersembunyi tersebut merupakan subteks dalam sebuah teks yang harafiah. Penulisan yang *on-the-surface* tidak memiliki subteks, dan langsung memberitahu emosi yang harus dirasakan oleh pemain. Penulisan tersebut langsung menjelaskan motivasi dan emosi karakter, yang mengakibatkan pemain yang tidak dapat mendapatkan koneksi yang lebih dalam dengan cerita. *On-the-*

surface writing memberitahu dan tidak menunjukkan, dan ia juga memiliki beberapa kelamahan ditimbang dengan penulisan dengan subteks. Terdapat beberapa karakteristik oleh penulisan *surface-level* seperti kurangnya penulisan yang deskriptif, kurangnya detail sensorial, memberitahu pemain segala hal, tidak mendorong pemain untuk menggunakan imajinasi, dan tidak menarik pemain sama sekali. Ketika sebuah karakter menyentuh kompor panas, seorang penulis tidak harus menjelaskan bahwa karakter tersebut sedang kesakitan.

Teks dapat menkarakterisasikan suara sebagai sesuatu yang mengancam atau konyol. Tidak hanya itu, teks juga memberi pemain sebuah perasaan yang dapat dirasakan. Teks yang deskriptif dan detail sensorial dapat memberi atmosfer spesifik, tematik, dan informasi subteks yang mengandalkan imajinasi pemain. Detail sensorial memiliki beberapa fungsi seperti membangun sebuah skenario melalui penulisan deskriptif, meletakkan pemain dalam sebuah skenario, dan meningkatkan sebuah skenario walaupun skenario tersebut tidak memiliki aset visual atau *sound*. Penulis memiliki kebiasaan untuk mendeskripsikan bentuk sebuah barang, atau sesuatu yang dilihat oleh sebuah karakter. Namun, penulis terkadang melupa untuk menulis tentang indera manusia lain (Finley, 2023, 54–60).

2.4.3 Aset dalam Visual Novel

Aset dalam sebuah visual novel menyampaikan cerita yang disampaikan dengan cara yang simpel dan efektif. Dibanding dengan game lain, aset dalam sebuah visual novel dapat membuat pemain lebih gampang beradaptasi untuk memainkan game tersebut, Terdapat beberapa aset yang akan terdapat dalam sebuah visual novel dan tergantung dari estetika dari game tersebut, aset tersebut dapat didesain dengan simpel atau lebih detail. Ketika aset visual tersebut menemani pemain seiring mereka memainkan visual novel, hal ini dapat memberi setiap skenario energi dan sebuah nalar (Finley, 2023, 37–43).

1) UI

UI dalam sebuah visual novel memiliki peran yang penting dalam sebuah visual novel. Pemain akan selalu berinteraksi dengan UI tersebut. Mereka akan mengklik kotak teks untuk melanjutkan cerita, dapat meng-*save* progress mereka, dan bahkan dalam beberapa visual novel, pemain dapat mengakses sebuah *flowchart* yang menunjukkan rute-rute dalam visual novel tersebut. Semua hal tersebut dapat dilakukan melalui UI dalam visual novel (Finley, 2023, 39).

a) Kotak Teks Dialog

Terdapat dua versi kotak teks untuk sebuah dialog: dialog MC dan dialog para NPC. Dalam beberapa visual novel, akan terdapat perbedaan desain pada kedua kotak teks tersebut namun, dalam beberapa visual novel desain untuk kedua kotak teks tersebut sama. Pada kotak teks tersebut, terkadang akan terdapat nama MC, baik dengan kata “*You*”, nama yang telah dipilih oleh pemain, atau nama yang sudah ditentukan oleh *developer*. Selain menempatkan nama MC pada kotak teks, terkadang kotak teks tersebut dapat memiliki desain yang lebih simpel ditimbang dengan kotak teks NPC (Finley, 2023, 40–41).

b) Kotak Teks Pilihan

Dalam sebuah visual novel, pemain akan diberi beberapa pilihan untuk melanjutkan alur cerita tersebut. Untuk itu, terdapat sebuah kotak teks untuk pilihan yang dapat dipilih oleh pemain seiring mereka main game tersebut. Pilihan tersebut merupakan sebuah dialog yang akan diucapkan atau sebuah aksi yang akan dilakukan oleh MC. Seperti kotak dialog, semua tipe pilihan dapat diletakan dalam desain kotak teks yang sama seperti kotak teks dialog, atau memiliki desain yang berbeda (Finley, 2023, 41).

2) *Character Sprites*

Character Sprites merupakan representasi visual dari MC dan NPC dari sebuah visual novel. *Sprites* tersebut dapat dibuat dalam dua bentuk, yaitu gambar statis, atau animasi. Setiap karakter dalam sebuah visual novel biasanya memiliki beberapa keadaan emosional, yang dapat dilihat dari pose, ekspresi, bahasa tubuh, dan ekspresi muka. Hal berikut untuk menunjukkan dan mengkomunikasikan emosi dan reaksi dari karakter dalam situasi-situasi yang sedang dimainkan dalam visual novel (Finley, 2023, 42).

3) *Background Art*

Latar dari sebuah visual novel merepresentasikan dunia dari visual novel. Mereka adalah lokasi-lokasi yang akan dieksplorasikan oleh pemain dan karakter. Tergantung dari ukuran dari dunia yang terdapat dalam visual novel, pemain dapat menjumpai sedikit ataupun banyak latar. Seberapa detail yang dimasukkan ke dalam latar berdasar pada estetika dan sebuah visual novel dan *budget* dari *developer*. Beberapa perincian dapat memberi pemain beberapa sugesti tentang hal-hal yang terjadi dalam setiap lokasi, seperti siluet dari setiap obyek (Finley, 2023, 42).

4) CGs

Computer Graphic, atau yang biasa disebut dengan CG, merupakan sebuah gambar, biasanya ilustrasi, yang memperingati momen-momen spesial saat ditampilkan dalam visual novel. Ilustrasi tersebut merupakan gambar-gambar yang memiliki hubungan dengan momen-momen penting dalam cerita atau rute karakter. CGs dapat juga digunakan sebagai hadiah untuk pemain saat mereka telah mencapai bagian penting dari cerita utama, samping, atau cerita dari sebuah karakter (Finley, 2023, 42).

5) Soundtrack

Suara memiliki peran yang penting untuk membuat dunia yang dimainkan merasa lebih hidup. Efek suara juga dapat juga memberikan *ambient sound* seperti cuitan burung, suara orang berbincang, dll. *Ambient sound* tersebut juga dapat memberi kesan yang dinamik jika disatukan dengan *background art* yang statis. Musik juga memainkan peran yang penting dalam sebuah game, baik dalam genre manapun. Memberikan sebuah lokasi sebuah musik latarnya sendiri dapat memberi sebuah jangkauan atmosfer, mulai dari atmosfer yang kalem hingga yang horor (Finley, 2023, 43).

2.4.3.1 Character Design

Untuk membuat sebuah karakter, seorang desainer tidak langsung menggengam pensil dan mulai mensketsa beberapa desain untuk karakter tersebut. Terdapat beberapa teori dan elemen yang harus dipikirkan sebelum mereka mulai merancang desain dari sebuah karakter. Terdapat beberapa prinsip inti yang akan digunakan oleh desainer dalam proses perancangan desain karakter (Tillman, 2019, 1–97).

1) *Archetypes*

Sifat-sifat tertentu dapat terlihat dalam semua karakter. Sifat tersebut, yang disebutkan sebagai “*archetypes*”, dapat membantu desainer untuk mengkategorikan karakter-karakter tersebut. *Archetype* dianggap sebagai cetakan atau model orisinal dari sebuah karakter, sifat, atau perilaku yang manusia ingin mencontohi. Ia merupakan contoh ideal dari sebuah karakter. Terdapat sifat yang negatif baik positif dalam sebuah *archetype*. Desainer karakter menggunakan hal tersebut untuk membantu mereka untuk memperjelas atau memburamkan sifat dari sebuah karakter.

Terdapat berbagai *archetype* dalam sejarah, dari hasil karya Shakespeare hingga ajaran-ajaran dari Plato. Kini, *archetypes* yang

paling umum digunakan diutuskan oleh psikologi dari Switzerland, Carl Jung. Beliau percaya bahwa banyak ide bawaan yang berulang dapat mendefinisikan karakter tertentu. Ide-ide tersebut yang membuat manusia mendefinisikan orang-orang, dan bahkan karakter fiksi, disekitarnya. *Archetypes* yang dasar dapat dijumpai dalam semua literasi. *Jungian archetypes* cukup jelas, namun ketika seseorang mengenal lebih dalam tentang berbagai macam *archetypes* dan arti dari hal tersebut, *archetypes* akan terlihat lebih jelas sehingga desainer dapat, dengan lebih gampang, membuat perkembangan karakter.

Walaupun terdapat berbagai *archetypes* namun, terdapat beberapa *archetypes* yang akan selalu muncul dalam *storytelling* (Tillman, 2019, 11–17).

a. *The Hero*

Pemberani, tidak memertingkan diri sendiri, dan selalu berusaha untuk membantu semua orang. Sifat-sifat tersebut adalah sifat seseorang yang memiliki *archetype* “*The Hero*”. Cerita yang ditulis oleh seorang penulis akan mendikte jika cerita tersebut memerlukan seorang pahlawan.

b. *The Shadow*

Jika terdapat pahlawan, maka akan terdapat seorang penjahat. Karakter “*The Shadow*” adalah seseorang yang paling terhubung dengan *instinctual animal past*. Dia merupakan seseorang yang kejam, misterius, tidak menyenangkan, dan jahat.

c. *The Fool*

Salah satu *archetypes* dari karakter pengukung. “*The Fool*” akan melewati alur cerita dalam keadaan bingung dan akan membuat semua karakter memasuki situasi yang tidak diinginkan. Karakter tersebut diletakkan dalam cerita untuk memberi ujian kepada

karakter utama. Cara karakter utama menghadapi “*The Fool*” dapat memberi gambaran tentang sifat karakter utama.

d. *The Anima/Animus*

Karakter *Anima*, untuk perempuan, dan *Animus*, untuk laki-laki. Kedua karakter tersebut mewujudkan desakan laki-laki dan perempuan. Biasanya, karakter *Anima/Animus* merupakan *love interest* dalam sebuah cerita. *Love interest* tersebut tidak harus untuk karakter utama, tapi dapat menjadi *love interest* untuk para audiens. Karakter tersebut hadir untuk memikat audiens ke dalam cerita.

e. *The Mentor*

Karakter “*The Mentor*” memiliki peran untuk membuat protagonist menyadari potensial penuhnya. Mereka juga digambarkan sebagai orang yang sudah berumur. Hal ini karena banyaknya budaya yang mengasosiasikan kebijaksanaan dengan umur. “*The Mentor*” memiliki banyak karakteristik seperti seorang orangtua. Namun, dalam beberapa cerita, “*The Mentor*” memiliki umur yang sama atau lebih muda dari karakter utama.

f. *The Trickster*

“*The Trickster*” dapat diletakkan dalam sisi baik ataupun jahat. Dalam kedua situasi tersebut, mereka akan berusaha untuk memajukan cerita untuk kepentingannya. Karakter tersebut juga memiliki relasi yang kuat dengan *puppet master*, seseorang yang akan memanipulasi karakter lain. Mereka akan membuat karakter utama meragukan caranya untuk menghadapi sebuah situasi. “*The Trickster*” memiliki peran yang penting dalam sebuah cerita karena mereka merupakan ujian mental terberat untuk karakter utama, sebelum mereka dapat menghadapi antagonisnya secara fisik dan mental.

2) *Backstory*

Cerita merupakan elemen yang penting dalam sebuah karakter. Untuk membuat sebuah karakter, seorang desainer harus menaruhkan semua waktu dan tenaga untuk mengembangkan latar belakang dan watak dari sebuah karakter sebelum mendesain karakter tersebut. Hal ini dapat memperkuat estetika sebuah karakter dan membuatnya lebih *well-rounded* (Tillman, 2019, 5).

Salah satu alasan seseorang dapat memiliki ketertarikan kepada suatu karakter karena orang tersebut ingin mengetahui karakter tersebut lebih dalam. Hal tersebut, terkadang, membuat seorang desainer untuk mentahankan informasi tentang karakter tersebut. Namun, hal ini dapat menjadi hambatan untuk desainer tersebut. Maka dari itu, seorang desainer harus memberitahu audiens tentang *backstory* karakter sedikit demi sedikit untuk tetap memikat mereka.

Untuk membuat sebuah karakter, terdapat 6 pertanyaan yang harus dijawab oleh desainer; Siapa karakter tersebut? Apa yang dilakukan karakter dalam cerita? Kapan cerita tersebut berlangsung? Di mana cerita tersebut berlangsung? Mengapa karakter tersebut termotivasi melakukan hal yang dilakukannya dalam cerita? Bagaimana karakter tersebut melakukan hal yang dilakukannya dalam cerita? (Tillman, 2019, 25–27).

3) *Originality*

Ketika menuliskan latar belakang, atau *backstory*, dari sebuah karakter, seorang desainer akan merasakan bahwa akan terasa mustahil untuk mengabaikan hal-hal yang terjadi disekitarnya. Walaupun tersadari atau tidak disadari, seseorang akan selalu terinfluensi oleh hal-hal yang dilihat, didengar, dan dilakukan olehnya. Maka dari itu, sebuah ide yang orisinal merupakan hal yang sulit untuk dipikirkan (Tillman, 2019, 6).

Maka dari itu, untuk membuat sesuatu yang original, seorang desainer dapat mengambil sesuatu yang sudah ada dan memberikan sebuah *twist* kepada hal tersebut. “A smart man borrows and a genius steals.” Frase tersebut mempunyai arti bahwa, dalam pemahaman orisinal, semua orang terinspirasi oleh hal disekitarnya. Jika seseorang menyukai sesuatu, mereka akan selalu menginginkan untuk melihat hal tersebut berulang kali. Maka dari itu, seorang desainer akan mengambil inspirasi dari hal yang menurutnya menarik. Namun, hal yang membiarkan desainer ‘mencuri’ hal tersebut adalah *twist* yang diberikan, sehingga membuat hal tersebut menjadi barang yang orisinal (Tillman, 2019, 42).

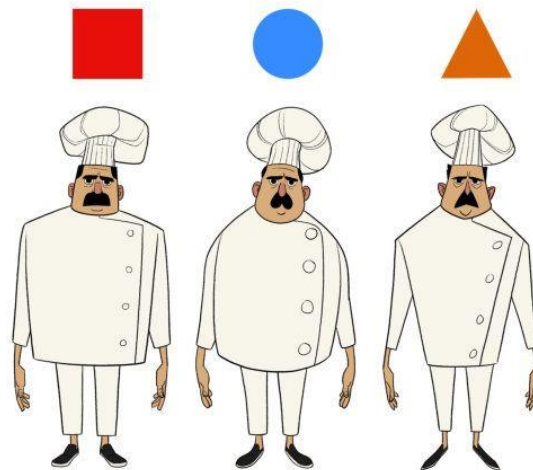
4) Bentuk

Bentuk memiliki peran yang penting dalam karakter desain. Mereka dapat memberitahu audiens, secara visual, tentang watak dan cerita dari sebuah karakter. Hal ini karena setiap bentuk memiliki arti masing-masing. Bentuk juga membantu untuk memberi siluet dan *functionality* (Tillman, 2019, 6).

Desainer karakter harus dapat mengkomunikasikan tujuan dari sebuah karakter kepada audiens. Untuk melakukan hal tersebut merupakan hal yang rumit dan membutuhkan usaha yang lebih banyak dari biasa. Tanpa ada bentuk komunikasi, keakraban dan penguasaan bahasa memengaruhi seberapa baik seorang desainer dapat menyampaikan maksudnya. Salah satu bahasa yang dapat digunakan desainer adalah bahasa bentuk.

Terdapat 3 bentuk primer yang digunakan oleh desainer: kotak, lingkaran, dan segitiga. Setiap bentuk tersebut memiliki asosiasi psikologi yang kuat. Kotak merepresentasikan fisik, maskulinitas, stabilitas, keteguhan, disiplin, kekuatan, dan keandalan. Bentuk tersebut juga merepresentasikan hal seperti kebosanan, stasioneritas,

dan kebodohan. Lingkaran membangkitkan pemikiran seperti ketenangan, kebaikan, kelembutan, keselamatan, dan keutuhan. Hal-hal tersebut adalah hal yang diasosiasikan dengan feminitas. Bentuk tersebut juga merepresentasikan hal seperti kebolongan, kesendirian, sihir, dan misteri. Segitiga tidak memberi kesan maskulin dan feminitas, sedangkan bentuk tersebut merepresentasikan gerakan, penyimpangan, dan ketajaman. Dibanding dengan kotak dan lingkaran, segitiga dapat membuat sebuah karakter terlihat lebih parah, tidak stabil, dan berbahaya.



Gambar 2.14 *Shape Language* Desain Karakter
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/885520345460422104/>

Seperti warna primer, seorang desainer dapat di alterasi dan dikombinasikan dalam berbagai cara. Kebanyakan karakter akan memiliki kompleksitasnya masing-masing, sehingga jika seorang desainer menggunakan satu bentuk, bentuk tersebut tidak dapat merepresentasikan karakter tersebut. Dengan menambahkan kompleksitas pada bahasa bentuk, desainer dapat menambahkan kompleksitas pada sebuah karakter (Bishop, 2019, 2–8).

5) Referensi

Langkah kelima adalah untuk menggunakan referensi. Referensi merupakan hal yang penting dalam mendesain sebuah karakter. Namun, seorang desainer tidak boleh menyalin referensi secara langsung. Jika seseorang ingin menyalin referensi, maka orang tersebut lebih baik memotret sebuah foto yang akan menghemat waktu (Tillman, 2019, 7).

Semua desainer yang profesional akan menggunakan referensi. Hal ini dapat dilihat dalam setiap dokumentari dari setiap film animasi. Referensi juga merupakan hal yang sangat penting dalam lika-liku mendesain karakter supaya karakter tersebut dapat didesain dengan seakurat mungkin (Tillman, 2019, 72–73).

6) Estetika

Satu hal yang dikejar oleh mayoritas dari desainer adalah estetika. Hal ini merupakan visual dari sebuah karakter dan juga langkah keenam. Penampilan dari sebuah karakter dapat menentukan koneksi antar karakter tersebut dengan pemain. Terdapat beberapa hal yang harus dipikirkan oleh seorang desainer, yaitu *visual style* dari sebuah karakter, warna yang dipakai, medium yang akan dipakai, dan audiens dari karakter tersebut (Tillman, 2019, 8).

Estetika didefinisikan sebagai filosofi yang berhadapan dengan hakikat keindahan, seni, dan selera. Estetika juga merupakan hal yang pertama dilihat oleh audiens dari sebuah desain karakter. Tidak dapat disangkal bahwa manusia memiliki ketertarikan kepada hal-hal yang menarik secara visual.

Salah satu fitur terpenting dalam estetika adalah warna. Warna dapat memberi banyak informasi tentang sebuah karakter dan latar belakangnya. Ia juga mempengaruhi koneksi yang akan dibuat oleh audiens kepada karakter tersebut. Seseorang, secara tidak sadar, akan

mendekati orang lain yang menyukai hal yang sama seperti halnya, salah satunya adalah warna. Selain itu, setiap warna juga memiliki arti masing-masing:

- a) Warna merah, pada umumnya, merepresentasikan tindakan, kepercayaan diri, keberanian, vitalitas, energi, perang, bahaya, kekuatan, kekuasaan, tekad, gairah, keinginan, kemarahan, dan cinta;
- b) Warna kuning, pada umumnya, merepresentasikan kebijakan, kebahagiaan, kepintaran, kewaspadaan, pembusukan, penyakit, kecemburuan, kekecutan, kenyamanan, kegairahan, optimisme, dan perasaan kewalahan;
- c) Warna biru, pada umumnya, merepresentasikan kepercayaan, kesetiaan, kebijakan, kepercayaan diri, kecerdasan, kepercayaan, kesehatan, ketenangan, pengertian, kelembutan, pengetahuan, kekuatan, integritas, keseriusan, kehormatan, dingin, dan kesedihan;
- d) Warna ungu, pada umumnya, merepresentasikan kekuasaan, kaum bangsawan, keanggunan, kecanggihan, kemewahan yang artifisial, misteri, royalti atau kekuasaan raja, sihir, ambisi, kekayaan, pemborosan, kebijaksanaan, martabat, kemandirian, dan kreativitas;
- e) Warna hijau, pada umumnya, merepresentasikan alam, pertumbuhan, keharmonisan, kesegaran, kesuburan, keamanan, uang, durabilitas, kemewahan, optimisme, kesehatan diri sendiri, pengendalian, kejujuran, iri dengki, masa muda, dan penyakit;
- f) Warna oranye, pada umumnya, merepresentasikan keceriaan, antusiasme, kreativitas, pesona, kegembiraan, kebulatan tekad, daya Tarik, kesuksesan, dorongan semangat, martabat, penerangan, dan kebijakan;

- g) Warna hitam, pada umumnya, merepresentasikan kekuasaan, kenaggunan, formalitas, kematian, kejahatan, misteri, ketakutan, duka cita, kecanggihan, kekuatan, depresi, dan keadaan berkabung;
- h) Warna putih, pada umumnya, merepresentasikan kebersihan, kesucian, kebaruan, keperawanan, kedamaian, kemurnian, kesederhanaan, kemandulan, cahaya, kebaikan, dan kesempurnaan.

Karakter Spider-Man memiliki warna biru dan merah yang dominan dapat dilihat diseluruh kostumnya. Pahlawan tersebut adalah karakter yang setia kepada teman dan keluarganya, dan kepada masyarakat New York. Ia juga merupakan karakter yang pintar dan memiliki sebuah kesedihan dalam hatinya ketika ia melihat kematian pamannya. Hal-hal tersebut dapat disimpulkan dari warna biru pada kostumnya. Sedangkan warna merah pada kostumnya merepresentasikan gairahnya dalam pekerjaannya sebagai pahlawan Kota New York. Ia juga mencintai keluarganya dan memiliki kepercayaan pada kemampuan diri sendiri (Tillman, 2019, 85–97).

