



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Production Designer*

LoBrutto (2002) menyatakan bahwa seorang *production designer* adalah pemimpin sebuah departemen yang mengurus segala kebutuhan artistik dalam film. Segala aspek yang berhubungan dengan artistik seperti set, properti, lingkungan dalam lokasi, kostum dan *make-up* dikerjakan oleh *production designer*. Penataan artistik untuk sebuah film itu sangat penting maka dari itu *production designer* harus bisa membaca keseluruhan naskah supaya apa yang menjadi kebutuhan dalam film itu terpenuhi (hlm. 14). LoBrutto (2002) melanjutkan bahwa untuk mendesain sebuah film, seorang sutradara, penata kamera, dan *production designer* harus berdiskusi untuk merancang set ataupun dekorasi agar dapat mendukung narasi film. Setelah merancang, maka mereka mendiskusikan kembali agar menjadi satu konsep, karena yang menjadi tujuan dari pembuatan film adalah untuk membuat para penonton tertarik (hlm. 15).

Fischer (2005) mengatakan, setiap elemen atau objek yang dirancang dalam film bertujuan untuk memberi karakteristik pada karakter, dan yang bertanggungjawab atas elemen-elemen tersebut adalah *production designer*, yang mampu merancang dan memvisualkan desain pada film (hlm. 30). Elemen-elemen yang diaplikasikan ke dalam sebuah set menjadi daya tarik penonton, sebaliknya, ketika *production designer* tidak mengaplikasikannya dengan detail sesuai dengan konsep akan membuat film itu terlihat kosong.

2.2. Properti

Menurut LoBrutto (2002), semua benda yang dimiliki oleh aktor atau yang dipegang oleh aktor termasuk properti yang diatur dan dirancang oleh seorang *property master*. Pada set yang sudah dirancang oleh *production designer*, tiap elemen didalamnya bertujuan untuk mendukung narasi film. Contohnya baju kotor adalah termasuk bagian dari properti (hlm. 21). Barnwell (2004) menambahkan, tujuan utama yang ada pada setiap objek adalah untuk menjalankan film dan karakter. Pada sebuah narasi setiap elemen seperti karakter dan properti atau lingkungannya bekerja secara berhubungan (hlm. 75).

Whitlock (2010) mengatakan bahwa *production designer* tidak hanya mengandalkan sebuah warna, tetapi juga dari properti yang detail, atau dengan ruangan yang dibuat senyaman mungkin sesuai dengan lingkungannya, agar dapat mendukung cerita dari film. Misalnya sebuah rumah yang nyaman beserta dengan dekorasinya yang rapih, untuk mendukung narasi keharmonisan sebuah keluarga (hlm. 92).

2.3. Set

Menurut Thomson (1977) menyatakan sebuah set harus dibangun lebih meyakinkan, supaya yang terlihat ilusi semata seperti realita yang harus dipertahankan pada narasi, dengan kata lain harus terlihat seperti asli. Dalam sebuah dekade, set dibangun untuk lingkungan juga, supaya setiap periode di tempat yang berbeda, set mengikuti *stereotyped exterior* pada film (hlm. 14).

Barnwell (2004) menyatakan ketika membangun sebuah studio yang berada di *outdoor*, sebuah set juga harus meyakinkan para penonton bahwa realita yang terdapat pada narasi film tersebut tersampaikan. Lingkungan pada studio itu harus dibangun sedemikian rupa menyerupai periode yang ditetapkan dalam naskah film (hlm. 6).

2.4. 3D Character

Egri (1942) mengatakan pembentukan sebuah karakter juga dibuat sedetail mungkin, karena karakter mempengaruhi jalannya sebuah cerita, maka dari itu sebuah karakter harus dibedah sehingga kita mengetahui elemen-elemen apa yang diinginkan karakter. Dalam pembentukan sebuah karakter terdapat tiga dimensi untuk mengenal karakter lebih dalam, yaitu dimensi fisiologi, psikologi dan sosiologi. Tidak hanya mengenal karakter dari segi ruang lingkup lingkungan masyarakat dan keluarga saja, tetapi melalui *3D Character*, sifat dan karakteristik karakter dapat diperdalam untuk memenuhi kebutuhan narasi film (hlm.32).

2.4.1. Fisiologi

Menurut Egri (1942), dimensi yang paling tidak rumit pertama adalah dimensi fisiologi. Bagaimana kita bisa membedakan karakter ini dengan karakter lain, yaitu dari bentuk fisiknya. Segala bentuk fisiknya ini mempengaruhi lingkungannya dalam cerita (hlm. 33).

2.4.2. Sosiologi

Soekanto (1982) mengatakan sosiologi adalah suatu hubungan sosial yang bertujuan untuk mengetahui pola-pola kehidupan manusia pada lingkungannya. Interaksi antar umat manusia dan juga perihal sifat, hakikat, dan struktur masyarakat manusia (hlm. 20).

2.4.3. Psikologi

Rakhmat (2008) mengatakan psikologi adalah ilmu yang menjelaskan tentang seberapa pentingnya karakter itu dalam lingkungannya, sehingga ia bisa mengontrol kondisi mentalnya pada lingkungan (hlm.9). Begitu juga menurut Egri (1942), bahwa psikologi adalah ilmu yang menggabungkan segala sikap, ambisi, frustrasi, temperatur dalam diri karakter, yang bisa mempengaruhi jalannya sebuah film (hlm. 34). Dalam buku Sharp (1987) yang menjelaskan tipe-tipe kepribadian seseorang psikologi dibagi menjadi dua bagian yaitu ekstrasvert dan introvert (hlm.36). Yang akan dijelaskan berikut ini:

2.4.3.1 Ekstrasvert

Sharp (1987) mengatakan bahwa karakter ekstrasvert ini tertarik dengan lingkungan sekitar, contohnya ketika berada di lingkungan, karakter sangat merespon keadaan, karakter ini sangat berperan aktif untuk menyalurkan pikiran ke dalam sebuah acara (hlm. 37). Karakter ekstrasvert biasanya lebih terbuka oleh dunia luar, dari mulai kebiasaan dalam keseharian, kehidupan sosial, dan juga cara karakter bekerja di dunia kerja. Dibagi lagi menjadi tiga jenis ekstrasvert, yaitu:

1. *Extraverted Thinking Type*

Sharp (1987) mengatakan tipe karakter ini memiliki dasar bahwa apa yang dilihat adalah prinsip dan peraturan yang sudah untuk dirinya sendiri, idealis adalah ciri karakter ini. Menciptakan sistem yang terstruktur dan bisa dikerjakan secara efisien. Tipe ini selalu ingin beranggapan dengan pemikirannya yang menurutnya benar (hlm. 45). Aktivitas karakter ini sangat bergantung pada objek yang selalu didapati dari sumber-sumber yang intelektual. Nardi (1999) mendeskripsikan *extraverted thinking type* secara singkat, yaitu karakter yang terorganisir, terstruktur, mengoordinasi sebuah organisasi supaya terarah (hlm. 71). Dengan sifat yang agresif dan lebih menyombongkan diri, karakter ini bisa mendapatkan apa yang diinginkan.

2. *Extraverted Feeling Type*

Menurut Jung dalam kutipan Sharp (1987), tipe *extraverted feeling* sama dengan *extraverted thinking* yaitu pikiran karakter didominasi oleh sesuatu yang melibatkan suatu pemikiran berdasarkan data atau fakta, tetapi juga menciptakan sesuatu yang harmonis pada lingkungan sehingga lingkungan sekitarnya terpengaruh karena sifat karakter ini (hlm. 49). Biasanya karakter sering memuji dalam lingkungan sosial bukan berdasarkan penalaran atau asumsi dari pemikiran mereka sendiri, tetapi karena sifat keramahan mereka yang mendukung untuk mengatakan seperti itu. Menurut Pervin (2008) sifat dari karakter ini adalah

memiliki jiwa pemimpin, aktif, sangat ramah dengan sekitar dan juga aktif dalam keorganisasian (hlm. 268).

3. *Extraverted Sensation Type*

Sharp (1987) mengatakan tipe ini berorientasi dengan objek realitanya, karakter ini cenderung melakukan hal yang menggunakan fisik, contohnya ketika dikondisikan dalam keadaan yang mengharuskan seseorang untuk memberikan arahan jalan, dengan mudah karakter dengan sifat *extraverted sensation type* bisa membaca map dari kota yang baru. Tipe ini juga sangat memerhatikan lingkungan luar. Secara fisik juga karakter lebih memilih kegiatan yang membutuhkan kerja fisik seperti olahraga (hlm. 55). Sifat *extraverted sensation* ini suka melakukan hal-hal yang menantang dan terbuka dengan pengalaman baru, seperti berkenalan dan bersosialisasi dengan orang-orang baru. Menurut Suryabrata (1993), seorang yang memiliki sifat ini dipengaruhi oleh lingkungan luar karakter. Pikiran dan perasaannya dipengaruhi oleh lingkungan sosial maupun non sosial (hlm. 29).

2.3.4.2. **Introvert**

Menurut Sharp (1987) introvert adalah seseorang yang berbanding terbalik dengan seorang yang ekstravert. Sifat Introvert ini lebih berhati-hati dengan kondisi luar, tetapi dengan kesadaran diri yang dimiliki karakter ini, karakter bisa termotivasi untuk menjalani hari-hari. Hal ini dikarenakan hanya dari kesadaran dan kehendak diri sendiri saja mereka bisa mendeskripsikan keadaan luar keberadaan mereka (hlm. 67). Menurut Eysenck (2006), seorang introvert adalah seorang yang memiliki ciri-ciri karakter seperti sangat tenang, cenderung pesimis,

penuh kuatir, sederhana, menyendiri (hlm. 31). Adapun introvert dibagi lagi menjadi empat, yaitu:

1. *Introverted Thinking Type*

Menurut Jung dari buku yang dikutip oleh Sharp (1987), tipe ini adalah pribadi yang mudah termenung dengan imajinasi. Kadang dari pikiran saja karakter menciptakan suatu yang sulit dijelaskan untuk diri sendiri (hlm. 72). Seorang *introverted thinking type* memiliki karakteristik hampir tidak bisa membedakan tipe lawan, seperti tipe *extraverted thinking* dengan *extraverted feeling type* karena jarang komunikasi diantara mereka (Robinson, 2015). Keras kepala untuk dipengaruhi oleh dunia luar dan karena kurangnya pergaulan karakter dengan karakter lain seperti terisolasi dari rekan kerja, teman maupun keluarga.

2. *Introverted Feeling Type*

Sharp (1987) mengatakan, tipe ini paling sulit untuk dimengerti. Kedua tipe yang di atas lebih berorientasi pada gambar yang karakter pikirkan daripada fakta yang ada di lingkungan. Obyek pada *introverted thinker* terikat pada keidealan dalam pikiran, sedangkan *introverted feeling* tidak menunjukkan kepribadiannya secara langsung ke orang.

Sifat karakter ini menghindari acara-acara seperti pesta atau pertemuan bukan karena mereka anggap tidak penting tetapi tidak ada kemauan dalam diri mereka untuk mengikuti acara tersebut (hlm. 75). Menurut Nardi (1999), tipe karakter ini adalah termasuk karakter yang harmonis, tenang dan damai, serta sering mencari kesusaian di lingkungan (hlm. 71).

3. *Introverted Sensation Type*

Menurut Sharp yang mengutip dari kata Jung (1987), tipe untuk *introverted sensation* merupakan karakter yang tidak memiliki kesensitifan dalam berinteraksi atau dengan kata lain tidak peka terhadap lingkungan, karakter tidak peduli dengan apa yang dilihat tapi karakter ini hanya diam dan berperilaku seperti tidak melihat kejadian didepan mata. Karakter ini hanya mengurus dirinya sendiri dan dunianya (hlm. 79).

4. *Introverted Intuitive Type*

Menurut Sharp yang mengutip dari kata Jung (1987), tipe ini merupakan seseorang yang sulit dijelaskan. Selain sulit berinteraksi dengan lingkungan, biasanya hidup dengan dunia mistik. Sehingga terjadi kesalahan komunikasi, kekurangan pengetahuan, dan tidak pernah mengerjakan sesuatu sampai selesai (hlm. 84). Karakter ini mudah terbawa halusinasi dengan dunia sendiri. Ciri-ciri seseorang dengan sifat *introverted intuitive type* tersebut adalah egois, lupa waktu, tidak sengaja mengambil barang orang lain.

2.5. **Metafora Visual**

Menurut LoBrutto (2002), penciptaan sebuah simbol atau metafora visual merupakan salah satu bahasa sinematik yang berkolaborasi dengan suatu konsep, ide. Penulis naskah juga menuliskan konsep *mise en-scene* yang didalamnya termasuk untuk set dan properti (hlm. 7). LoBrutto (2002) menambahkan,

production designer mengambil ide cerita untuk mendesain metafora visual ke dalam bentuk visual, hal ini ditunjukkan untuk menyampaikan tema dari cerita dengan menggunakan bentuk ataupun gambaran yang memiliki makna dan aspek naratif (hlm. 25). Rizzo (2005) mengatakan, bahwa metafora menjadi sebuah alat untuk menghubungkan hal dalam dunia dengan sebuah karya seni. Metafora dalam *production design* merupakan cara untuk menggambarkan kata-kata dalam film menjadi konsep visual (hlm. 53). Charles (2016) menambahkan metafora visual yang kreatif dapat terjadi dalam berbagai genre film, tetapi dengan variasi visual menjadi ciri khas film itu sendiri dari film lain (hlm 11).

Sebagai contoh dalam film *Interiors (1978)* disutradarai oleh Woody Allen yang menceritakan sebuah drama tentang seorang wanita dan kerusakan psikologisnya yang telah ditimbulkan pada keluarganya. Eve, pemeran wanita, dengan karakteristik wanita yang perfeksionis dalam pekerjaannya, mempunyai emosi yang dingin terhadap keluarganya sehingga keluarganya tidak harmonis. *Production designer* merancang dinding rumah mereka dibuat seperti warna tanah liat, dinding-dinding jendela rumah yang menghadap ke arah pantai, di cat berbeda dari dinding lainnya untuk menciptakan keseragaman pada ruang. Di sini jendela memiliki metafora yaitu untuk menunjukkan refleksi pribadi dan konfrontasi karakter.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.1. Adegan Eve Berjalan Disepanjang Jendela
(www.pinterest.com)

2.6. Warna

Bellatoni (2005) mengatakan warna memiliki sebuah bahasa sendiri yang bisa mengartikan banyak hal pada karakter (hlm. xxv). Warna adalah alat komunikasi yang bisa menjadi alat penjelasan pada sebuah gambar. *Production designer* penting untuk mengetahui fungsi warna untuk naratif film. Begitu juga yang dikatakan Roger Deakins yang dikutip oleh Bellatoni (2005), sebelum seorang *production designer* merancang desain pada lokasi, terlebih dahulu mencoba warna itu pada sebuah cahaya, untuk mengetahui apa yang terjadi ketika warna dikenakan pada cahaya. Dengan proses tersebut, sebagai seorang *production designer*, harus melakukan percobaan terus menerus pada sebuah warna, karena warna adalah bagian terpenting dalam film (hlm. xxxi). Menurut Shorter (2012) mengatakan bahwa warna bisa digunakan ketika kita mengerti sepenuhnya plot pada film, sehingga warna dapat digunakan untuk berkomunikasi secara visual.

Warna sangat berfungsi ketika digunakan dalam film, televisi, maupun video untuk membedakan waktu yang ada pada cerita dari film. Sehingga *production designer* dapat membedakan zaman pada cerita dalam film itu hanya dengan menggunakan warna (hlm. 11). Misalnya pada adegan masa lalu, warna yang dapat digunakan yaitu warna yang tidak nyata pada zaman sekarang sehingga penonton dapat memahami sendiri pada zaman apa naratif film itu terjadi.

Psikologi warna menurut Bellatoni (2005), warna kuning menunjukkan kecerahan pada suatu elemen seperti dikenali dengan cerahnya matahari. Karakter yang memakai baju berwarna kuning menunjukkan bahwa karakter tersebut selalu menyemangati orang sekitarnya (hlm. 42). Dalam film pendek “*Memoir of Kanaya*” karakter Kanaya memiliki sifat yang introvert dalam lingkungannya, maka penulis memahami warna kuning dan oranye jika kedua warna tersebut digabung.

Dalam buku Bellatoni (2005) warna oranye memberikan suatu kehangatan dan juga kehadirannya yang membuat lawannya kagum dengannya, jika kuning bertemu dengan oranye, warna tersebut menjadi tidak mencolok dan tidak mengganggu pemandangan, karena psikologis warna kuning yaitu penyemangat dan memberikan kecerahan sedangkan oranye memberikan kehangatan pada lingkungan. Maka dengan warna tersebut menunjukkan emosi karakter tidak akan biasa saja tetapi menanggapi seorang secara sederhana, ceria dalam lingkungan tertentu (hlm. 47).

Sedangkan untuk warna biru dalam *moodboard* kantor Naya, menurut Bellatoni (2005), biru merupakan warna yang terdingin dalam spektrum warna. Jika warna biru terlihat secara terus menerus dalam film akan menimbulkan kesan simpatik pada penonton karena dengan memilih warna biru emosi dalam karakter tersebut akan keluar. Warna biru menunjukkan seorang yang memiliki luka yang dalam penderitaan karakter tetapi tidak mereka tunjukkan (hlm. 87).

