

Bagaimana perancangan tokoh Fadly dan Laura pada video musik animasi 2D “As Long As You Feel Glad”?

1.2 BATASAN MASALAH

Penulis menetapkan beberapa parameter batasan masalah untuk dapat lebih memusatkan perhatian pada topik yang dibahas dalam penulisan ini. Berikut beberapa batasan masalah tersebut :

1. Tokoh yang dibahas dalam laporan tugas akhir ini adalah seorang laki-laki yang bernama Fadly dan seorang perempuan pujaan hatinya yang bernama Laura.
2. Perancangan tokoh difokuskan pada beberapa indikator yaitu MBTI (*Myers-Briggs Type Indicator*), fitur wajah, kostum, dan warna dari para tokoh tersebut.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah untuk menunjukkan proses perancangan tokoh Fadly dan Laura dalam video musik “As Long As You Feel Glad” melalui aspek MBTI, fitur wajah, kostum, dan warna. Tokoh dalam animasi ini dibuat dengan tujuan sebagai penggerak alur cerita untuk mencapai keberhasilan dalam menyampaikan pesan dari lagu ini.

2. STUDI LITERATUR

2.1 VIDEO MUSIK

Video musik merupakan media yang berbentuk audio-visual yang dapat memberikan pengalaman unik dengan melibatkan para pendengar lagu untuk memahami dalam makna yang ingin disampaikan oleh musisi. Selain untuk menyampaikan makna kepada para pendengar, video musik ini memiliki fungsi untuk mempromosikan lagu baru serta memperlihatkan musisi yang memproduksi lagu tersebut. Konten di dalam video musik umumnya menunjukkan adegan pertunjukkan dari musisi yang berkaitan, menampilkan sebuah cerita naratif yang

dapat merepresentasikan sebuah makna, atau bahkan gabungan dari keduanya (Dasovich-Wilson et al., 2022).

2.2 ANIMASI

Bordwell dan Thompson (2008) dalam bukunya, menjelaskan bahwa film animasi merupakan kumpulan gambar yang dibuat satu frame demi satu frame. Ketika kumpulan frame tersebut diproyeksikan, kumpulan gambar tersebut akan menciptakan gerakan ilusi yang seolah-olah menyerupai film live-action. Animasi sebagai salinan dari live-action, bisa membuat segala sesuatu yang dapat direkam secara langsung di dunia nyata menjadi sebuah animasi. (hlm. 370).

2.3 TOKOH

Tokoh merupakan penggerak cerita di dalam sebuah film yang akan menentukan akhir dari sebuah film. Tokoh menurut Cuddon (2013) merupakan seseorang yang digambarkan di dalam sebuah karya naratif. Jadi, tokoh adalah peserta itu muncul dalam sebuah cerita. Ada beberapa jenis tokoh yang mungkin muncul dalam sebuah narasi, dua di antaranya adalah tokoh utama dan tokoh pendukung. Tokoh utama juga dikenal sebagai tokoh utama yang dominan dalam cerita. Tokoh utama biasanya muncul dari awal sampai akhir cerita. Itu sebabnya mereka dominan di cerita. Berbeda dengan tokoh utama, tokoh pendukung kurang menonjol di cerita. Meskipun tokoh pendukung kurang menonjol, mereka sama pentingnya dengan tokoh utama untuk membangun cerita.

2.4 DESAIN TOKOH

Desain tokoh menurut Erlhoff (seperti dikutip dalam Purwaningsih, 2018) menjelaskan bahwa istilah "desain tokoh" umumnya digunakan dalam konteks film animasi, komik, dan *games* di mana terdapat satu atau lebih tokoh fiksi yang tujuannya adalah agar audiens dapat mengidentifikasi tokoh tersebut. Bancroft (2006) menyatakan bahwa desain tokoh merupakan tahap pertama dalam pembuatan visual pada semua jenis media hiburan. Tokoh bertindak sebagai jendela bagi penonton untuk mengalami dunia dan peristiwa yang ditawarkan dalam sebuah media. Dengan kata lain, tokoh harus memiliki koneksi dengan para

audiens untuk dapat membangkitkan emosi dan meningkatkan investasi dalam cerita. Desain tokoh yang tidak menonjol akan membuat audiens merasa asing dan mudah terlupakan. Lalu, menurut Ballon (seperti dikutip dalam Nieminen, 2017), untuk benar-benar membuat cerita yang akan melekat pada audiens, seorang penulis atau desainer harus memiliki pengetahuan untuk merancang tokoh yang menarik dan sesuai dengan narasi. Inilah mengapa desain tokoh yang baik penting dalam media tertulis dan visual.

2.5 MBTI (*MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR*)

MBTI merupakan sebuah alat yang bertujuan untuk mengetahui kecenderungan seseorang dalam cara mereka memandang dunia dan membuat keputusan, yang didasarkan pada empat pasangan yang berasal dari teori tipe psikologis Carl Jung. Dikembangkan oleh Katharine Cook Briggs dan Isabel Briggs Myers, alat ini bertujuan untuk menjadikan teori Jung lebih mudah dipahami dalam kehidupan sehari-hari. MBTI berupaya mengidentifikasi preferensi dalam pola jawaban individu yang kemudian diklasifikasikan ke dalam salah satu dari 16 tipe kepribadian (King et al., 2020).

King et al. menyatakan lebih lanjut bahwa setiap individu memiliki tipe kepribadian yang akan diwakilkan oleh empat huruf. Empat huruf tersebut didapat berdasarkan dari empat dimensi utama kepribadian. Setiap dimensi memiliki dua pilihan yang berlawanan dan setiap individu memiliki kecenderungan pada salah satu pilihan dalam setiap dimensi. Empat dimensi tersebut terdiri dari :

- *Extraversion* (E) atau *Introversion* (I)

Dimensi ini dapat mengukur sejauh mana seseorang mendapatkan energi dari interaksi sosial dan lingkungan eksternal (ekstraversi) atau dari refleksi diri dan pemikiran internal (introversi).

- *Sensing* (S) atau *Intuition* (N)

King et al. menambahkan bahwa dimensi ini mengukur bagaimana seseorang mengumpulkan informasi. Orang-orang dengan preferensi Sensing lebih cenderung fokus pada fakta, detail, dan pengalaman konkret,

sementara orang-orang dengan preferensi Intuition lebih cenderung melihat pola, makna, dan kemungkinan.

- *Thinking* (T) atau *Feeling* (F)

King et al. menyatakan bahwa dimensi ini mengukur bagaimana seseorang membuat keputusan. Orang-orang dengan preferensi Thinking lebih cenderung menggunakan logika dan analisis objektif, sementara orang-orang dengan preferensi Feeling lebih cenderung mempertimbangkan nilai-nilai, perasaan, dan dampak sosial dalam pengambilan keputusan.

- *Judging* (J) atau *Perceiving* (P)

Dimensi ini menurut King et al. digunakan untuk mengukur bagaimana seseorang mengorganisir kehidupan mereka. Orang-orang dengan preferensi Judging cenderung lebih terstruktur, terencana, dan tegas dalam rutinitas mereka, sementara orang-orang dengan preferensi Perceiving cenderung lebih fleksibel dan terbuka terhadap perubahan.

Kombinasi preferensi dalam keempat dimensi ini menghasilkan 16 tipe kepribadian yang berbeda, seperti INFJ, ENTP, ISTP, dsb. Setiap tipe memiliki karakteristik unik dan cenderung memiliki gaya komunikasi, cara bekerja, dan pendekatan terhadap masalah yang berbeda.

2.6 FITUR WAJAH

Fitur wajah dari sebuah tokoh memiliki peran besar dalam mengkomunikasikan emosi, kepribadian, dan karakteristik dari tokoh tersebut. Menurut Bancroft (2012), terdapat lima komponen wajah yang memiliki peran signifikan dalam proses perancangan tokoh, yakni mata, alis, hidung, mulut, dan leher.

1. Mata (*Eyes*): Menurut Bancroft mata merupakan salah satu fitur paling penting dalam desain wajah. Mata yang ekspresif dapat membantu mengkomunikasikan emosi dan kepribadian tokoh. Mata besar dengan pupil yang bisa berubah-ubah ukurannya sering digunakan untuk

menunjukkan ekspresi yang kuat. Desain mata, termasuk warna dan bentuknya, dapat memberikan karakteristik unik pada tokoh.

2. Alis (*Eyebrows*): Bancroft menyatakan bahwa alis memiliki peran besar dalam ekspresi wajah. Alis yang bisa bergerak secara fleksibel dapat membantu menciptakan berbagai ekspresi, seperti kejutan, marah, atau kebingungan. Bentuk alis juga dapat memberikan karakteristik pada tokoh, seperti alis yang tebal atau runcing.
3. Mulut (*Mouth*): Bancroft menyatakan mulut adalah tempat ekspresi bicara dan emosi. Desain mulut yang bisa bergerak dengan baik sangat penting dalam animasi. Bentuk mulut, termasuk ukuran dan bentuk bibir, dapat memengaruhi cara tokoh berbicara dan mengekspresikan diri.
4. Hidung (*Nose*): Meskipun hidung tidak selalu menjadi fokus utama dalam desain wajah, menurut Bancroft bentuk hidung dapat memberikan karakteristik pada tokoh. Hidung yang besar atau kecil, bentuknya yang unik, atau ciri khas seperti cacat pada hidung bisa menjadi ciri khas tokoh.
5. Leher (*neck*) : Bancroft menjelaskan bahwa leher memiliki peran dalam memperkuat pose tokoh untuk mengungkapkan emosi mereka.

2.7 KOSTUM

Menurut pendapat Tillman (2011), kostum menjadi salah satu faktor penting dalam perancangan sebuah tokoh. Dia berpendapat bahwa untuk menghasilkan daya tarik dalam perancangan tokoh, salah satu pendekatannya adalah melalui desain kostum yang dapat memikat perhatian orang lain. Kostum dapat membantu menggambarkan karakteristik utama dari tokoh tersebut. Misalnya, kostum yang serba hitam dan berkerut mungkin cocok untuk tokoh jahat atau misterius, sementara kostum berwarna-warni dan cerah dapat mencerminkan kepribadian yang ceria dan bersemangat. Kostum bisa mengungkapkan kepribadian tokoh. Pemilihan gaya, warna, dan aksesoris kostum dapat memberikan petunjuk kepada penonton tentang siapa sebenarnya tokoh tersebut. Kostum juga harus sesuai

dengan konteks cerita dan latar belakang tokoh. Misalnya, tokoh dalam setting historis akan memakai kostum yang berbeda dari tokoh dalam dunia futuristik atau fantasi.

2.8 WARNA

Warna sangat penting dalam memproyeksikan kepribadian tokoh. Oleh karena itu, Saat memilih skema warna pada tokoh, penting untuk memperhatikan makna dari sebuah warna yang terkait. Menurut Hanada (seperti dikutip dalam Lukmanto, 2020) makna dari sebuah warna bisa berbeda tergantung dari interpretasi individu yang dipengaruhi faktor internal dan eksternal seperti usia, jenis kelamin, pengalaman pribadi, lingkungan, budaya, dan lainnya.

Meskipun pengertian tentang warna bisa berbeda antara individu dan melintasi berbagai budaya, terdapat sejumlah makna simbolik umum yang melekat pada warna. Sebagaimana diungkapkan oleh Tillman (2011), warna-warna seperti merah, oranye, dan kuning secara universal dianggap sebagai warna yang menciptakan perasaan hangat, semangat, dan keceriaan. Sebaliknya, biru sering dianggap sebagai warna yang menimbulkan perasaan melankolis, sementara hijau melambangkan pertumbuhan. Tillman juga mencatat bahwa warna lain seperti ungu dapat melambangkan kreativitas dan kemewahan, sedangkan warna hitam dapat bermakna kematian, dan putih melambangkan ketulusan dan kebaikan.

3. METODE PENCIPTAAN

3.1 DESKRIPSI KARYA

Karya tugas akhir dengan judul “As Long As You Feel Glad” ini merupakan sebuah musik video yang mengadaptasi sebuah lagu dari musisi yang bernama Fadly. Video musik ini memiliki tema yang mengangkat aspek percintaan dan penerimaan dan memiliki genre drama romantis. Cerita dalam video musik ini mengambil latar tempat di sebuah kota besar di Indonesia dan latar waktu pada