

2. LANDASAN PENCIPTAAN

Dalam pembuatan desain *environment* proyek iklan parfum Terran, penulis ingin menciptakan sebuah latar yang dapat menceritakan suasana tenang yang dapat dirasakan apabila seorang konsumen mencium wangi parfum Terran. Dalam membentuk naratif tersebut, penulis menggunakan teori *Environment Design* sebagai landasan teori, serta simbolisme elemen *Feng Shui* yaitu *Yin* dan *Yang* yang dapat menonjolkan perancangan visual budaya Asia Timur yang ditampilkan. Dalam mendukung penggunaan konsep visual budaya Asia Timur, penulis pun menggunakan teori gaya arsitektur bangunan tradisional seperti pada paviliun Tionghoa dan kolam pemandian air panas Jepang.

2.1 *Environment Design*

Environment atau *set* dalam sebuah film adalah latar sebuah cerita yang secara visual dapat menunjukkan alur, waktu, dan suasana dalam sebuah adegan. Dalam membuat sebuah *environment* yang baik, dibutuhkan aplikasi prinsip *Mise en scene* sebagai salah satu cara memperlihatkan konteks sebuah adegan, hal ini mencakup komposisi sebuah *shot* yang memperlihatkan area dimana sebuah adegan berlangsung (Pramaggiore & Wallis, 2020). Dalam sebuah *setting*, komposisi perspektif dapat dimunculkan dengan cara penggunaan *foreground*, *middle ground* dan *background*, sehingga menghasilkan sebuah elemen tiga dimensi dalam sebuah *shot*.

Selain itu, *environment* sendiri memiliki kegunaan sebagai pendukung area pergerakan karakter dalam sebuah adegan animasi. Dalam memaksimalkan sebuah area, konsep desain grafis dapat digunakan untuk menghasilkan *environment* yang baik. Beberapa konsep desain grafis menurut Lammi (2021, hlm. 10-27), sesuai dalam menghasilkan desain *environment* yang baik ialah;

2.1.1 *Focal Point*

Penggunaan *focal point* dalam pembuatan *environment* memperjelas tujuan utama dalam sebuah adegan. *Focal point* menggunakan bentuk, warna, gaya, serta tekstur yang berbeda-beda, dalam membuat sebuah komposisi adegan yang menonjolkan

satu titik. Dengan *focal point* yang baik, sebuah latar dapat mendukung pergerakan sebuah karakter dalam adegan.

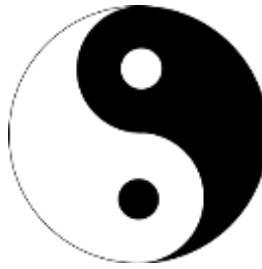
2.1.2 Contrast

Merupakan salah satu elemen yang dapat membantu terbentuknya *focal point* dalam sebuah adegan. Kontras dapat menggunakan tekstur, pencahayaan, detail, hingga warna dalam penggunaannya. Kontras dapat menambah sebuah daya tarik dalam sebuah adegan, dengan tidak adanya kontras dalam sebuah komposisi, penonton yang melihat sebuah adegan dapat merasa bingung mengenai dimana seharusnya titik sorotan utama adegan tersebut. Maka dari itu, kontras menjadi salah satu elemen penting pembuat *environment*.

2.2 Simbolisme prinsip Feng Shui, Yin dan Yang

Dalam pembuatan desain latar yang digunakan dalam karya penciptaan penulis, dikarenakan latar belakang *brand* Terran yang mengangkat budaya Asia Timur, maka dari itu penulis mengambil prinsip filosofi *Feng Shui*, agar hasil desain latar selaras dengan prinsip filosofi Asia Timur. Filosofi ini berasal dari kepercayaan Taoisme yang berkembang pada tahun 2700 Sebelum Masehi, *Feng Shui* merupakan salah satu prinsip yang digunakan dalam menata ruangan agar terciptanya sebuah ruang yang dapat memaksimalkan kemakmuran bagi orang yang tinggal didalamnya. Dalam filosofi *Feng Shui*, terdapat beberapa teori yang menganut satu tujuan, yaitu untuk mencapai ketenangan dan kemakmuran (Shafii, Yi, & Yassin, 2020).

Yin dan *Yang* merupakan sebuah teori dalam prinsip *Feng Shui* yang menunjukkan keseimbangan, terdiri dari dua energi yang saling berkesinambungan. *Yin* merupakan sebuah energi yang reseptif dan feminim, yang berada pada tempat tenang dan tidak aktif seperti area yang tidak memiliki jalan masuk atau area terbuka yang dapat mengalirkan udara seperti jendela atau pintu. *Yang* merupakan energi yang aktif dan maskulin, terdapat pada area dengan banyaknya pergerakan seperti area yang mendekati pintu.



Gambar 2.1 Simbol Yin dan Yang. Sumber: blog.prepscholar.com(2015)

Dalam mendesain tata latar yang berfokus dalam pembuatan kolam, Penulis menggunakan teori *Feng Shui* menurut Jafari(2023) yang berkaitan dengan simbolisme *Yin* dan *Yang* dalam ekosistem kolam (p. 94). Teori tersebut antara lain adalah;

2.2.1. Simbolisme *Yin* dan *Yang* dalam Air

Dalam kepercayaan Taoisme, air menjadi sebuah elemen yang penting dalam menghadirkan keseimbangan, atau memiliki energi *Yin* dan *Yang*. Dalam penggunaan air sebagai manifestasi keseimbangan, *Yang* merupakan air yang mengalir dan *Yin* merupakan tepian yang menerima air tersebut. Dalam pembuatan desain sebuah kolam air, ada simbolisme lain yang dapat merepresentasikan *Yin* dan *Yang*, seperti dengan adanya air terjun atau air mancur yang berada di sisi kolam. *Yang* merupakan air yang turun masuk kedalam kolam dan air yang menerima energi *Yang*, merupakan simbolisme energi *Yin*.

2.2.2. Simbolisme *Yin* dan *Yang* dalam Batu

Selain penggunaan air, penggunaan bebatuan pun menjadi salah satu bentuk simbolisme keseimbangan. Hal ini berasal dari kepercayaan bahwa sebuah gunung adalah poros dunia, dan sering diletakan di tengah-tengah perairan dalam lukisan Tionghoa. Gunung yang kokoh berdiri seringkali menjadi simbolisme energi *Yang*, dan bayangan gunung pada perairan merupakan simbolisme energi *Yin*. Maka dari itu dalam membuat area kolam, seringkali terdapat bebatuan di tengah air yang tenang sebagai simbolisme gunung memiliki energi *Yang*. Sedangkan air, yang menjadi simbol bayangan gunung memiliki energi *Yin*.

2.3 Tampak Visual Bangunan Tradisional Asia Timur

Dalam merancang desain *environment*, penulis membutuhkan elemen *environment* yang berhubungan dengan manusia, walaupun karakter yang digunakan merupakan karakter hewan. Hal ini didasari oleh konsep *brand* Terran yang mengangkat hubungan manusia dengan alam, khususnya alam Asia Timur. Dalam mengaplikasikan hal ini, digunakan tampak visual bangunan tradisional Asia Timur untuk memenuhi konteks lokasi, serta implementasi budaya Asia Timur dalam video iklan yang diproduksi. Dalam pembahasan tulisan ini, penulis akan berfokus kepada bangunan tradisional Tionghoa dan Jepang. Secara spesifik, tampak visual bangunan tradisional Tionghoa yang akan digunakan merupakan tampak gazebo tradisional, sedangkan tampak visual bangunan tradisional Jepang yang digunakan merupakan tampak visual ruangan upacara minum teh.

2.3.1 Tampak Visual Gazebo Tradisional Tionghoa

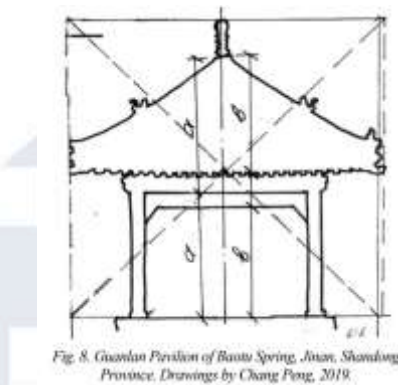
Dalam perkembangan kultural Negara Tiongkok, tampak visual Gazebo Tionghoa mengalami beberapa perubahan seiring berkembangnya zaman. Perubahan ini melingkupi fungsi gazebo, bahan gazebo, dan tampak gazebo. Pada penggunaan desain gazebo yang digunakan dalam karya penulis, akan digunakan salah satu tipe gazebo yang mengambil referensi dari bangunan asli bernama Paviliun *Guanlang*, yang terdapat Mata Air *Baotu*, Provinsi *Shandong*, Tiongkok.



Gambar 2.2. Foto Paviliun Guanlang. Sumber: *skullsinthestars.com*(2019)

Desain paviliun ini memiliki ciri khas yaitu ketinggian pilar paviliun yang dibagi menjadi dua, bagian atas digunakan dalam menopang atap, dan berhubungan

dengan pilar bagian bawah sebagai bentuk pondasi. Paviliun ini pun berbentuk persegi, dengan atap yang memiliki empat sisi dan satu susun. Pada atap paviliun terdapat puntung di sisi-sisi atap yang memiliki ketinggian berdasarkan perpotongan diagonal dengan lebar atap (Ivashko et Al., 2020).



Gambar 2.3. Sketsa perhitungan ukuran Paviliun Guanlan. Sumber: Ivashko, et. Al(2020)

2.3.2 Tampak Visual Ruang Upacara Minum Teh Jepang

Dalam kehidupan masyarakat Jepang, acara upacara minum teh menjadi salah satu simbolisme budaya yang cukup kuat. Hal ini dimulai dari dibawanya bubuk teh oleh masyarakat Tionghoa sebagai salah satu bahan baku obat-obatan, yang berkembang seiring berjalannya waktu dan zaman, upacara minum teh menjadi sebuah ritual yang digunakan para bangsawan sebagai simbol kekayaan, hal ini memunculkan banyak sisi estetika dan budaya baru. Salah satu tokoh yang menyempurnakan budaya ini merupakan *Sen no Rikyu*, seorang ahli teh yang berhasil membawa perasaan tenang yang dirasakan setelah minum teh yang disebut sebagai “*wabicha*” melalui estetika ruangan dan rancangan upacara minum teh (Zhang, 2021).

Tampak visual ruang upacara minum teh yang telah disesuaikan dengan rancangan *Sen no Rikyu* disebut sebagai estetika *Rikyu*, estetika ini menjadi salah satu standar kecantikan arsitektur ruang upacara minum teh di Jepang. Elemen yang harus digunakan dalam estetika *Rikyu* menurut Li (2024), merupakan:

- a. Terbaginya ruangan menjadi dua, yaitu ruangan upacara minum teh, dan taman yang berada di luar ruangan.
- b. Penggunaan bahan ruangan yang natural, seperti kayu, batu, tanah, pasir, jerami dan bambu.

- c. Objek peralatan minum teh yang memiliki bentuk informal dan bertekstur natural.
- d. Tanaman yang digunakan dalam taman tidak boleh memiliki warna yang mencolok.

Keempat elemen tersebut menjadi simbolisme penting dalam rancangan sebuah ruang upacara minum teh atau yang seringkali disebut sebagai *Chashitsu* (Shio & Suzuki, 2023), yang dipercaya telah berhasil dalam membuat para hadirin upacara minum teh mencapai perasaan *Wabicha*, atau ketenangan setelah melaksanakan upacara minum teh.



Gambar 2.4. Tampak Chashitsu tradisional. Sumber: milleniumjpgallery.com(2024)

3. METODE PENCIPTAAN

3.1. METODE DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pada penulisan karya ilmiah ini, penulis menggunakan metode penciptaan kualitatif. Metode kualitatif sendiri merupakan sebuah metode yang menghasilkan sebuah temuan tidak melalui prosedur statistik (Fiantika, et al., 2022). Hal ini menyimpulkan metode kualitatif sebagai metode yang menggunakan pendekatan perspektif-konstruktif, dimana penulis menafsirkan informasi yang ada secara interpretatif.

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan dua cara pengumpulan data bagi masing-masing data yang dibutuhkan dalam perancangan penulisan. Pengumpulan data primer dilaksanakan dengan metode observasi karya yang meliputi objek, karya statis, video pemasaran dan film animasi. Sedangkan data primer didapatkan oleh penulis melalui tinjauan literatur. Tinjauan literatur