

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Disabilitas Intelektual

Northway dan Oloidi (2022) menyatakan bahwa seseorang yang dinyatakan memiliki disabilitas intelektual merupakan individu yang memiliki kekurangan fungsi secara intelektual pada saat masa pengembangan individu tersebut (hlm. 4). Kekurangan fungsi intelektual biasanya akan ditentukan secara klinis berdasarkan nilai *Intelligence Quotient* (IQ). Apabila nilai IQ yang didapatkan kurang dari 70, maka individu tersebut dinyatakan memiliki disabilitas intelektual (hlm. 4). Sehingga, dapat diartikan bahwa seseorang yang memiliki disabilitas intelektual akan memiliki kesulitan untuk mempelajari informasi baru atau kompleks. Selain itu mereka juga akan memiliki kesulitan untuk memproses dan mengingat informasi. Selain memiliki kekurangan fungsi secara intelektual, seseorang dengan disabilitas intelektual juga memiliki kekurangan fungsi secara sosial (hlm. 4). Individu dengan kekurangan fungsi secara sosial akan memerlukan bantuan untuk melakukan pekerjaan sehari-hari seperti keperluan kesehatan, kebersihan, dan pengelolaan finansial. Meskipun dengan beberapa kriteria tersebut, perlu diingat bahwa terminologi “disabilitas mental” juga mencakup kelompok masyarakat yang berada diluar kriteria tersebut.

Menurut Northway dan Oloidi, seseorang yang memiliki disabilitas intelektual mencakup orang-orang yang memerlukan jenis pendukung yang beragam (hlm. 4). Oleh sebab itu, dapat terlihat beberapa orang dengan disabilitas intelektual mampu untuk menjalani keseharian mereka secara mandiri tanpa memerlukan bantuan dari orang lain. Namun, terdapat juga beberapa orang dengan disabilitas intelektual yang selalu memerlukan bantuan orang lain untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Oleh sebab itu, orang-orang memiliki disabilitas intelektual biasanya akan memiliki tingkat keparahan yang bervariasi (hlm. 4).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kriteria untuk diagnosis awal disabilitas intelektual adalah seseorang dengan nilai IQ kurang dari 70. Namun, hal ini menimbulkan pertanyaan apabila seseorang memiliki nilai IQ 70 atau 71. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun dengan kriteria yang telah ditentukan, tidak ada batasan yang secara tegas membedakan antara masyarakat yang memiliki disabilitas intelektual dengan masyarakat reguler. Northway dan Oloidi menyatakan bahwa kriteria tersebut terbentuk dari struktur sosial dan budaya (hlm. 4). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa secara ilmiah, seseorang yang tergolong memiliki disabilitas intelektual memiliki keberagaman mereka masing-masing dan tidak ada peraturan yang mutlak untuk mendefinisikan seseorang dengan disabilitas intelektual. Namun, selama perkembangan sejarah, masyarakat telah menciptakan ketentuan dan syarat untuk membedakan masyarakat dengan disabilitas intelektual.

Northway dan Oloidi menjelaskan bahwa selama perkembangan sejarah, kelompok masyarakat yang terlihat memiliki perbedaan dengan masyarakat reguler, termasuk mereka yang memiliki disabilitas mental, diasingkan dan dipandang negatif (hlm. 5). Orang-orang yang terlihat memiliki disabilitas intelektual kesulitan untuk menceritakan kisah mereka selama perkembangan sejarah. Hal ini dikarenakan mereka tidak ingin dipandang negatif oleh masyarakat disekitar mereka. Secara tidak langsung membuat disabilitas yang mereka miliki menjadi penghambat untuk menyuarakan suara mereka. Meskipun demikian, terdapat beberapa alasan penting untuk membedakan kelompok masyarakat dengan disabilitas intelektual.

Alasan utama mengapa mengelompokkan masyarakat yang memiliki disabilitas intelektual menggunakan beberapa kriteria dianggap penting adalah karena beberapa layanan masyarakat yang krusial bagi mereka hanya akan diberikan berdasarkan diagnosis (hlm. 4). Hal ini dilakukan agar pelayanan dapat diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan dan sesuai dengan keperluan mereka. Alasan lain mengapa melakukan identifikasi terhadap kelompok masyarakat yang memiliki disabilitas mental menjadi penting adalah agar dapat

ditentukan kebijakan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Walaupun demikian, akan terdapat beberapa individu yang tidak ingin diidentifikasi berdasarkan disabilitas intelektual yang mereka miliki. Oleh sebab itu, penting untuk diingat bahwa kelompok masyarakat dengan disabilitas intelektual bukan merupakan kelompok homogen dan bahwa disabilitas yang mereka miliki hanya merupakan satu aspek dari identitas mereka (hlm. 5).

## 2.2 Desain Grafis

Landa (2018) menyatakan bahwa desain grafis atau desain komunikasi merupakan prinsip seni visual yang professional, dimana pesan dikomunikasikan secara visual agar dapat diterima dengan mudah dan mempengaruhi banyak orang. Desain grafis dapat digunakan dalam berbagai bidang seperti komersial, sosial, edukasi, hiburan, kultural, personal, maupun politik. Dalam berbagai bidang tersebut, desain grafis dapat diterapkan untuk mempersuasi, menginformasikan, mengidentifikasi, memotivasi, atau memberikan makna. Hal ini disebut sebagai solusi desain grafis (*graphic design solution*) (hlm. 1). Sehingga, dapat diartikan bahwa desain grafis dapat diterapkan dalam berbagai bidang untuk menyampaikan sebuah pesan yang telah dirancang secara visual dan dapat diterima dan mempengaruhi banyak orang.



Gambar 2.1 Poster Kampanye *Buzzed Driving is Drunk Driving*  
Sumber: Landa (2018)

Landa melanjutkan bahwa desain merupakan elemen yang penting dalam menyampaikan pesan. Berdasarkan salah satu studi kasus yang dilakukan dalam kampanye tentang berkendara saat mabuk (*drunk driving*), terlihat peran sebuah desain dalam menyelesaikan sebuah permasalahan. Permasalahan yang ditemukan dalam kampanye tersebut adalah banyak orang yang merasa bahwa kampanye tersebut ditujukan kepada orang yang sangat mabuk (*overtly drunk*) dan bukan mereka yang merasa hanya mabuk ringan (*buzzed*). Dari permasalahan tersebut, dirancang sebuah iklan yang terlihat seperti menu bir yang menjelaskan bahan-bahan yang terkandung didalamnya. Namun, setelah membaca tulisan tersebut, terlihat bahwa bahan-bahan yang dimaksudkan adalah faktor pendukung yang dapat mengakibatkan kecelakaan walaupun pengemudi hanya mabuk ringan.

Terlihat pada poster terdapat tulisan “*The “It’s Only Another Beer” Black and Tan*”. Tulisan tersebut dapat diartikan sebagai nama minuman bir yang tertera didalam poster, seakan poster tersebut merupakan menu minuman bir. Saat melihat tulisan yang terletak dibawahnya, sekilas terlihat seperti bahan-bahan yang digunakan untuk meracik bir tersebut, terlihat dari dua kalimat pertama, yaitu “*pilsner lager*” dan “*stout lager*” yang merupakan jenis bir. Namun, setelah membaca tulisan tersebut, terlihat bahwa “bahan” yang dimaksud adalah faktor pendukung yang meningkatkan potensi seseorang mengalami kecelakaan saat mabuk ringan. Tulisan “*frosty mug*” merupakan terminologi yang digunakan untuk mendeskripsikan bir yang disajikan dingin. Tulisan dibawahnya mulai menyebutkan beberapa faktor pendukung yang, walaupun tidak signifikan, namun dapat membahayakan pengemudi jika sedang berada dalam keadaan mabuk ringan. Beberapa faktor pendukung yang dituliskan pada poster antara lain jalanan berlapis es, truk *pick-up* yang kemungkinan besar dipenuhi dengan barang muatan, pengemudi yang kelelahan karena sudah bekerja selama 10 jam, dan meminum beberapa gelas bir bersama teman.

Berdasarkan studi kasus tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebuah desain tidak hanya untuk menyampaikan informasi, namun juga cara menyampaikan informasi tersebut dengan efektif. Oleh sebab itu, segala profesi yang

berhubungan dengan desain grafis memerlukan kemampuan *critical thinking*, *technical thinking*, dan pemahaman yang luas tentang *liberal arts* (hlm. 13). Oleh sebab itu, desainer grafis memerlukan pemahaman dasar tentang desain grafis.

Salah satu pemahaman dasar dalam desain grafis adalah beberapa komponen dasar yang membentuk sebuah desain. Landa menjelaskan tentang beberapa komponen dasar tentang desain dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution : 6<sup>th</sup> Edition*”. Dalam bab kedua buku tersebut, Landa mengelompokkannya kedalam empat kategori, yaitu elemen forman dalam desain, bentuk tipografi, HAUS, dan organisasi persepsi (hlm 19 - 29).

### **2.1.1 Elemen Formal dalam Desain (*Formal Elements of Design*)**

Beberapa elemen formal dalam sebuah desain adalah garis (*line*), bentuk (*shape*), dan figur (*figure / ground*). Seluruh elemen ini dapat digunakan untuk menciptakan gambar, pola, tulisan, diagram, animasi, dan desain yang dapat mengkomunikasikan konsep secara visual (hlm. 19). Sebuah garis terciptakan dari titik yang saling berhubungan dan cara menggambarkan garis tersebut dapat memberikan makna seperti halus (*delicate*) atau tegas (*bold*). Garis yang bergerak dari satu titik dan kembali ke titik awal untuk membentuk sebuah *outline* dapat diartikan sebagai bentuk (*shape*). Bentuk merupakan sebuah area tertutup yang memiliki dua dimensi (panjang dan lebar) dan terbentuk dari garis luar (*outline*) atau berisikan warna atau tekstur (hlm. 19). Dari bentuk tersebut, dapat di kelompokkan menjadi bentuk positif dan negatif. Gabungan kedua kelompok bentuk ini disebut dengan figur. Berdasarkan penjelasan dari ketiga elemen tersebut, dapat disimpulkan bahwa garis, bentuk, dan figur saling berhubungan dan melengkapi. Hal ini dikarenakan setiap elemen desain tersebut saling membutuhkan.

### **2.1.2 Bentuk Tipografi (*Typographic Shapes*)**

Dalam desain grafis, huruf, angka, dan tanda baca merupakan bentuk yang melambangkan sebuah suara atau bahasa. Bentuk tipografi tersebut dapat dirancang secara digital maupun tradisional. Dalam

merancang bentuk tipografi dalam sebuah desain, dapat ditambahkan tekstur dan pola. Tekstur terdiri dari *tactile textures* dan *visual textures*. *Tactile texture* memiliki unsur tiga dimensi dan dapat diraba atau disentuh. Sementara, *visual texture* hanya merupakan ilusi sebuah tekstur pada bidang dua dimensi (hlm. 22). Pola (*pattern*) merupakan sebuah repetisi sistematis yang memiliki unsur pergerakan dalam suatu area. Dalam merancang sebuah pola, keseimbangan harus diperhatikan untuk menciptakan komposisi yang stabil. Dalam sebuah pola, terdapat hirarki visual yang dirancang dengan melakukan penekanan terhadap elemen visual terpenting dalam pola tersebut. Seluruh elemen visual tersebut nantinya akan menciptakan sebuah kesatuan. Dalam kesatuan pola tersebut akan terlihat sebuah pengulangan elemen visual. Seluruh hal ini akan membentuk format sebuah pola (hlm. 23)

### **2.1.3 HAUS**

HAUS merupakan akronim dari *hierarchy*, *alignment*, *unity*, dan *space*. Keempat hal ini membantu desainer dalam merancang sebuah desain yang dapat memicu kegiatan seseorang saat melihatnya (hlm. 25). *Hierarchy* membantu desainer untuk menarik perhatian seseorang untuk melihat elemen yang akan dilihat pertama dalam sebuah desain. Dengan cara memikirkan posisi, susunan, visualisasi setiap konten, desainer dapat memutuskan elemen desain yang paling penting untuk dilihat (hlm. 25). *Alignment* merupakan proses penyusunan seluruh elemen visual agar tercipta komposisi yang terstruktur dan selaras. Dalam penyusunan setiap elemen visual, perlu dipikirkan alur antara satu elemen visual dengan yang lainnya untuk menciptakan aliansi yang tersusun (hlm. 26). *Unity* merupakan kesatuan dari seluruh elemen visual dalam sebuah desain. Saat seluruh elemen visual saling berhubungan, maka tidak akan ada elemen yang terlihat aneh atau janggal. Dalam menciptakan kesatuan dalam sebuah desain, dua cara yang paling sering dilakukan adalah dengan repetisi dan konfigurasi (hlm. 27). Repetisi merupakan proses pengulangan sebuah elemen desain untuk menimbulkan kesan yang familiar. Sedangkan,

konfigurasi adalah peletakan dan kedekatan setiap elemen dalam sebuah desain. Dalam merancang sebuah desain, tidak hanya elemen visual yang berperan dalam desain tersebut, namun juga ruang kosong diantara elemen tersebut. Ruang kosong tersebut dapat dirancang seakan memiliki kesan tiga dimensi dalam bidang dua dimensi. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan ilusi keruangan dengan garis maupun peletakan elemen visual dalam sebuah desain (hlm. 28).

#### **2.1.4 Organisasi Persepsi (*Laws of Perceptual Organization*)**

Kesatuan seluruh prinsip desain mengacu pada *gestalt*, yaitu proses persepsi pengorganisasian atau pengelompokan elemen visual yang memiliki hubungan atau kemiripan sehingga menjadi suatu kesatuan (hlm. 29). Pengelompokan tersebut terbagi menjadi enam jenis, yaitu *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line*:

1. *Similarity*: merupakan elemen yang memiliki karakteristik yang serupa sehingga dipersepsikan sebagai satu kelompok.
2. *Proximity*: merupakan elemen yang dikelompokkan karena memiliki jarak yang saling berdekatan
3. *Continuity*: merupakan elemen yang menimbulkan kesan yang berkelanjutan dengan elemen sebelumnya, sehingga menimbulkan kesan pergerakan.
4. *Closure*: kecenderungan pikiran manusia untuk menghubungkan / menyatukan elemen untuk menciptakan suatu bentuk, unit, atau pola yang utuh.
5. *Common fate*: elemen yang dikelompokkan karena bergerak dengan arah yang sama.
6. *Continuing line*: garis yang dikelompokkan mengikuti suatu arah yang sama.

### 2.3 Semiotika

David Crow dalam bukunya yang berjudul “*Visible Signs: An Introduction to Semiotics in the Visual Arts*” menjelaskan bahwa semiotika merupakan sebuah studi yang mempelajari tentang tanda (hlm. 6). Crow menjelaskan bahwa studi ini pertama kali dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure pada awal tahun 1900. Pada waktu itu, seorang filosof bernama Charles Sanders Peirce juga sedang melakukan penelitian terhadap topik yang serupa. Walaupun penelitian semiotika yang dilakukan oleh Saussure dan Peirce fokus terhadap bidang yang berbeda, terdapat beberapa kemiripan dari kedua penelitian tersebut.

Penelitian semiotika yang dilakukan oleh Saussure lebih fokus terhadap bidang linguistik. Sementara itu, Peirce lebih memfokuskan terhadap semiotika terhadap tanda di lingkungan sekitar (hlm. 21). Namun, kedua teori semiotika tersebut memiliki kesimpulan yang sama, yaitu agar kita dapat merubah tanda dari berbagai wujud menjadi sebuah pesan yang dapat dimengerti (hlm. 13). Selain itu, kedua teori tersebut juga menjelaskan bahwa untuk memahami cara untuk menyaring makna dari sebuah tanda, kita harus memahami struktur dari sebuah tanda (hlm. 32).

Berdasarkan Peirce, ia membagi tanda menjadi tiga kategori, yaitu *Icon*, *Index*, dan *Symbol* (hlm. 33):

1. *Icon*: *icon* (ikon) merupakan representasi fisik dari sebuah tanda. Fotografi dapat menjadi contoh dari sebuah ikon karena melalui fotografi, hal ini dikarenakan foto tersebut dapat merepresentasikan kemiripan subjek yang telah difoto. Contoh lain dari ikon adalah onomatopoeic words, yaitu suara ikonik yang dapat merepresentasikan sesuatu secara suara.
2. *Index*: *index* (indeks) merupakan tanda yang terkait secara langsung terhadap tanda yang ingin direpresentasikan. Contoh dari sebuah indeks adalah asap yang menjadi sebuah indikasi adanya api. Rambu lalu lintas juga merupakan contoh dari indeks karena merepresentasikan situasi nyata dimana rambu tersebut diletakkan. Contohnya adalah rambu lalu



lintas tentang batas kecepatan merepresentasikan situasi nyata batas kecepatan di wilayah tersebut.

3. *Symbol: symbol* (simbol) merupakan tanda yang tidak memiliki hubungan yang logis antara tanda lain dan artinya. Arti dari sebuah simbol hanya didasarkan oleh pemahaman seseorang tentang arti dari tanda tersebut. Pengertian dari simbol ini dapat dipengaruhi oleh kebiasaan dan kebudayaan suatu lokasi. Contoh dari simbol adalah sebuah gambar silang warna merah yang diartikan sebagai organisasi kesehatan. Bendera dapat menandakan sebuah wilayah kekuasaan atau organisasi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa simbol dapat memiliki arti yang tidak menentu.

Peirce juga mengidentifikasi tiga jenis level atau properti sebuah tanda. Level ini mengacu kepada bagaimana manusia melambangkan sebuah tanda dengan beberapa aspek berbeda dalam kehidupan mereka seperti perasaan, representasi, dan kebiasaan. Peirce menamakan ketiga level ini *Firstness*, *Secondness*, dan *Thirdness* (hlm. 34):

1. *Firstness*: mengacu kepada persepsi yang secara langsung terjadi terhadap sesuatu tanpa tambahan perhitungan mental atau emosional. Hal ini bisa dideskripsikan sebagai perasaan atau suasana hati. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *firstness* merupakan kesan pertama yang kita rasakan pada tanda itu sendiri tanpa melibatkan penjelasan lebih lanjut. Salah satu contoh dari *firstness* adalah saat seseorang merasa sedih.
2. *Secondness*: mengacu kepada representatif suatu hubungan antar objek atau peristiwa yang konkret dan nyata. Rambu lalu lintas dapat dikategorikan kedalam level *secondness* karena merupakan representasi fisik dari keadaan di lingkungan sekitar. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *secondness* merupakan fakta nyata yang direpresentasikan oleh sebuah tanda.

3. *Thirdness*: mengacu kepada representatif suatu hubungan antar objek atau peristiwa yang abstrak atau secara mental. Contohnya adalah kata “bintang dan garis” yang biasanya akan diasosikan dengan bendera Amerika Serikat. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *thirdness* merupakan asosiasi abstrak dari sebuah tanda. Setiap orang dapat memiliki asosiasi yang berbeda terhadap suatu tanda karena tidak ada peraturan atau fakta konkret terhadap tanda tersebut.

#### 2.4 Desain Karakter

Menurut Tillman (2019), alasan mengapa manusia mengingat sebuah karakter, baik dari masa kecil mereka atau media terkini, adalah karena dapat mengaitkan (*relate*) diri mereka dengan karakter tersebut (hlm. 2). Oleh sebab itu, penting bagi desainer untuk merancang karakter yang dapat merepresentasikan target audience yang ingin dicapai. Sehingga, karakter yang dirancang tidak hanya dapat diingat, namun juga dapat menjadi contoh yang baik (*role model*). Dari pernyataan tersebut, penulis tertarik untuk merancang desain karakter yang dapat merepresentasikan para penyandang disabilitas mental dan intelektual. Namun, karena media yang masih general, sulit bagi penulis untuk merancang sebuah karakter yang dapat secara tepat merepresentasikan para penyandang disabilitas mental dan intelektual, baik secara visual maupun karakteristik mereka saat bersosialisasi dengan lingkungan. Hal ini didasarkan oleh observasi yang telah dilakukan di Ulaka Penca, dimana setiap siswa memiliki visualisasi yang beragam. Sehingga, sulit untuk menarik kesimpulan dalam hal visual dan karakteristik. Namun, dalam buku “*Creative Character Design*” yang ditulis oleh Tillman, perancangan sebuah karakter dapat didasarkan dari beberapa elemen. Elemen tersebut terdapat dalam perancangan sebuah karakter untuk menciptakan karakter yang memiliki peran yang signifikan dalam cerita dan dapat memberikan kesan bagi para pembaca. Berdasarkan Tillman, desain karakter merupakan proses yang mencakup *archetypes*, *storytelling*, originalitas, bentuk dan siluet, referensi, estetika, dan faktor “wow”.

### 2.4.1 Arketipe (*Archetypes*)

Archetypes merupakan pengelompokan beberapa jenis sifat kedalam beberapa kategori. Sebuah archetypes dapat menjadi contoh kepribadian yang ingin ditiru oleh manusia karena dianggap sebagai karakter yang ideal (hlm. 11). Berdasarkan Tillman, beberapa jenis archetypes yang paling umum digunakan adalah sebagai berikut:

1. *The Hero*: merupakan tokoh yang biasanya didefinisikan sebagai seseorang yang pemberani dan rela untuk menolong orang lain.
2. *The Shadow*: merupakan musuh dari *The Hero* yang biasanya digambarkan sebagai seseorang yang kejam, misterius, tidak menyenangkan, dan jahat.
3. *The Fool*: merupakan tokoh yang terlihat selalu kebingungan dan menyusahkan tokoh lain. Tokoh ini diciptakan dengan tujuan memberikan informasi lebih tentang bagaimana *The Hero* atau *The Shadow* mengatasi sebuah permasalahan. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana tokoh tersebut memperlakukan *The Fool* saat membuat sebuah kesalahan.
4. *The Anima/Animus*: merupakan tokoh yang menjadi gambaran *love interest* baik bagi karakter dalam cerita maupun penonton. Tokoh ini dirancang untuk menarik perhatian dan memicu emosi penonton jika sesuatu terjadi pada tokoh tersebut.
5. *The Mentor*: merupakan tokoh yang memiliki banyak ilmu yang diperlukan oleh tokoh utama. Biasanya tokoh ini digambarkan sebagai seseorang yang lebih tua karena banyak budaya yang mengasosiasikan bahwa seseorang yang lebih tua memiliki ilmu yang tinggi.
6. *The Trickster*: tokoh ini memiliki keterkaitan yang erat dengan seorang *puppet master* yang ingin mengontrol tokoh dalam cerita untuk mengikuti keinginannya. Biasanya tokoh ini merupakan ujian tersulit bagi tokoh utama sebelum berhadapan dengan tokoh antagonis.

### 2.4.2 Cerita (*Storytelling*)

Salah satu alasan utama mengapa seseorang akan menjadi tertarik pada sebuah karakter adalah karena sebagai manusia, kita ingin tahu sebanyak mungkin tentang suatu hal (hlm. 25). Oleh sebab itu, penting sebagai desainer untuk memberikan informasi dibalik sebuah karakter yang sedang dirancang. Dengan demikian, orang yang melihat karakter tersebut dapat mencari tahu lebih lanjut dan semakin tertarik dengan karakter yang dirancang. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Chriss Scott yang dikutip dalam buku yang mengatakan bahwa cerita merupakan hal yang membuat audience tertarik pada sebuah katakter (hlm. 29). Saat merancang cerita dari sebuah karakter, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan:

1. *Who*: siapakah karakter tersebut?
2. *What*: apa yang dilakukan karakter dalam cerita tersebut?
3. *When*: kapan cerita tersebut berlangsung?
4. *Where*: dimana cerita tersebut berlangsung?
5. *Why*: kenapa karakter ingin melakukan suatu hal dalam cerita?
6. *How*: bagaimana karakter melakukan hal tersebut?

### 2.4.3 Orisinalitas (*Originality*)

Tillman menyatakan bahwa sekarang sulit untuk menjadi original karena pasti akan berkaitan dengan suatu hal yang telah dirancang sebelumnya (hlm. 42). Oleh sebab itu, akan lebih baik saat merancang sesuatu untuk memberikan suatu bentuk orisinalitas dibandingkan menciptakan sesuatu yang orisinal secara keseluruhan. Tillman menyarankan para desainer untuk menuangkan ide secara tertulis dan menyertakan hak cipta secepat mungkin karena kemungkinan seseorang juga sedang merancang hal yang sama. Tillman juga menyarankan untuk melakukan riset terhadap topik yang akan dirancang karena akan sulit untuk membuat sesuatu yang unik jika tidak mengetahui apa yang sudah ada sebelumnya (hlm. 52).

#### **2.4.4 Bentuk dan Siluet (*Shape and Sillhouette*)**

Sebuah bentuk dapat dikaitkan dengan sebuah sifat atau kepribadian. Dalam bukunya, Tillman mencontohkan persegi yang memiliki sifat yang stabil, jujur, dan maskulin. Segitiga memiliki sifat yang agresif, aktif, dan licik. Lingkaran memiliki sifat yang melindungi, anggun, dan nyaman (hlm. 56 – 59). Dari pernyataan tersebut, desainer dapat menggunakan bentuk untuk membantu menyampaikan pesan tentang kepribadian atau sifat sebuah karakter. Hal ini dilakukan dengan melakukan *emphasis* terhadap bentuk yang sesuai dengan sifat karakter kedalam perancangan desain karakter tersebut. Selain bentuk, siluet juga penting dalam perancangan desain sebuah karakter. Siluet merupakan hal yang penting untuk membuat sebuah karakter mudah untuk dikenali oleh *audience*. Semakin mudah audience dapat mengenali sebuah karakter melalui bentuk sederhana, maka karakter tersebut semakin mudah untuk diingat (hlm. 61 – 62).

#### **2.4.5 Referensi (*Reference*)**

Cara terbaik untuk memastikan bahwa perancangan akan menjadi akurat adalah dengan menggunakan referensi dan latihan sketsa *life drawing* (hlm. 73). Berlatih untuk menggambar hal dari dunia nyata sebagai subjek latihan dapat melatih daya ingat karena subjek tersebut akan banyak bergerak dan berpindah posisi. Kegiatan ini juga disebut dengan mengembangkan *visual library* seseorang (hlm. 75). *Gesture drawing* juga merupakan bentuk latihan yang dapat mengembangkan visual library karena melatih untuk fokus terhadap gerakan, energi, pose, dan *mood* saat menggambar (hlm. 76). Latihan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti meminta seseorang untuk melakukan pose atau menggunakan foto.

#### **2.4.6 Estetika (*Aesthetic*)**

Saat memikirkan estetika dalam sebuah desain karakter, terdapat beberapa hal yang harus dipikirkan. Pertama, apa kelompok usia yang ditujukan dari desain karakter tersebut. Kedua adalah *genre* dari karakter

tersebut. Hal ini merupakan proses untuk mengenali *target audience* (hlm. 86). Tillman mengelompokkan usia menjadi empat kelompok:

1. Umur 0 – 4: karakter akan memiliki kepala dan mata yang besar, badan yang pendek, warna yang cerah, dan bentuk sederhana.
2. Umur 5 – 8: karakter masih memiliki kepala yang besar namun tidak sebesar untuk kelompok umur 0 – 4 tahun. Warna karakter menjadi lebih redup dan memiliki bentuk yang lebih detail.
3. Umur 9 – 13: karakter menjadi lebih detail. Proporsi tubuh dan warna menjadi lebih realistis.
4. Umur 14 – 18 keatas: karakter mirip dengan dunia nyata. Proporsi lebih realistis. Warna dan detail menjadi lebih kompleks.

Tillman juga menjelaskan bahwa dalam merancang karakter dalam sebuah genre perlu diingat bahwa ada suatu ciri khas yang selalu dicari oleh fans dari genre tersebut (hlm. 90). Ciri khas tersebut juga selayaknya diimplementasikan kedalam desain karakter tersebut. Salah satu ciri khas tersebut adalah warna. Warna merupakan hal yang menjadi rujukan karena mudah untuk diimplementasikan dan memiliki artinya tersendiri (hlm. 91).

#### **2.4.7 Faktor “wow” (“wow” Factor)**

Tillman mengatakan bahwa faktor “wow” merupakan faktor yang membuat karakter yang kita rancang menjadi lebih menarik. Hal ini dapat diciptakan melalui warna, siluet, estetika, atau hal lain yang dianggap keren (hlm. 102). Namun, faktor “wow” hanya dapat mulai dipikirkan setelah seluruh cerita karakter tersebut telah selesai dirancang terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan faktor “wow” harus konsisten dan masih memiliki relevansi dengan cerita. Hal ini dapat diterapkan melalui desain pakaian yang dikenakan oleh karakter tersebut. Selain penampilan luar, faktor “wow” juga dapat terciptakan melalui kontras antara penampilan luar dengan kepribadian karakter. Hal lain yang dapat dilakukan adalah “melanggar peraturan” sebelumnya dan menambahkan desain pada karakter hanya karena desainer melihat desain tersebut sebagai hal yang keren (hlm. 106).

## 2.5 *Storytelling*

Menurut Dahlstrom (2020), setiap cerita akan memiliki bagian awal, tengah, dan akhir (hlm. 1). Struktur ini telah menjadi panduan dasar bercerita dalam berbagai media. Hal ini mengakibatkan adanya kemiripan alur bekerja saat melakukan perancangan yang berhubungan dengan bercerita. Hal ini juga dialami oleh Dahlstorm dengan ayahnya. Sebagai *UX designer*, Dahlstrom menceritakan bagaimana ada banyak kemiripan cara bekerja ayahnya, yang merupakan seorang penulis buku, dengan dirinya yang merancang produk digital. Dalam bukunya yang berjudul “*Storytelling in Design*”, Dahlstorm menyatakan bahwa terdapat tiga elemen yang harus ada dalam sebuah cerita, yaitu dapat menggambarkan sebuah imajinasi, memiliki alur yang dinamis, dan unsur kejutan (hlm. 2).

Dahlstorm menyatakan bahwa *storytelling* memiliki berbagai peran dalam Sejarah. Sebelum kata-kata tertulis diciptakan di Mesopotamia, manusia menceritakan tentang kisah yang mereka alami. Bercerita menjadi cara untuk terhubung dengan sesama dan menyampaikan informasi untuk generasi berikutnya. Hal ini memastikan Sejarah, fakta, dan beberapa budaya yang telah menjadi kebiasaan Masyarakat tidak hilang (hlm. 4). Berbeda dengan tujuan awal dari bercerita, yaitu untuk memberikan informasi, muncul fabel yang bertujuan untuk memberikan pesan moral. Fabel merupakan kisah fiksi yang melibatkan hewan, tumbuhan, atau makhluk mitos yang memiliki karakteristik layaknya manusia. Dalam sejarah, cara bercerita ini bertujuan untuk mengajarkan pesan moral dan pelajaran mengenai kehidupan. Walaupun dengan tujuan yang berbeda, bercerita dianggap sebagai sebuah kesenian. Hal ini terjadi pada abad pertengahan Dimana seorang *storyteller* dianggap sebagai pekerjaan yang paling mulia (hlm 5). Memiliki kemampuan untuk memberikan sebuah dampak merupakan kemampuan yang dimiliki *storyteller* yang handal. Kemampuan ini juga diperlukan dalam dunia *branding*. Hal ini dikarenakan bercerita memiliki peran penting untuk mempertahankan sebuah komunitas dan identitas (hlm. 6). Dengan berbagai tujuan sebuah cerita, terdapat berbagai jenis media yang dapat memfasilitasi tujuan tersebut.

Menyampaikan cerita secara verbal dari mulut ke mulut merupakan cara paling awal seseorang dapat bercerita. Cara bercerita ini digabungkan dengan gestur dan ekspresi untuk menyampaikan naratif yang ingin dikomunikasikan (hlm. 7). Biasanya cara bercerita ini dilakukan dengan cara menyampaikannya dihadapan para penonton yang duduk melingkari pembawa cerita. Selain menyampaikan cerita secara verbal, cerita dapat digambarkan pada permukaan batu. Cara penyampaian cerita ini dinamakan *rock art* yang juga menjadi rutinitas masyarakat saat berburu. Gambar pada batu juga berguna bagi pembawa cerita untuk mengingat cerita yang ingin diceritakan (hlm. 7). Hal ini dikarenakan gambar yang ada pada batu tersebut dapat menjadi bukti fisik dan tidak mudah memudar seiring berjalannya waktu. Setelah menggambar pada batu, masyarakat berkembang dan mulai mengukir cerita mereka pada material yang dapat mereka bawa. Saat tulisan mulai berkembang pada abad ke-32 SM, cerita dapat tersebar ke area yang lebih luas. Masyarakat akan menggunakan material yang mereka miliki untuk menulis atau menggambar cerita mereka. Beberapa material yang biasanya mereka gunakan berupa kayu, bambu, kulit, tanah liat, tulang, gading, dan material tekstil. Material tersebut digunakan hingga tahun 1040 di Cina, dimana mereka menciptakan sistem percetakan buku kertas yang terbuat dari porselen (hlm. 7). Penemuan ini terus berkembang hingga pada abad ke-16, dimana terciptanya sistem Gutenberg yang melahirkan buku cetak. Penemuan ini mulai digunakan secara universal pada tahun 1480, melahirkan pekerjaan seperti penulis dan *blogger*. Sekarang, cerita dapat disampaikan menggunakan media dan cara yang lebih fleksibel dan bervariasi.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa cerita yang dikisahkan hanya dapat diobservasi dan didengarkan. Sekarang, cerita tidak hanya dapat didengarkan, namun pendengar juga dapat ikut berpartisipasi secara aktif dalam cerita tersebut (hlm. 13). Salah satu contoh cerita yang secara aktif melibatkan partisipasi penonton adalah film *Black Mirror: Bandersnatch* yang dapat disaksikan di *Netflix*. Dalam film tersebut, penonton dapat memiliki kegiatan yang dilakukan oleh karakter utama (hlm. 13). Dengan demikian, mereka secara tidak langsung juga berkontribusi dalam alur cerita tersebut. Selain film,



terdapat media seperti *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) yang tidak hanya memberikan interaksi, namun juga pengalaman yang *immersive*. Artinya, pengguna dapat secara langsung berinteraksi didalam dunia yang diciptakan dalam cerita tersebut. Pengalaman yang *immersive* akan dapat dieksekusikan dengan baik saat sebuah cerita dapat disampaikan secara konsisten dan terstruktur.

Dahlstrom (2020) menyatakan bahwa ada beberapa hal penting saat membuat sebuah cerita seperti struktur dan elemen yang ada didalamnya. Dahlstrom mengutip *Seven Golden Rules of Storytelling* milik Aristotle sebagai salah satu hal yang perlu diperhitungkan saat membuat sebuah cerita. Pada abad ke-3 SM, Aristotle menulis sebuah karya berjudul "*Poetics*" dimana ia membahas tentang hubungan antara karakter, tindakan, dan perkataan, dan bagaimana sebuah pertunjukan drama membangkitkan reaksi para penonton. Melalui karya tersebut, ia menyimpulkan bahwa ada tujuh kaidah dalam membuat cerita, yaitu alur, karakter, tema, diksi, lagu, dekorasi, dan spektakel (hlm. 23):

1. Alur (*plot*): merupakan rangkaian peristiwa yang akan menggerakkan cerita dari awal sampai akhir yang telah disusun secara saksama.
2. Karakter (*character*): tokoh dalam cerita yang memiliki tabiat, watak, sifat, kepribadian, atau akhlak.
3. Tema / pikiran / ide (*theme / thought / idea*): penjelasan tentang tindakan karakter atau latar belakang cerita.
4. Diksi / bahasa (*diction / speech*): pembicaraan yang terjadi dalam cerita, baik dari dalam diri karakter, antar karakter, atau narator.
5. Lagu / refrain (*song / chorus*): lagu atau suara yang mendukung cerita
6. Dekorasi (*decor*): desain lokasi terjadinya cerita.
7. Spektakel (*spectacle*): sesuatu yang memunculkan dampak bagi penonton yang akan mereka ingat.

## 2.6 Gaya Visual

Menurut Brooks (2016), saat merancang karakter, seorang seniman harus memikirkan tentang ide, intensi, dan konteks dari perancangan tersebut (hlm.10). Brooks menyatakan bahwa saat kira merancang karakter untuk kebutuhan pribadi, seniman memiliki kebebasan untuk merancang karakter tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini berguna saat para seniman ingin melakukan eksplorasi ide atau merancang menggunakan media yang berbeda. Namun, kebebasan ini juga dapat menghalangi proses perancangan karena terkadang sebagai desainer sulit untuk melakukan kritik terhadap karya mereka sendiri. Hal ini dapat diatasi dengan cara meminta masukan dari sudut pandang berbeda saat sedang merancang karakter. Hal ini dapat dilakukan dengan meminta masukan dari teman maupun anggota keluarga. Saat seniman merancang karakter untuk kebutuhan orang lain, seperti sebagai bentuk komisi, seniman memiliki tugas untuk menyerap informasi dari cerita atau media yang memerlukan karakter tersebut dan kemudian mengilustrasikannya sesuai dengan cerita atau media tersebut.

Bagaimanapun tujuan dari perancangan karakter tersebut, Brooks menyatakan bahwa terdapat empat hal penting yang perlu diperhatikan bagi para seniman untuk mempersiapkan diri (hlm. 4). Pertama, seniman harus memikirkan cakupan dari proyek yang mereka sedang kerjakan. Tujuan dari perancangan karakter yang mereka lakukan dapat mempengaruhi jenis desain yang diperlukan. Contohnya adalah saat merancang karakter untuk sebuah proyek animasi. Karakter yang diperlukan dalam media animasi akan memiliki gaya visual yang lebih sederhana untuk meminimalisir waktu animator untuk menggambar setiap *frame* animasi. Oleh sebab itu, seniman perlu fokus kepada bentuk sederhana dan meminimalisir detail yang sekiranya tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan karakter maupun cerita. Pernyataan ini juga berhubungan dengan hal kedua yang perlu diperhatikan oleh seniman saat merancang karakter, yaitu waktu. Tergantung dengan jenis proyek yang akan dilakukan, seniman harus dapat menyesuaikan proses perancangan dengan waktu yang mereka miliki. Sebaiknya, para seniman dapat membagi waktu dengan baik apabila mereka memiliki deadline tertentu dalam proyek mereka. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan

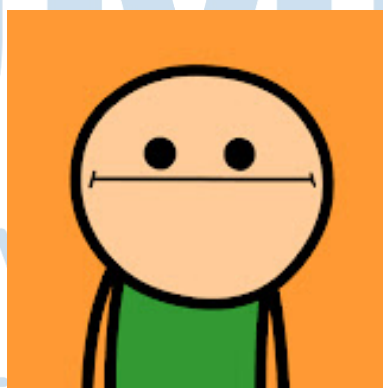
perancangan karakter apabila diperlukan revisi. Hal ketiga yang perlu diperhatikan adalah riset pasar dari karakter yang mereka rancang. Pernyataan ini berhubungan dengan tujuan mengapa karakter tersebut diperlukan atau dirancang. Apabila karakter tersebut dirancang untuk sebuah komik, animasi, atau kartun lain, ada baiknya jika dilakukan riset pasar terhadap media serupa untuk melihat jenis karakter yang biasanya digunakan dalam media tersebut. Terdapat alasan tertentu mengapa sebuah karakter dapat menjadi terkenal. Oleh sebab itu, seniman perlu mempelajari dan mengambil kesimpulan dari karakter yang sudah ada untuk dijadikan inspirasi. Pernyataan ini berhubungan dengan hal terakhir yang perlu diperhatikan oleh seniman dalam perancangan karakter, yaitu kemiripan. Salah satu tujuan penting dari melakukan riset adalah untuk menemukan berbagai jenis desain karakter lain yang telah ada. Hal ini dilakukan tidak hanya untuk mencari inspirasi, namun juga untuk menghindari agar karakter yang kita rancang menjadi terlalu mirip dengan karakter yang sudah ada. Kemiripan ini perlu dihindari agar karakter yang ingin kita rancang memiliki keunikan mereka tersendiri dan dapat menonjol dari karakter lain.

Dalam merancang sebuah karakter, terdapat beberapa gaya visual yang digunakan untuk memvisualisasi karakter tersebut. Menurut Brooks, terdapat dua hal utama yang dapat mempengaruhi gaya visual yang digunakan (hlm. 16). Hal pertama adalah bagaimana interpretasi kita terhadap suatu karakter. Hal ini berhubungan dengan pengalaman pribadi seseorang sebagai seniman dan bagaimana kemampuan mereka berkembang seiring berjalannya waktu. Hal kedua adalah media yang digunakan dalam perancangan karakter tersebut. Media tersebut dapat berupa buku komik, poster, animasi 2D maupun 3D. Dalam media berupa komik, terdapat jenis gaya visual yang bervariasi. Hal ini tergantung dengan jenis komik tersebut. Komik yang menyajikan cerita pendek atau memiliki topik pembahasan yang ringan akan menggunakan gaya visual yang lebih sederhana dibandingkan dengan komik yang memiliki alur cerita yang kompleks. Namun hal ini tidak bersifat mutlak dan biasanya tergantung kembali dari penulis komik tersebut. Dalam media animasi 2D (*two dimensions*), terdapat beberapa batasan yang perlu dipikirkan saat merancang karakter. Hal ini dikarenakan dalam

proses animasi 2D, setiap *frame* animasi perlu diilustrasikan. Oleh sebab itu, karakter yang memiliki detail atau desain yang rumit akan memakan waktu lebih lama untuk dianimasi. Berbeda dengan proses animasi 3D (*three dimensions*), dimana beberapa batasan yang ada saat melakukan animasi 2D tidak berlaku. Namun, terdapat beberapa hambatan yang bersifat teknis seperti kekuatan software dan hardware yang digunakan saat melakukan proses produksi animasi. Dalam bukunya yang berjudul “*Creating Characters: Fun and Easy Guide to Drawing Cartoons and Comics*”, terdapat 6 jenis gaya visual yang sering digunakan, yaitu *The Super-Simple Cartoon*, *The Stylish Cartoon*, *The Edgy Cartoon*, *Cutting Edge Comics*, *Anime and Manga*, dan *Semi Realistic Comics* (hlm. 17).

### 2.6.1 *The Super-Simple Cartoon*

Gaya visual *The Super-Simple Cartoon* dideskripsikan sebagai gaya visual yang paling sederhana. Hal ini dikarenakan penggunaan warna dan detail yang minim dalam gaya visual tersebut. Limitasi bentuk dan warna tersebut membuat para seniman dengan gaya visual *The Super-Simple Cartoon* menggunakan kombinasi bentuk dan warna yang mudah diingat dan menarik perhatian. Penyederhanaan tersebut membuat gaya visual ini memiliki kesan yang imut dan sesuai untuk anak-anak. Oleh sebab itu, gaya visual ini kerap digunakan dalam media yang ditujukan kepada anak-anak.



Gambar 2.2 ExplosmEntertainment  
Sumber: *YouTube*

Salah satu seniman yang menciptakan kartun dengan menggunakan gaya ilustrasi ini adalah ExplosmEntertainment di *YouTube*. ExplosmEntertainment merupakan seniman asal Amerika yang menciptakan komik sejak tahun 2005 di *website* mereka, yaitu *explosm.net*. Mereka juga menciptakan animasi singkat di *channel YouTube* mereka. Sebagian besar dari komik dan animasi yang mereka publikasikan memiliki topik pembahasan yang bervariasi dan di bahas menggunakan cara parodi atau komedi. Dengan demikian, animasi dan komik yang diciptakan, dapat dinikmati dengan demografis penonton yang lebih luas. Hingga saat ini, ExplosmEntertainment memiliki lebih dari 12 juta *subscriber* di *YouTube* dan hampir 2 juta pengikut di *Instagram*. ExplosmEntertainment juga memiliki original series berjudul *Cyanide & Happiness* yang mereka publikasikan di *YouTube* dan *website* mereka.

ExplosmEntertainment merupakan salah satu seniman yang menggunakan gaya visual *The Super-Simple Cartoon*, namun karya yang mereka ciptakan kurang pantas untuk dinikmati oleh anak-anak. Berdasarkan karakter yang sering terlihat dalam animasi dan komik mereka, ExplosmEntertainment menggambarkan karakter mereka menggunakan kepala berbentuk lingkaran dengan mulut berupa dua titik besar dan mulut yang digambarkan menggunakan garis tipis. Karakter tersebut digambarkan menggunakan bentuk kotak dan hanya menggunakan satu warna untuk melambangkan baju. Tangan dan kaki dari karakter tersebut digambarkan menggunakan garis. Hal ini kurang menunjukkan anggota tubuh lain seperti tangan, jari, telapak kaki, atau leher. Karakter yang digunakan dalam animasi dan komik yang diciptakan hanya diwarnai menggunakan warna hitam sebagai warna garis, warna kulit, dan warna baju. Elemen visual tersebut membuat gaya visual ExplosmEntertainment masuk kedalam kategori *The Super-Simple Cartoon*. Namun, animasi dan komik ExplosmEntertainment bukan merupakan animasi yang pantas untuk dinikmati oleh anak-anak. Hal ini dikarenakan topik yang di bahas terkadang memiliki unsur dewasa dan terkadang mengucapkan kata-kata yang kurang pantas untuk di contoh oleh anak-anak.

### 2.6.2 *The Stylish Cartoon*

Gaya visual ini memiliki kriteria yang serupa dengan *The Super-Simple Cartoon*, yaitu memiliki limitasi bentuk dan warna yang menghasilkan gaya visual yang sederhana. Namun, hal yang membedakan gaya visual *The Stylish Cartoon* dengan *The Super-Simple Cartoon* adalah detail dan proporsi yang lebih terlihat. Salah satu contoh detail dan proporsi yang mulai diperlihatkan dalam gaya visual ini adalah kelengkapan anggota tubuh karakter manusia dan penggunaan baju yang terlihat lebih jelas. Hal ini dikarenakan gaya visual tersebut yang kerap digunakan untuk menunjukkan ciri-ciri atau keunikan sebuah karakter dalam media komik dan animasi. Sehingga, dapat diartikan bahwa gaya visual ini memiliki visualisasi yang mudah untuk diingat dan mudah untuk diimplementasikan kedalam berbagai sudut pandang dan ekspresi wajah.



Gambar 2.3 Blogicomics  
Sumber: [www.blogilates.com](http://www.blogilates.com)

Salah satu contoh seniman yang menggunakan gaya ilustrasi ini adalah Blogicomics yang diciptakan oleh Cassey Ho. Cassey Ho merupakan seorang *fitness coach* dan *entrepreneur* asal Amerika yang menjual berbagai keperluan *fitness* seperti pakaian dan tas di *website* Pop Flex dan mempublikasikan video terkait olahraga di *YouTube*. Selain itu, Cassey Ho juga menciptakan komik sederhana yang memfokuskan pada kehidupan sehari-harinya terkait olahraga yang dia publikasikan di akun instagramnya, yaitu @blogicomics. Hingga saat ini, *channel* blogilates di *YouTube* telah meraih hampir 10 juta *subscribers* sejak tahun 2009. Semestara itu, Cassey Ho sudah memiliki lebih dari 700 *post* di akun tersebut dan telah memiliki 560 ribu pengikut.

Dalam komik yang dia publikasikan di *Instagram*, Cassey kerap kali menggambarkan seorang gadis berambut hitam yang menggunakan pakaian berwarna pink. Karakter tersebut merupakan representasi dari Cassey saat ia melakukan kesehariannya, terutama saat berolahraga. Dalam gaya visual yang ia gunakan untuk mengilustrasikan komik tersebut, karakter digambarkan dengan proporsi kepala lebih besar dibandingkan dengan keseluruhan tubuhnya. Kepala karakter tersebut digambarkan dengan bentuk yang lonjong dan memiliki mata, mulut, dan telinga. Terkadang mata yang digambarkan menggunakan dua titik dengan garis di atasnya untuk merepresentasikan alis dan terkadang mata digambarkan menggunakan bentuk lingkaran dengan lingkaran yang lebih kecil didalamnya untuk merepresentasikan pupil dan cahaya yang terpantul pada mata. Gaya visual yang digunakan juga menggambarkan lengan beserta tangan dan jari tangan. Hal yang sama juga diterapkan pada kaki dimana diperlihatkan detail telapak kaki atau Sepatu yang digunakan. Berbeda dengan gaya visual *The Super-Simple Cartoon* dimana detail baju tidak terlalu diperlihatkan, dalam gaya visual yang digunakan dalam komik ini, detail antara baju dan celana lebih diperlihatkan dengan jelas. Dengan demikian, gaya visual yang diterapkan dalam komik blogcomics termasuk kedalam gaya visual *The Stylish Cartoon*.

### **2.6.3 *The Edgy Cartoon***

Gaya visual ini serupa dengan *The Super-Simple Cartoon* dan *The Stylish Cartoon*, yaitu *The Edgy Cartoon* lebih sering digunakan dalam media kartun karena memiliki visualisasi yang sederhana karena menggunakan warna dan detail yang minim. Namun, hal yang membedakan *The Edgy Cartoon* dengan gaya visual lain adalah cara penggambaran yang lebih menggunakan bentuk yang kaku dengan ujung dan memiliki banyak sudut. Kebanyakan bentuk yang membangun gaya visual *The Edgy Cartoon* adalah bentuk persegi dan persegi panjang. Hal ini mengakibatkan gaya visual ini memiliki kesan yang tajam dan *angular*. Sehingga, *silhouette* yang diciptakan dari gaya visual ini memiliki bentuk yang unik dan mudah diingat. Hal ini dapat terjadi karena gaya visual ini lebih bergantung dengan kombinasi bentuk dibandingkan kombinasi warna.



Gambar 2.4 Samurai Jack  
Sumber: *Prime Video*

Salah satu contoh kartun yang memiliki gaya visual ini adalah *animation series* bernama Samurai Jack. Pertama kali dipublikasikan pada tanggal 10 Agustus pada tahun 2001, Samurai Jack mengisahkan tentang seorang samurai muda bernama Jack yang dikirimkan ke masa depan distopis oleh sosok kejam bernama Aku. Kini Jack harus mencari portal yang dapat mengembalikannya ke dimensi waktu asalnya sambil memusnahkan efek kejahatan Aku. Samurai Jack dapat ditonton di Cartoon Networks dan berbagai situs streaming lainnya.

Gaya visual dalam Samurai Jack merupakan salah satu hal yang menarik. Karakter utama dalam *animation series* ini, yaitu Jack, digambarkan sebagai seorang samurai yang menggunakan baju tradisional Jepang berwarna putih dengan rambut terikat rapih. Selama perjalanannya, Jack selalu membawa pedang yang ia gunakan menjadi senjata utamanya untuk bertahan hidup. Jack memiliki fitur wajah yang digambarkan menggunakan bentuk segi empat sebagai bentuk dasar untuk mata dan hidung dengan garis berwarna hitam sebagai mulutnya. Wajah Jack juga digambarkan dengan bentuk kotak dengan dua segitiga di atasnya yang melambangkan rambutnya yang telah di ikat. Selain wajah Jack yang digambarkan menggunakan bentuk segi empat, bentuk jari Jack juga didasarkan dengan bentuk segi empat. Hal ini membuat jari tangan Jack terlihat seperti persegi panjang. Baju putih yang Jack gunakan juga digambarkan menggunakan bentuk geometris sederhana. Terlihat banyak sudut yang digunakan untuk melambangkan lipatan pada baju yang digunakan Jack. Penerapan bentuk segi empat juga terlihat pada pedang Jack, dimana gagang dan batang pelindung pedang berbentuk segi empat beserta dengan bilah besi pedang itu sendiri.



#### 2.6.4 *Cutting-Edge Comics*

Berbeda dengan gaya visual lain yang telah dibahas, gaya visual *Cutting-Edge Comics* akan lebih sering ditemukan dalam media komik. Dalam buku tersebut, gaya visual ini dideskripsikan sebagai gaya visual yang identik dengan shading yang cenderung menggunakan metode *hatching* atau *cross hatching* dan menggunakan warna yang gelap dan cenderung hitam. Hal ini dilatarbelakangi dengan penghematan warna tinta yang akan digunakan saat menggambar komik, terutama dalam proses pencetakan. Sehingga, segala jenis bentuk, garis, dan bayangan akan diilustrasikan menggunakan warna hitam. Sedangkan, metode *hatching* digunakan sebagai cara seniman untuk melakukan arsir dengan cara menggambarkan garis-garis yang berdekatan dan memiliki arah yang sama.



Gambar 2.5 Nightwing  
Sumber: DC Comics

Terdapat banyak jenis komik yang menggunakan gaya visual *Cutting-Edge Comics*. Beberapa contoh media yang populer adalah komik yang diterbitkan oleh DC Comics dan studi lainnya seperti Marvels dan Dark Horse. Ketiga studio tersebut memiliki komik yang memiliki gaya visual yang serupa dengan *Cutting-Edge Comics*. Proporsi karakter yang digambarkan dalam komik tersebut memiliki proporsi yang realistis. Sehingga, lebih banyak detail yang digambarkan pada karakter tersebut. Selain karakter, latar belakang juga digambarkan dengan tingkat detail yang tinggi. Segala hal ini dilakukan agar komik yang diciptakan terlihat realistis. Dengan demikian, komik tersebut akan terlihat serupa dengan realita dan semakin mudah untuk dipercaya.

### 2.6.5 *Anime and Manga*

Sesuai dengan namanya, gaya visual ini identik digunakan dalam media anime dan manga. Gaya visual ini memvisualisasikan karakter manusia dengan mata yang besar, hidung yang kecil, dan dagu yang runcing. Beberapa karakteristik tersebut sering diimplementasikan dalam media anime dan manga karena masih dapat menyederhanakan visual dari karakter manusia dan menimbulkan kesan imut dengan mata yang besar dan sering kali memiliki detail yang lebih banyak dibandingkan elemen lain dalam sebuah karakter secara keseluruhan. Penekanan sifat yang imut dalam media anime dan manga diharapkan agar dapat lebih menarik perhatian penonton. Hal ini dikarenakan psikografis penduduk di Jepang yang lebih cenderung menyukai hal yang memiliki kesan imut dan menggemaskan. Namun, seiring dengan perkembangan anime dan manga yang begitu pesat, banyak seniman yang bereksplorasi dan tidak terpaku dengan beberapa elemen tersebut, bahkan telah menciptakan penggambaran karakter yang unik.



Gambar 2.6 Caesar Anthonio Zeppeli  
Sumber: *Netflix*

Salah satu contoh anime dan manga yang memiliki gaya visual yang berbeda dengan deskripsi yang diberikan dalam buku Brooks adalah *franchise Jojo's Bizarre Adventure*. Gaya visual dalam anime dan manga *Jojo's Bizarre Adventure* (JJBA) banyak menarik perhatian penggemar anime dan manga karena memiliki gaya visual yang berbeda dengan anime dan manga lain. Anime dan manga memiliki gaya visual tipikal yang dideskripsikan dalam buku Brooks, yaitu

memiliki dagu dan hidung runcing, tubuh yang ramping, dan mata yang besar. Walaupun JJBA tidak mengikuti gaya visual tersebut, JJBA berhasil menjadi salah satu *franchise* yang sukses di Jepang dan negara lain. Hal ini menunjukkan pengembangan media anime dan manga yang pesat. Tidak hanya melakukan eksplorasi dalam hal gaya visual, proses produksi anime juga telah mengalami perkembangan yang pesat. Salah satu contoh yang terlihat adalah berbagai studio animasi yang mulai menggunakan perangkat 3D untuk menganimasi karakter.

Walaupun tidak memiliki gaya visual tipikal yang dideskripsikan didalam buku Brooks, JJBA masih memiliki beberapa karakteristik yang mengkategorikannya kedalam gaya visual anime dan manga. Gaya visual anime memiliki garis *lineart* yang tipis. Hal ini dapat terjadi karena proses pembuatan gaya visual anime yang didasari dari manga yang diadaptasi. Seorang seniman yang menciptakan manga, atau lebih dikenal dengan sebutan mangaka, akan menggunakan alat gambar yang dapat menghasilkan garis yang tipis. Hal ini dikarenakan sebelum komik dapat digambarkan secara digital, komik di gambar menggunakan kertas. Garis yang tipis meminimalisir tinta untuk tembus atau merusak kertas tersebut. Elemen visual tersebut terus diterapkan dalam anime dan manga hingga saat ini.

Dalam gaya visual JJBA, proporsi karakter terlihat lebih realistis dan cenderung *muscular*. Hal ini dikarenakan alur cerita JJBA yang menitikberatkan pada pertarungan dan latihan fisik yang berat. Proporsi wajah juga lebih realistis karena mata digambarkan lebih kecil, hidung digambarkan memiliki batang hidung dan lubang hidung, dan mulut yang lebih memperlihatkan bentuk bibir. Hal unik yang dilakukan oleh mangaka JJBA, Hirohiko Araki, dalam gaya visualnya adalah penggunaan metode arsir *hatching* yang ada disekitar area pipi, mulut, dan leher untuk menambahkan kesan bayangan. Metode *hatching* ini juga digunakan untuk melambangkan goresan dan luka pada karakter. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa gaya visual JJBA juga mengambil inspirasi dari gaya visual *Cutting-Edge Comics* dalam cara mengarsir. Namun, apabila dibandingkan dengan JJBA, komik DC Comics, Marvel, atau Dark Horse memiliki proporsi yang lebih realistis.

### 2.6.6 *Semi Realistic Comics*

Berdasarkan namanya, gaya visual ini merupakan gaya visual yang paling mendekati dan serupa dengan realita. Gaya visual ini juga sering digunakan dalam media komik. Namun, gaya visual ini juga sering digunakan dalam jenis ilustrasi statis lainnya. Hal yang membedakan gaya ilustrasi ini dengan gaya ilustrasi lain adalah karena memiliki visualisasi yang lebih realistis. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa visualisasi yang realistis tidak hanya bergantung dengan detail yang kompleks, namun juga proporsi dan perspektif yang serupa atau didasarkan dengan realita. Hal ini menimbulkan gaya visual yang memiliki kesan yang realistis dan lebih mudah untuk dipercaya.



Gambar 2.7 Guweiz  
Sumber: x.com

Gaya visual *Semi Realistic Comics* tidak hanya digunakan dalam media komik, namun juga media ilustrasi statis lainnya. Contohnya adalah seniman Gu Zheng Wei yang menggunakan gaya visual semi realistis dalam karya seninya. Terlihat proporsi karakter yang mendekati proporsi manusia di dunia nyata. Tidak hanya karakter, latar belakang juga digambarkan dengan level detail yang serupa dengan dunia nyata. Hal utama yang membuat gaya visual ini dapat meniru dunia nyata adalah minimnya penggunaan garis (*outline*) untuk menegaskan sebuah objek dalam ilustrasi. Hal ini dapat memberikan kesan realistis karena sesuai dengan dunia nyata, tepian sebuah objek tidak akan memiliki garis. Melainkan, dengan menggunakan cahaya (*highlight*) dan bayangan (*shadow*) yang terpantul

dari sumber cahaya, maka tepian sebuah objek akan terlihat. Hal ini merupakan hal yang diterapkan oleh Gu Zheng Wei. Setiap elemen visual yang terdapat dalam ilustrasi tersebut tidak memiliki garis (*outline*) untuk menegaskan setiap objek dan memisahkannya dengan objek lain. Namun, dengan menggunakan sumber cahaya dari luar ruangan yang terang, terbentuk pantulan cahaya dan bayangan yang terbentuk dan memisahkan setiap objek dalam ilustrasi tersebut. Selain memanfaatkan cahaya dan bayangan, gaya ilustrasi semi realistis memanfaatkan tekstur dari alat gambar yang digunakan untuk menciptakan sebuah ilustrasi untuk mereplika tekstur di dunia nyata. Dengan maraknya penggunaan perangkat digital untuk menciptakan ilustrasi, tekstur tersebut dapat direplika melalui jenis *brush* yang disediakan berbagai *drawing software*.

## 2.7 Warna

Menurut Eiseman (2017), memahami tentang warna merupakan hal yang penting dalam desain karena warna dapat melambangkan berbagai jenis perasaan dan suasana yang berbeda. Warna tidak hanya dapat membuat sebuah desain menjadi lebih indah, namun juga dapat mempengaruhi sudut pandang seseorang yang melihat desain tersebut. Hal ini dikarenakan warna merupakan salah satu elemen desain yang memiliki pengaruh besar dalam sebuah desain (hlm. 5). Eiseman menyatakan bahwa sejak usia kecil, manusia telah secara insting memahami pentingnya warna dalam kehidupan sehari-hari. Kuatnya hubungan manusia dengan warna membuat warna dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Warna berasal dari cahaya yang dipantulkan ke dalam mata (hlm. 14). Saat cahaya sampai ke arah mata, terdapat lensa yang dapat memfokuskan cahaya tersebut ke arah retina. Dengan demikian, saraf yang terhubung ke otak dapat memvisualisasikan hal yang di lihat oleh mata. Dalam tubuh, terdapat dua jenis sel yang dapat mendeteksi cahaya yang masuk ke arah mata, yaitu sel Rod dan sel Cones. Sel Rod merupakan sel yang dapat mengidentifikasi cahaya yang redup. Sedangkan sel Cones mengidentifikasi cahaya yang terang. Setiap sel tersebut dapat mengidentifikasi setiap warna dengan jenis gelombang yang berbeda. Gelombang tersebut merupakan hal yang dapat memunculkan kesan gradasi.

Salah satu aspek utama dalam warna adalah *color wheel* yang digunakan untuk memahami bahwa setiap warna memiliki jenis suhu yang berbeda (hlm. 22). Asosiasi ini muncul karena hubungan universal antara warna dengan lingkungan sekitar. Contohnya adalah warna merah yang biasanya terlihat pada api dan matahari. Hal ini menimbulkan asosiasi bahwa warna merah memiliki suhu yang hangat. Sedangkan warna hijau, biru, atau ungu sering terlihat pada lautan, langit, dan luar angkasa. Hal ini menimbulkan asosiasi bahwa warna-warna tersebut memiliki suhu yang dingin. Tidak hanya dengan suhu, warna juga memiliki asosiasi dengan perasaan.

Asosiasi warna dengan perasaan dipengaruhi oleh kebudayaan, Sejarah, dan tradisi tertentu (hlm.46). Hal ini dapat membuat pengalaman seseorang terhadap satu warna berbeda dengan orang lain. Beberapa fenomena juga dapat mempengaruhi bagaimana seseorang memandang sebuah warna. Contohnya adalah warna merah yang biasanya diasosiasikan dengan bahaya karena pengaruh lampu lalu lintas yang mengajarkan kita untuk berhenti saat lampu berwarna merah. Hal ini dilakukan karena jika tidak, maka ditakutkan akan muncul bahaya seperti tertabrak. Warna kuning sering diasosiasikan dengan kehangatan dan kebahagiaan karena berhubungan dengan matahari yang biasanya muncul saat langit sedang cerah dan cahayanya memberikan rasa yang hangat. Saat cuaca mulai terlihat suram, langit terlihat berwarna biru atau abu-abu. Hal ini menimbulkan asosiasi warna biru dan abu-abu sebagai warna yang menyedihkan.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa manusia telah memiliki hubungan yang kuat dengan warna sejak masih kecil. Seiring dengan waktu, sudut pandang seseorang terhadap sebuah warna dapat dipengaruhi dari berbagai faktor. Dalam membuat sebuah desain, penggunaan warna memiliki dampak yang besar mempengaruhi pesan, perasaan, dan sudut pandang seseorang terhadap desain tersebut. Oleh sebab itu, penggunaan warna perlu diperhitungkan agar dapat menimbulkan perasaan dan suasana hati yang diharapkan oleh desainer. Sehingga, desain yang telah di rancang dapat mempengaruhi siapapun yang melihatnya secara efektif dan efisien.