

2. STUDI LITERATUR

2.1 TEORI UTAMA

2.1.1 Animasi *Hybrid*

Menurut Jerina (2019) dalam tulisannya menyatakan bahwa perkembangan teknologi memajukan metode animasi komputer yang berbentuk 3D, dan sekaligus mulai menyingkirkan animasi metode yang digambar tangan. Akan tetapi, pada dasarnya walaupun animasi 3D memang efisien secara teknis dan mempermudah untuk membuat animasi yang sebelumnya rumit, bentuk animasi ini tetap tidak mampu mengekspresikan yang mampu disampaikan oleh bentuk seni animasi 2D. Dalam upaya menyatukan nilai artistik dengan efisiensi, terbentuklah bentuk animasi *hybrid*, yaitu kombinasi media animasi 2D dengan 3D.

Jerina (2019) menjelaskan lebih lanjut bahwa berdasarkan observasi yang dilakukan Jerina terhadap demonstrasi proses produksi animasi *hybrid*, ditemukan bahwa bentuk animasi ini memang mampu merealisasikan kedua aspek tersebut secara efektif. Sebagai contoh, ia mengambil film animasi *Paperman* (2012) dan *Spider-Man: Into the Spider-Verse* (2018) yang keduanya menginkorporasikan aspek *style* animasi 2D ke dalam animasi 3D. Kedua film animasi *hybrid* ini ketika mencapai publik melalui penayangan, diterima dengan luar biasa hingga mencapai sejumlah penghargaan berbeda termasuk Oscar dan Golden Globe Award. Hal ini menunjukkan potensi besar yang terdapat dalam animasi berbentuk *hybrid*.

Lukmanto (2018) mendukung makna *animasi hybrid* di mana digunakan campuran 2D dan 3D demi memasang jembatan antara fiksi dan realita. Sehingga penonton dapat merasakan koneksi antara dua dunia berbeda, dan mampu merasakan empati terhadap karakter dengan lebih mudah. Garis dari visualisasi 2D memberikan simbol kekerasan dunia, dan aspek *low-poly* 3D sebagai representasi sifat kekakuan diri karakter. Dari kesimpulan Lukmanto, dapat diketahui bahwa terdapat keterikatan psikologi dengan *art style*. Lukmanto

menggunakan media *hybrid* semaksimal mungkin untuk melekatkan perasaan frustrasi yang dialami karakter utama dalam filmnya. Ia juga berhasil memvisualisasikan perasaan itu menggunakan *hybrid animation* hingga dapat dicerna penonton.

2.1.2 *Color Script*

Seperti semua film animasi, umumnya terdapat fase di masa *pre-production* yang didedikasikan untuk membuat *color script*, yang berguna untuk menggambarkan emosi dan *mood* melalui warna. *Color script* secara teknis berupa sebuah urutan gambar yang tidak berfokus terhadap kualitas gambar itu sendiri, melainkan terhadap pemilihan warna sebagai alat artistik *storytelling*. Hubungan erat antara satu *shot* dengan yang lainnya sebagai transisi juga menunjukkan bagaimana cerita tersebut berjalan. (Aditya, 2023). Tidak hanya sebagai alat kreatif, tetapi perancangan *color script* bisa sebagai visualisasi teknis. Madigan (2014) menyatakan bahwa Bert Poole, dari pihak studio DreamWorks, menggunakan *color script* sebagai bantuan visualisasi pencahayaan serta pengarahan artistik yang terkandung dalam suatu *scene*.

Madigan menambahkan bahwa *color script* itu sendiri disusun dengan secara langsung mewarnai *scene* dengan warna yang diinginkan (2014). Namun, demi menyusun *color script* yang lebih matang, penting adanya untuk memperhatikan tahapan perancangannya secara detail. Tahapan pertama untuk menyusun *color script* menurut Aditya (2023) terutama adalah memilih kumpulan warna yang kemudian akan menjadi *color palette*. Satu warna pertama yang akan menjadi identitas keseluruhan film tersebut. Setelah itu dilanjutkan dengan penyusunan PCS (*pre-color script*). PCS adalah sejumlah persegi panjang yang berurutan berisi *scene* esensial dalam film beserta warna yang merepresentasikan makna atau *mood* yang diinginkan. Pemilihan dilakukan pertama dengan memilih kumpulan *scene* paling esensial (*key scene*) dan menentukan warnanya. Kemudian, dilanjutkan dengan pemilihan warna lain untuk *scene* lainnya, yang

akan mendukung filosofi makna dan *mood* pada *scene* terutama. PCS yang sudah matang kemudian dijadikan tonggak acuan untuk menyelesaikan sisa *color script*.

Blazer (2015) seperti dikutip dalam Aditya (2023) menyatakan bahwa pembuatan *color script* dilakukan dengan melukis di atas *storyboard* film secara langsung. *Storyboard* adalah visualisasi komposisi film yang menggambarkan posisi karakter, *background*, properti, set, dan lain-lain. Warna yang dipilih untuk dilukis di atas *storyboard* disesuaikan dengan *mood* cerita yang dibangun dalam tiap *shot*.

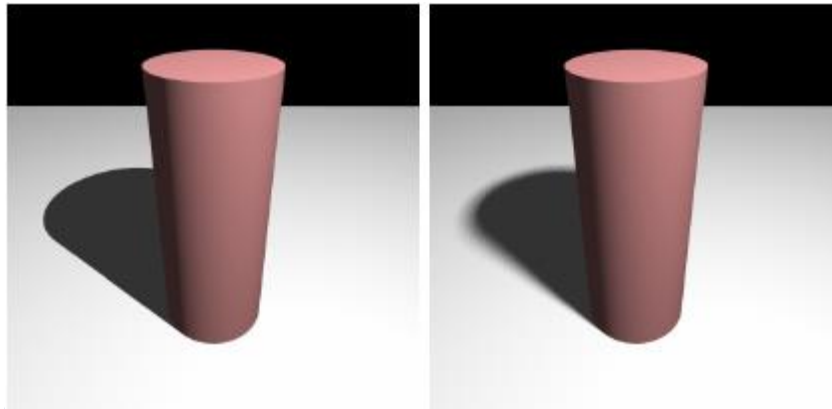
2.1.3 Intensitas Cahaya

Menurut Schaefer dan Salvato (1984) dalam Sugiarto dan Widiastuti (2020), intensitas cahaya mempengaruhi *mood* yang dibangun, serta perasaan para penonton, sehingga cerita bisa dicerna dengan baik sesuai visi *filmmaker*. Intensitas cahaya redup menghasilkan indikasi potensi terdapatnya “ancaman” konflik. Sebaliknya, intensitas cahaya cerah menghasilkan *lighting* dramatis. Bayangan yang dihasilkan pun mempengaruhi emosi yang diterima oleh penonton. Bayangan tajam memberikan indikasi rasa dingin dalam situasi *scene* atau menekankan bobot kepentingan dari *scene* tertentu, sedangkan bayangan yang halus memberikan indikasi situasi ringan.



Gambar 2.1 Intensitas Cahaya Cerah dan Intensitas Cahaya Redup

(Sumber: Abigail Amira Home, 2023)

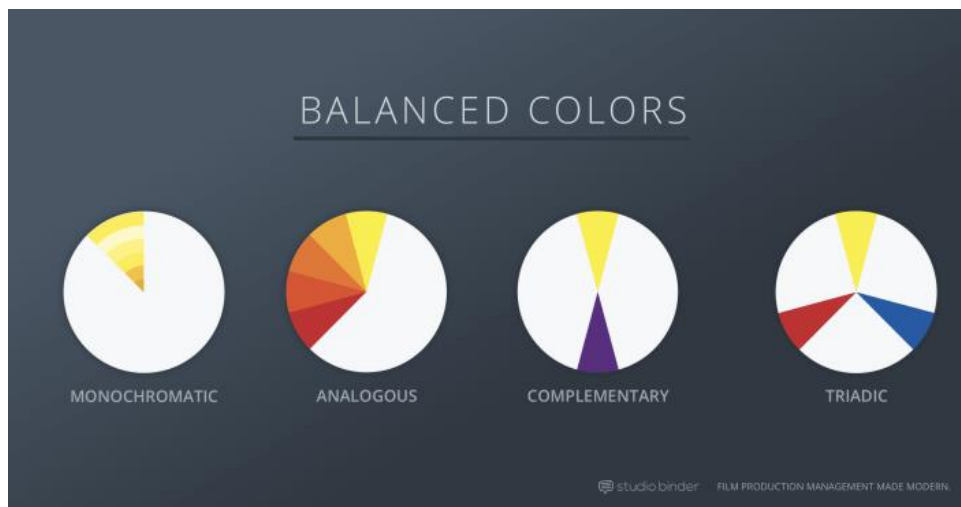


Gambar 2.2 *Hard Light* dan *Soft Light*
(Sumber: Joe Kniss dari ResearchGate, 2006)

2.1.4 Psikologi Warna

Sesuai dengan Eckstut (2016), teori warna tersendiri merupakan psikologi warna ketika sejumlah warna berbeda berkumpul serta mempengaruhi persepsi dan emosi. Adapun unsur dari warna-warna tersendiri berupa *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* memberikan indikasi warna secara general seperti merah, biru, atau hijau. Unsur *value* menandakan kegelapan warna dalam *grayscale*, yaitu seberapa dekat dengan warna hitam ataupun dengan warna putih. Terakhir yang berupa *saturation*, menandakan seberapa *vibrant* atau intens warna tersebut.

Di luar campuran ketiga unsur ini pada satu warna, adapun pentingnya mengetahui harmoni skema kumpulan warna yang digunakan. Contoh secara khusus ialah skema warna *analogous* yang menyatukan tiga warna bersebelahan pada *color wheel*, serta skema warna *complementary* yang menggunakan dua warna berseberangan untuk memaksimalkan kontras. Warna *complementary* pada umumnya untuk melambangkan konflik karena adanya warna “berlawanan” dalam satu *scene*. *Analogous* lebih digunakan untuk menunjukkan harmoni dan damai karena relasi dekatnya antara semua warna yang hadir di *scene*. Namun dari semua jenis harmoni warna, selalu terdapat warna dominan yang diberikan warna lain sebagai pendukung, dan warna lain lagi sebagai aksen.



Gambar 2.3 Skema Warna
(Sumber: StudioBinder, 2016)

Tidak lupa juga untuk memperhatikan *color psychology* secara spesifik untuk dikaitkan dengan persepsi umum manusia. Setiap warna memiliki makna dan emosinya tersendiri, yang bergantung pada persepsi sosial masyarakat, tradisi, religi, negara, dan sangat banyak faktor lainnya. Aditya (2023) mendukung teori warna dalam tulisannya yang menyatakan bahwa penonton mampu menginterpretasi warna tersendiri dengan *mood* atau emosi tertentu. Warna seperti kuning terhubung dengan rasa senang, biru dengan sedih, dan merah dengan gairah. Menurut Jiang (2022), perubahan kumpulan warna dan pola dikombinasikan dengan unsur artistik dari gambar bergerak adalah alat berguna untuk mengekspresikan emosi. Symbolisasi warna di film dan animasi diperalat oleh sutradara untuk memicu emosi dan makna filosofis melalui kemampuan visual para penonton sehingga, para penonton mampu “berpikir melalui warna”.

Setiap warna memiliki makna dan artinya tersendiri. Suniarni seperti dikutip dalam Ramadhani (2018) menandakan sejumlah warna kuku di film *Aquamarine* (2001) yang memiliki artinya tersendiri seperti perak dengan ketenangan, ungu dengan ambisi cinta, dan biru dengan kesedihan. Dalam contoh ini, sutradara menghubungkan warna dengan maknanya sesuai dengan landasan lingkup negara, yaitu secara khusus dengan budaya Amerika. Menurut Holzschlag

dalam Taufik (2017), warna memiliki makna semiotika yang berbasis respons psikologis umum manusia.

Dalam tabel yang disusun oleh Holzschlag, diberikan contoh berupa warna biru, yang memiliki arti keamanan, kepercayaan, dan kebersihan. Khusus dalam tulisan ini, penulis memerlukan fokus yang lebih erat terhadap ungu, kuning, dan oranye. Tabel yang tercantum pada jurnal Holzschlag dalam Taufik (2017) menyatakan bahwa warna ungu memiliki makna spiritual dan misteri. Warna kuning memiliki makna optimis, harapan, dan filosofi. Oranye memiliki makna energi, keseimbangan, dan kehangatan.

Tabel 2.1 Respon Psikologis Manusia terhadap Warna Menurut Holzschlag

Warna	Respons Psikologis yang mampu ditimbulkan
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan. nafsu, cinta, agresivitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan.
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
Oranye	Energi, keseimbangan, kehangatan.
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	Intelek, <i>futuristic</i> , modis, kesenduan, merusak.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, <i>innocent</i> (tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, ketakutan, keanggunan.

2.1.5 Teori *Mood*

Rossi (2019) dalam jurnalnya menyatakan bahwa *mood* merupakan fenomena yang terhubung secara erat dengan emosi manusia. *Mood* dikatakan sebagai hal yang dialami melalui persepsi manusia, sama halnya seperti emosi. Persepsi ini dapat kemudian dilanjutkan menjadi evaluasi, sebagai sebuah respons terhadap situasi yang sedang dihadapi. Oleh karena itu, *mood* mampu mempengaruhi proses evaluasi seseorang terhadap situasi yang sedang dilewatinya. Hal tersebut berlaku ketika menghadapi kehidupan sehari-hari, dan samanya juga dalam memberikan reaksi/respons terhadap karya seni.

Melanjutkan dari kata-kata Rossi yang menjelaskan *mood* dan emosi berhubungan, ditemukan bahwa kaitan tersebut lebih erat dari yang sebelumnya dikira. Ketika memperhatikan setiap tipe *mood* secara satu per satu, ditemukan terdapatnya satu tipe emosi yang terkait. Rossi memberikan contoh berupa *irritability*, *elation*, dan *fearfulness* sebagai tipe *mood*, dan ketiga tipe tersebut terkait dengan emosi berupa *anger*, *joy*, dan *fear*. Lebih lagi, *mood* dan emosi yang terkait, memiliki reaksi yang sama di mana *elation* dan *joy* keduanya memunculkan senyuman. Bahkan, ketika diketahui kemiripannya, setiap *mood* ini bisa didefinisikan sebagai emosi yang mana mereka terkait. Ketika dicari tahu mengenai “ketakutan”, akan ditemukan keduanya *fear* dan *fearfulness*.

Penulis mengambil fokus terhadap *mood* berbentuk *fearfulness* yang kemudian akan memicu emosi *fear*. Selain itu juga sebagai kontras, yang diambil adalah *mood* berbentuk *elation*, yang kemudian memicu emosi *joy*. Untuk mempermudah pembahasan, kedua *mood* ini diklasifikasi sebagai ketakutan dan kesenangan.

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

2.2 TEORI PENDUKUNG

2.2.1 *Avoidant Attachment Issues* dan *Hyper-Independency*

Levanda (2023) menyatakan bahwa seseorang dengan sensitivitas terhadap penolakan, sesungguhnya memiliki kecenderungan untuk memiliki *attachment issues* tersendiri yang berakar dari *attachment theory*. Teori ini dinyatakan terdapat empat jenis, yaitu *secure attachment*, *ambivalent attachment*, *disorganized attachment* dan yang penulis tarik fokus yaitu: *avoidant attachment*. Tipe *attachment issues* berupa *avoidant* menunjukkan bahwa karena tidak mendapatkan kebutuhan emosional yang cukup dari orang tua, maka individu tersebut tidak lagi mengandalkan mereka. Tanpa sosok tersebut, individu mengadopsi sifat yang menghindari kedekatan emosional apa pun dalam hidupnya. Sering kali individu yang sensitif terhadap penolakan (memiliki *attachment issues*) akan memicu sifat *hyper-independence* sebagai efek samping.

Menurut Isaacson (2020) dalam tulisannya, *hyper-independency* (serupa dengan *hyperindividualism*) merupakan paham yang meninggikan nilai mandiri, dan merendahkan nilai saling ketergantungan. Ketika dilihat melalui sejarah, warga yang umumnya terpengaruhi oleh pola pikir *hyper-independency* adalah wanita dewasa dan anak-anak. Pengamatan terhadap warga Amerika Serikat yang dijalankan oleh Case dan Deaton (2017) dalam tulisan Isaacson menunjukkan bahwa: manusia kulit putih (yang diobservasi) semakin condong memiliki jangka hidup yang semakin pendek. Penyebab terbesar dari hal ini terjadi bukanlah penyakit seperti kanker atau sakit jantung, tetapi perasaan kehilangan harapan, yang dipicu oleh kurang adanya hubungan dengan sesama manusia.

Brown (2012) seperti dikutip dalam Isaacson (2020) menyatakan bahwa manusia terikat secara duniawi terhadap tubuh biologis. Tubuh tersebut membutuhkan koneksi. Dengan adanya koneksi dengan sesama, barulah manusia bisa mendapat makna dalam hidup. Tanpa adanya hubungan erat, hidup individu akan dijalani dengan sengsara.

Pengamatan yang dilakukan melalui wawancara terhadap pengalaman trauma, memunculkan bahwa di belakang trauma ada efek samping yang sering kali mulai berkembang di bawah permukaan, berupa sifat *hyper-independency* (Roby, 2023). Riset ini dilakukan terhadap wanita dewasa yang mengalami banyak trauma selama masa kecilnya. Tampaknya semua peserta pengamatan mendapatkan peran sebagai pemimpin dalam pekerjaannya masing-masing ketika mereka memasuki umur dewasa. Hal ini menunjukkan bahwa bagaimana pun hidup masa kecil seseorang, trauma dan sifat negatif yang terbawa bersamanya (*hyper-independency*) bukanlah penghalang untuk korban. Demi meraih kesuksesan setelah pengalaman buruk bisa dilakukan salah satunya dengan berusaha menjalin hubungan dengan sesama.

2.2.2 Dunia Khayal

Sesuai yang disebutkan oleh Dubourg dan Baumard (2022), dunia khayal adalah lingkungan fiktif di mana konsumen cerita fiktif tersebut tidak terdapat akses untuk mengeksplor dunia tersebut. Terdapat banyak sekali dunia imajiner di cerita fiksi populer sedunia. Contoh narasi yang paling terkenal, seperti *The Lord of The Rings*, *Harry Potter*, *One Piece*, dan banyak lagi. Popularitas beberapa *franchise* tersebut menunjukkan bahwa konsumen banyak sekali yang tertarik dengan cerita yang berbasis dunia fiktif yang dibuat dari nol.

Sperber dan Hirschfeld (2004) dalam Dubourg dan Baumard (2022) menyatakan bahwa aspek dunia khayal pada suatu cerita fiktif memenuhi kebutuhan manusia untuk “berpetualang”. Jikalau pun informasi dalam narasi tersebut tidak berguna di dunia nyata, manusia tetap memiliki ketertarikan secara melekat terhadap sebuah dunia baru yang belum pernah mereka lihat atau alami sendiri. Otak mereka berupaya berpetualang di dunia asing tersebut dengan membaca cerita yang tertera, sehingga tanah fiktif itu telah dijelajahi secara tuntas.