

Conference Proceeding: 2nd INTERNATIONAL CONFERENCE ON CREATIVE MEDIA, DESIGN & TECHNOLOGY (REKA2016)

KONSEP *BELIEVABILITY* PADA KARAKTER UTAMA DALAM FILM SERI ANIMASI ADIT DAN SOPO JARWO DAN KELUARGA SOMAT

Yully Ambarsih Ekawardhani ¹

Insitut Teknologi Bandung

¹ kineka69@yahoo.comImam Santosa ²

Insitut Teknologi Bandung

² imamz@fsrd.itb.ac.idHafiz Aziz Ahmad ³

Insitut Teknologi Bandung

³ hafiz@fsrd.itb.ac.id

ABSTRAK

Perbincangan awam mengenai karakter dalam film animasi berpusat pada tampilan visual, sifat, tindakan, gerakan, atau aspek lain yang sama dengan manusia. Bila ditarik pada ranah konseptual, maka mendesain sebuah karakter adalah membangun dunia yang merupakan perwakilan dari seseorang. Ini menunjukkan bahwa studi mengenai karakter dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan. *Believability* pada karakter dilakukan agar karakter dapat meyakinkan penontonnya, mampu menarik penonton ke dalam dunia narasi film animasi tersebut. Desain karakter dilakukan dengan mempertimbangkan *believability*, yaitu perlakuan pada desain yang mengacu pada ukuran sejauh mana penonton terlibat dan berempati pada karakter animasi. Konsep ini dapat dipelajari dari dua aspek, yaitu kebiasaan non-verbal dan relasinya dengan atribut pada karakter. Penelitian ini menekankan pada kajian karakter berdasarkan metode hermeneutik, mengacu pada semiotika Peirce. Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana nilai lokal diaplikasikan pada desain karakter yang dinilai mewakili kelompok masyarakat tertentu di Indonesia. Manfaat penelitian bagi keilmuan desain dan para pelaku bidang animasi untuk dapat mengembangkan olahan cerita dan mempertajam desain karakter yang telah dan/atau akan dihasilkan.

Kata kunci:

Believability, karakter, film, animasi, Indonesia

INTRODUCTION

menelusuri, bahkan memasuki pikiran termasuk tindakan masyarakat. Masyarakat hidup bersama, bergantung, berinteraksi bersama produk-produknya. Setiap hari masyarakat disugahi imajinasi, ilusi, dan fantasi, melalui media tertentu. Sebagai penonton masyarakat mengadopsi hal tersebut dan merefleksikannya dalam kehidupan sehari-hari. Tayangan sebagai media reflektif, maka perannya menjadi kompleks. Artinya konsep tayangan pun memiliki tanggung-jawab dalam membentuk karakter penontonnya. Televisi adalah salah satunya, melalui berita, film, iklan, maupun acara lainnya. Film animasi termasuk didalamnya, baik berupa film panjang maupun film seri. Dalam konteks ini, maka film animasi adalah produk budaya visual. Secara produksi film animasi tidak berbeda dengan film yang diperankan oleh aktor dan aktris yang mengisahkan suatu narasi. Gagasan yang ditampilkan pun beragam, terutama tentang kehidupan manusia, ditampilkan dalam narasi rekayasa yang berkesan realistik, tetapi bisa juga yang menunjukkan fantasi bahkan halusinasi. Film animasi menunjukkan realitas, tetapi semua yang tervisualisasikan adalah ciptaan manusia, menunjukkan gambaran ideal manusia pada gagasan itu sendiri. Sementara film menciptakan representasi melalui aktor dan aktris, maka animasi menciptakan aktor dan aktris yang dihidupkan melalui gambar. Secara sederhana pengertian animasi adalah gerak yang digambarkan. “[a]nimation is not the art of

drawings that move but the art of movements that are drawn; what happens between each frame is much more important than what exists on each frame" (McLaren dalam Pikkov, 2010). Mengamati berbagai aspek yang mewujudkannya, menunjukkan kompleksitas yang sistematis. Penelitian ini membatasi kajian pada aspek *believability* pada karakter, merujuk pada konsep dalam bahasa sastra yang disebut sebagai perwatakan. Perwatakan (*character*) mengarahkan pada dua pengertian yang berbeda, yaitu sebagai tokoh cerita yang ditampilkan dan sebagai sikap, ketertarikan, keinginan, emosi, dan prinsip moral yang dimiliki tokoh-tokoh tersebut (Stanton dalam Nurgiyantoro, 2000, 165). Karakter dalam film animasi, menjadi fokus perhatian atas peranannya dalam film, yaitu sebagai pemeran dan sebagai desain untuk memerankannya. Karakter adalah pembawa narasi, membawa dirinya dalam film untuk menjadi perwakilan seseorang dalam kehidupan nyata. *Believability* kemudian menjadi penting, sebagai salah satu aspek yang memperjelas tujuan keberadaannya dalam film. Karakter-karakter mempunyai fungsi dalam narasi, sehingga narasi menjadi bermakna. Makalah ini merupakan salah satu bagian dari proposal awal disertasi di Program Doktor Seni Rupa dan Desain ITB. Secara keseluruhan penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai narasi dan karakter pada beberapa judul film seri animasi produksi Indonesia, dilihat pada konteks bagaimana budaya diinterpretasikan melalui narasi dan *believability* pada karakter. Bagian ini merupakan rencana penelitian yang akan dilakukan, diawali dengan pembahasan mengenai *believability* yang diaplikasikan pada karakter-karakter utama dalam dua film seri animasi, yaitu Adit dan Sopo Jarwo dan Keluarga Somat. Selanjutnya karakter akan dibongkar melalui metode semiotika model Peirce. Film seri animasi produksi Indonesia bermunculan dari waktu ke waktu, meskipun belum segenyar negara lain. Selama bermunculan, beberapa mampu bertahan untuk diproduksi dalam waktu yang lama dan masuk dalam memori penontonnya, beberapa yang lain terlupakan. Selama tahun 2011-2014, ditayangkan tigabelas film seri animasi di televisi swasta nasional. Jumlah yang sangat sedikit untuk periode waktu tiga tahun, jika dibandingkan dengan negara yang menjadikan animasi sebagai industri besar. Rata-rata 3-4 film dalam setahun. Realitanya tahun 2011-2012 ditayangkan dua film di televisi. Peningkatan jumlah film terjadi pada tahun 2013, yaitu enam film tayang di televisi nasional. Tahun 2014 hanya satu film yang tercatat diproduksi. Ini menunjukkan dari segi jumlah masih jauh dari ideal untuk dikategorikan sebagai industri yang potensial untuk menyokong perekonomian negara. Kondisi ini bersifat alamiah, sebagaimana hal lain dalam kehidupan. Beberapa yang mampu bertahan akan tetap berada dalam benak dan menjadi pembicaraan di kalangan penggemarnya. Dua film seri yang dibicarakan dalam makalah ini adalah film produksi Indonesia yang masih ditayangkan sampai saat ini, satu judul masih diproduksi sampai saat penelitian ini dilakukan.

Perhatian pada dua judul film ini didasari oleh kemampuan film mengambil perhatian masyarakat, baik berupa komentar positif pada tayangan ulang di internet juga pada ujaran yang diulang-ulang oleh anak-anak ketika bermain. Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat apresiasi pada film tersebut. Sebagai contoh adalah ujaran seperti, "*Priit....pelanggaran... Penalti!*" atau "*Yang sabar ya, boss*". Keduanya berasal dari film Adit dan Sopo Jarwo. Ujaran lainnya adalah "*Demi kesejahteraan bersamaaa....*" berasal dari film Keluarga Somat. Sebagian contoh ini memperlihatkan bagaimana karakter yang merupakan representasi manusia, mampu menunjukkan kepada penontonnya bagaimana jika hal tersebut terjadi di antara mereka. Dengan kata lain film-film ini mampu mempunyai kemampuan refleksif bagi penontonnya. Film animasi adalah produk budaya visual, sehingga segala aspek visual yang ada pada film animasi berpijak pada idealisme visual. Keterlibatan teknologi menjadikan film animasi berada pada titik yang lebih 'maju' dibandingkan dengan karya visual yang tidak diperuntukkan 'bergerak'. Kategori film animasi adalah film, tetapi berbeda dari film biasa. Film biasa merekam gambar, semetara film animasi membuat gambar. Film biasa melibatkan aktor dan aktris, lokasi alam, properti yang nyata sehingga menggantungkan diri pada keberhasilan unsur-unsur tersebut. Sebagai contoh, jika akan mengambil gambar suasana alam pegunungan, maka tim akan mencari lokasi gunung yang sesuai dengan kebutuhan film. Pengambilan gambar akan dilakukan di tempat tersebut. Aktor atau aktris yang berperan akan menjalankan tugasnya sesuai dengan skenario. Sebaliknya film animasi secara keseluruhan buatan manusia, mulai dari pembuatan

konsep awal hingga menjadikannya sebagai produk tontonan. Maka jika membutuhkan gambar yang sama dengan film biasa seperti alam pegunungan, bagian pembuat latar akan menciptakan gambar alam pegunungan yang sesuai dengan kebutuhan film. Sebagai tambahan, jika alam ingin digambarkan memiliki daya hidup, maka objek yang digambar dapat dibuat seperti memiliki sifat dan ciri-ciri manusia. Selanjutnya gambar tersebut dihidupkan. Seakan-akan diberi nafas sehingga mampu bergerak dan memiliki emosi. Jika film biasa menggunakan aktor hidup, maka film animasi menghidupkan aktor. Setiap bagian dari produksi, baik sutradara, desainer, animator memposisikan dirinya sebagai 'pencipta', maka persoalannya adalah apa yang mendasari penciptaannya. Aspek yang menghidupkan karakter dapat dilihat dalam banyak aspek, karena itu *believability* dapat diteliti dalam berbagai bidang keilmuan, seperti psikologi, kinesiology, animasi dan akting. El-Nasr, M.S., Bishko, L., Zammito, V., Nixon, M., Wei, H., dan Althanos, V., (2009, h 3) dalam Ekawardhani, Santosa dan Ahmad (2015), menjelaskan bahwa, "*Believability is gauged by the extent to which a viewer engages and empathizes with an animated character*". *Believability* menjadi dasar dalam menciptakan hubungan emosional dan membangun empati pada karakter animasi tersebut. Karakter adalah karakter, sebuah desain yang diciptakan untuk berperan sebagai aktor atau aktris. Ketika diberi gerak dan menjadi hidup dalam film, maka karakter memiliki tugas yang sama dengan aktor atau aktris dalam film, yaitu menghidupkan peran tersebut.



Gambar 1. Karakter-karakter dalam film Adit dan Sopo Jarwo dan Keluarga Somat

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:ASJ_karakter.jpg dan <http://4.bp.blogspot.com/-BVHPrhAx7RY/VAqNCOZGRR1/AAAAAAAAATw8/XMezP4nmffA/s1600/Keluarga%2BSomat.jpg>

Menjadikan hidup berdampak pada beberapa kondisi, yaitu karakter terkait bagaimana secara visual ditampilkan dan bagaimana kualitas moral yang dibawanya. *Character is a complicated term that includes the idea of the moral constitution of the human personality, the presence of moral uprightness, and the simpler notion of the presence of creatures in art that seem to be human beings of one sort or another* (Holman, H. and Harmon, W., 1986, 81). Pada penelitian terdahulu, kualitas moral dalam film animasi dapat ditelusuri berdasarkan tujuh unsur yang dapat menjadi acuan dalam membuat desain karakter (Ekawardhani dan Rochmawati, 2014, 41), yaitu: Penyederhanaan objek, (2) Ekspresi, (3) Tingkah laku, (4) Motivasi, (5) Simpati dan empati, (6) Daya tarik karakter, (7) Penjiwaan peran (*personality*). Selanjutnya dijelaskan bahwa secara khusus penyederhanaan objek berdampak pada ekspresi dan tingkah laku. Kompleksitas bentuk secara realitas disederhanakan sehingga mempermudah upaya visualisasi pada ekspresi dan tingkah laku. Ekspresi dan tingkah laku diselaraskan karena akan berdampak pada pengenalan motivasi karakter. Motivasi pada karakter dapat diperlihatkan dengan jelas melalui ekspresi dan tingkah laku. Empat unsur diatas dikuatkan untuk menghasilkan tiga aspek berikutnya, yaitu simpati dan empati, yang bertujuan untuk menghanyutkan penonton dengan ceritanya. Menghasilkan daya tarik pada karakter, yang diwujudkan untuk mengikat simpati atau empati. Bagaimana keterikatan tersebut mewakili

kehidupan nyata penontonnya. Didukung juga dengan penjiwaan peran, pada karakter untuk mewakili penjiwaan penonton. Penelitian lain oleh Hayes-Roth, Maldonado, Moraes (2002) dalam Maldonado, H. Dan Hayes-Roth, B. (tanpa tahun) menjelaskan sepuluh kualitas kunci, yaitu: identitas, cerita latar, penampilan, isi pembicaraan, cara berbicara, cara bergerak/memberi isyarat, dinamika emosional, pola interaksi sosial, peran, dan dinamika peran. Kesepuluh kualitas ini merupakan tambahan pada penciptaan karakter terkait dengan peran karakter dan hubungan yang mungkin terjadi pada penontonnya.

Tabel 1. The Ten Key Perceived Qualities of Characters

No	Kualitas	Deskripsi
1	Identitas	Siapa karakter itu?
2	Cerita Latar	Apa yang membentuk siapa karakter itu?
3	Penampilan	Bagaimana batas perwujudan, memperluas dan mengkomunikasikan dirinya?
4	Isi Pembicaraan	Apa yang akan dibicarakan, apa yang dihindari dan bagaimana cara mengucapkannya?
5	Cara Berbicara	Bagaimana karakter mengekspresikan diri secara verbal?
6	Cara Bergerak/ Memberi Isyarat	Bagaimana karakter mengekspresikan diri secara non-verbal?
7	Dinamika Emosional	Apa yang membuat marah atau menyenangkan karakter, bagaimana cara mengekspresikannya, dan berapa lama perubahan emosi ini berlangsung?
8	Pola Interaksi Sosial	Bagaimana karakter menunjukkan dan bereaksi pada pihak yang berinteraksi dengannya? Apakah berubah sesuai dengan gender, usia, posisi, pengetahuan, atau waktu pengenalan pada sang interaktor?
9	Peran	Apa nilai-nilai yang ditambahkan pada film? Apa pekerjaannya?
10	Dinamika Peran	Bagaimana karakter berelasi pada karakter lainnya terkait dengan peran pada film?

LITERATURE REVIEWS

Visual Intelligence oleh Anne Marie Seward Barry

Jika membandingkan dengan kata-kata, maka citraan memiliki posisi penting dalam kaitannya dengan lubuk hati terdalam. Apa yang diekspresikan oleh citra visual bisa didekati oleh kata-kata, tetapi tidak sepenuhnya mampu tertangkap secara utuh. Kekuatan persepsi secara visual dapat dilihat mendominasi tulisan ataupun ujaran jika ditampilkan secara bersamaan. Citraan tersebut mampu menyentuh aspek emosional sebelum dipahami secara kognitif. Logika visual juga mampu berasosiasi dan secara holistik (bukan hanya linear), sehingga tidak hanya menyajikan dirinya sendiri secara realistis, tetapi juga bicara lugas tentang emosi, melewati logika, dan bekerja sesuai dengan prinsip-prinsip logis penalaran. Penjelasan dalam buku ini menekankan posisi citraan dalam narasi, bagaimana timbal-baliknya dalam sebuah karya logis seperti puisi, cerita komik dan film, termasuk film animasi. Berdasarkan penjelasan McCloud mengenai meng'kartun'kan:

"A form of amplification through simplification. When we abstract an image through cartooning, we're not so much eliminating details as we are focusing on specific details. By stripping down an image to its essential "meaning", an artist can amplify that meaning in a way that realistic art can't."

Penyederhanaan bentuk tidak selalu merupakan penghilangan detail, tetapi bisa menjadi cara membuat fokus, yang tidak dapat dilakukan oleh gambar realistik. Dalam hal ini tidak mengkartunkan objek adalah untuk mengarahkan pada ketajaman memahami objek secara holistik.

Toward Cross-Cultural Believability in Character Design oleh Maldonado, H., Hayes-Roth, B.

Penelitiannya memperlihatkan bahwa karakter mampu berperan perseptif pada penonton. Jika sebuah karakter diberikan sifat, ciri, perilaku yang menyerupai manusia, maka itu akan menjadi kualitas yang mampu menaikkan aspek *believable*. Karakter ciptaan memanfaatkan kesamaan dengan karakter metaforis dalam narasi, film dan televisi, memberikan variasi karakter yang menarik untuk menyamai variasi menarik manusia, sebagai elemen esensial manusia dan tampilan karakter. Karakter dimetaforakan untuk mewakili seseorang dalam kehidupan nyata, maka dijelaskan bahwa berbagai variasi menarik di antara manusia menjadi elemen yang mampu membangun pemikiran, emosional, sifat, kebiasaan sehari-hari. Chuck Jones, seorang kreator karakter di Warner Brothers, menyarankan pada animator sejawatnya, *"it is the individual, the oddity, the peculiarity that counts...eschew the ordinary, disdain the commonplace. If you have a single-minded need for something, let it be the unusual, the esoteric, the bizarre, the unexpected, such as a cat hooked on grapefruit."* (Jones, 1990, p.14, 20). Variasi-variasi pada karakter, bahkan pada skala ekstrim bisa jadi mempunyai kemampuan mengikat secara emosional. Secara emosional, manusia memiliki kemampuan berempati pada karakter yang berbeda dengan dirinya.

Creative Character Design oleh Byan Tillman

Tillman menjelaskan prinsip dasar mendesain karakter. Prinsip dasar ini merepresentasikan kepribadian dan ciri-ciri karakter yang dapat diidentifikasi. Banyaknya perbedaan pada prinsip dasar karakter ini tetapi hanya sebagian yang mungkin untuk terjadi pada cerita-cerita yang berbeda. Inilah yang akan menggiring suatu cerita dan memungkinkan untuk menjadi 'bumbu' pengembangan karakter. Jung dalam buku ini mengembangkan banyak arketipe dan maknanya, tetapi yang lebih sering digunakan adalah: si pahlawan, si bayangan, si bodoh, si anima/animus, si guru, si penipu. Tipe-tipe karakter ini dapat didesain menggunakan beberapa acuan, seperti bentuk dasar tertentu dan pertanyaan yang menjelaskan apa perannya dalam cerita. Desain karakter perlu dibuat memiliki keterkaitan, satu karakter akan menjadi kuat ketika ada karakter lainnya, bahkan lawannya. Pada dasarnya konsep desain karakter adalah biner, merupakan antithesis antara satu karakter dengan karakter lainnya.

PROBLEM STATEMENTS

Persoalan Motivasi dan *Believability*

Motivasi dalam beberapa penelitian disandingkan dengan model psikologi dan biologi untuk memahami perilaku manusia. Penelitian Laurel (1991, 145) dalam Hayes-Roth dan Maldonado menjelaskan:

"we take pleasure when – and only when – even the surprises in the character's behavior are casually related to its traits," (p. 145) and the complexity in character that would result from an accurate model of human personality makes this enjoyable predictability harder to deploy in the formulation of the character's actions. Laurel therefore suggested that "somewhat ironically, dramatic characters are better suited to the roles of agents than full blown simulated personalities".

Pada dasarnya seseorang akan menikmati keberadaan karakter selama ia menunjukkan kebiasaan yang bertalian dengan ciri-cirinya. Semakin dramatis dan realistik sebuah karakter akan semakin disukai berbanding dengan karakter yang terlihat seperti simulasi. Karakter menunjukkan hal-hal yang mungkin dilakukan oleh seseorang, tetapi mungkin juga tidak dilakukan. Ketika berada dalam sebuah cerita, maka ia sangat mungkin menampilkan imajinasi bahkan fantasi seseorang, meskipun itu sebuah ilusi.

Mendesain karakter berarti menciptakan sebuah *agent*, sesuatu yang memainkan peran untuk mengikat penonton. Flannery O'Connor dalam Hayes-Roth dan Maldonado (tanpa tahun) mengamati, "*It is the characters who make the story, and not the other way around.*" Kata *to believe* dalam bahasa Inggris secara historis dikaitkan dengan seseorang, objek, atau pernyataan masuk akal dan sifat dapat dipercaya, juga sering diasosiasikan dengan dogma agama. Interaksi antara narasi dengan karakter berjalan timbal balik, tetapi karakterlah yang menjadikan narasi bermakna bagi penonton. Industri hiburan secara kontekstual memosisikan perusahaan untuk membedakan secara asosiatif produksi fiksi dengan kemasukakalan seperti dogma agama, melainkan menyangkutkannya secara langsung melalui keterikatan emosional penonton pada novel, cerita, film ataupun pertunjukan. Penonton diarahkan untuk memiliki empati pada emosi karakter dan keadaan-keadaan sulit yang dihadapinya, melalui kesadaran bahwa karakter tersebut mewakili narasi yang dibuat atau artifisial buatan. *Believability* dalam hal ini terkait dengan rasa yakin seorang penonton pada sebuah karakter, meskipun ia mengetahui bahwa karakter tersebut dibuat untuk kepentingan narasi. Maka menjadikan karakter tersebut penting, membutuhkan lebih dari sekedar *storytelling* atau narasi. Karakter dibuat biner, agar tercipta kontradiksi-kontradiksi di antara mereka. Karakter jahat, culas, penipu (sebagian dari mereka menjadi karakter kuat dan digemari) dibuat untuk menguatkan karakter baik, yang membela 'rasa kebaikan' atau 'heroik' dalam diri penontonnya.

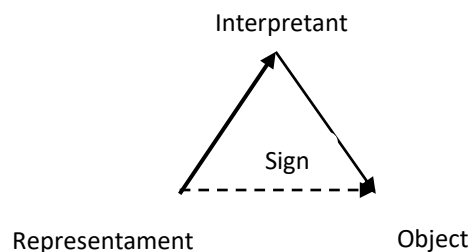
METHODOLOGY

Makalah ini meletakkan karakter sebagai objek yang akan diteliti terkait dengan perannya dalam film animasi. Sebelum masuk ke karakter maka perlu dijelaskan mengenai kedudukan gambar dalam film. Menurut penjelasan Pikkov (2010, 153) dalam Ekawardhani, et. al. (2015), "Gambar menjadi tanda dalam film, dan mungkin untuk menandai lebih daripada sekedar merefleksikan yang terlihat, sehingga dalam hal ini memasuki bidang semiotika. Dalam film animasi, gambar-gambar mendapatkan makna yang lebih signifikan karena penyederhanaan dan stilisasi yang dihasilkan dari teknik animasi. Persoalan tanda menjadi salah satu aspek yang berada dalam perwujudan film ini. Tanda dan simbol merupakan alat dan materi yang digunakan dalam interaksi, sekaligus merupakan unsur yang digunakan untuk mewakili unsur lain. Selanjutnya dijelaskan pula (h 154) dapat diakui bahwa karakter animasi mewujudkan sistem tanda yang lebih luas dan lebih kompleks dari sekadar karakter tertentu itu sendiri. Abstraksi yang tersirat dari animasi memproduksi karakter animasi yang kekuatan signifikannya melampaui representasi sederhana dari karakter-karakter tersebut sebagai agen pelakunya. Sebagai contoh pada tulisan ini adalah Bang Jarwo mewakili seorang pria kelas menengah-bawah, pekerja serabutan yang ingin diakui keberadaannya melalui tampilan yang necis. Semiotika menurut Fiske (2007, 282) adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda; ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun dari 'teks' media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (Vera, 2014, 2). Bahasa dalam film animasi adalah tanda dengan tanda. Sementara Paul Wells, dalam bukunya *Understanding Animation*, menyatakan bahwa, "*The symbol in animation can operate in its purest form, divorced from any relationship to the representation in the real world, finding its proper purchase in the realms of the primal source*" (2006, 83). Penjelasan ini menunjukkan bahwa setiap objek dalam film animasi menjadi tanda, artinya setiap aspek dalam film animasi mewakili sesuatu, baik berupa ikon ataupun pesan. Ini adalah konstruksi citra dalam berbagai media yang dimungkinkan untuk menggunakan animasi yang lebih sering menjadi representasi realita, termasuk didalamnya adalah emosi dan sensasi. Penjelasan sebelumnya mengenai konstruksi citra mengarah pada karakter yang berperan merepresentasikan realita. Karakter sendiri dibuat dengan pertimbangan desain dan kualitas yang diletakkan padanya. Terkait dengan desain karakter maka *believability* menjadi akan menjadi tolak ukur pada pembuatan dan bagaimana karakter tersebut ditampilkan. Selain sepuluh kualitas kunci yang telah dituliskan sebelumnya, maka kajian secara semiotika pun akan diaplikasikan pada desain karakter ini. Karakter sebagai tanda memperlihatkan adanya hubungan antara karakter dengan posisinya dalam narasi.

Model yang digunakan adalah model *triadic* Charles Sanders Peirce dan konsep trikotominya (Vera, 2014, 20), terdiri atas:

1. Representamen, bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda
2. Interpretant; bukan penafsir tanda, tetapi lebih merujuk pada makna dari tanda
3. Object; sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. *Object* dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran), dapat juga berupa sesuatu yang nyata diluar tanda

Model triadik Peirce sering disebut sebagai "*triangle meaning semiotics*" atau dikenal sebagai teori segitiga makna, yang secara sederhana dapat dijelaskan: "tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni, menciptakan di benak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau suatu tanda yang lebih berkembang, tanda yang diciptakannya dinamakan *interpretant* dari tanda pertama. Tanda itu menunjukkan sesuatu, yakni *objeknya*" (Fiske, 2007, 63)



Gambar 2. Model triadic Charles Sanders Peirce. Sumber: Vera (2014). Semiotika dalam Riset Komunikasi

Titik sentral teori ini ada pada trikotomi yang terdiri atas 3 tingkat dan 9 sub-tipe tanda.

	1	2	3
Representamen (R 1)	Qualisign	Sinsign	Legisign
Object (O 2)	Icon	Index	Symbol
Interpretant (I 3)	Rhema	Decisign	Argument

Sumber: Delledalle, 2000, 109

Karakter dalam film animasi merujuk pada animasi itu sendiri, pada kemampuan karakter meyakinkan penontonnya. Diantaranya adalah kemampuan bergerak. Dalam film yang terlihat adalah gerakan, sementara ketika diuraikan maka akan menjadi gambar bersekuen. Studi semiotika pada karakter dalam film animasi dapat dilakukan ketika gambar tersebut dihentikan.

Selanjutnya ditentukan klasifikasi berdasarkan kategori Peirce (Vera, 2014, 23), yaitu:

1. Kepertamaan, yaitu mode sebagaimana adanya, positif dan tidak mengacu pada sesuatu yang lain. Merupakan kategori dari perasaan yang tak terefleksikan, semata-mata potensial, bebas dan langsung.
2. Kekeduaan, merupakan metode yang mencakup relasi antara yang pertama dan kedua, berupa kategori perbandingan, faktisitas, tindakan, realitas, dan pengalaman dalam ruang dan waktu
3. Keketigaan, mengantar yang kedua dalam hubungannya dengan yang ketiga. Merupakan kategori mediasi, kebiasaan, ingatan, kontinuitas, sintesis, komunikasi (semiosis) representasi, dan tanda-tanda.

KEPUTUSAN & PERBINCANGAN

Proses seleksi pada karakter diutamakan pada karakter utama dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo dan Keluarga Somat. Karakter-karakter utama dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo adalah Adit, Dennis, Adel, Bang Jarwo dan Bang Sopo. Karakter utama dalam film Keluarga Somat adalah Pak Somat, Bu Inah, Dudung dan Ninung. Karakter utama adalah karakter yang padanya muara narasi dikembangkan. Karakter utama juga menjadi sentral dalam narasi.

Propp menyusun tujuh tipe karakter dalam film, yaitu:

1. Penjahat
2. Penderma (donor)
3. Penolong
4. Putri, ayah sang putri
5. Pengirim
6. Pahlawan
7. Pahlawan palsu

Tujuh tipe ini mendapatkan peran dalam kaitan dengan fungsinya dalam narasi. Bila ada karakter yang berperan sebagai pahlawan, maka akan ada karakter berperan sebagai penjahat, dan seterusnya. Ketujuh fungsi ini menjadi acuan dalam menilai karakter-karakter utama ini, terutama pada episode yang telah ditentukan sebelumnya. Pada film Adit dan Sopo Jarwo, terdapat lima karakter utama yang disusun oleh pembuat film, tetapi kenyataannya muara narasi berjibaku pada dua karakter saja, yaitu Adit dan Bang Jarwo. Karakter lainnya lebih berperan sebagai penyebab atau pencetus masalah, sementara pelakunya hanya pada dua karakter, yaitu Adit dan Bang Jarwo. Maka pada film Adit dan Sopo Jarwo karakter yang akan dikaji adalah Adit dan Bang Jarwo.



Gambar 3. Bang Jarwo dan Adit

Sumber: <http://trixmen.heck.in/mengenal-lebih-dekat-karakter-animasi-ad.xhtml> dan <http://www.yudyapratidina.com/2015/03/11-fakta-yang-kamu-tidak-tahu-mengenai.html>

Bila dikaitkan dengan tipe karakter menurut Propp, maka Adit menempati posisi sebagai pahlawan, sementara Bang Jarwo adalah pahlawan palsu. Mengacu pada konteks narasi tiap episode maka secara cepat terlihat adanya pertukaran peran, dan ini disesuaikan dengan kepentingan episode. Maka keterkaitan dengan sepuluh kualitas kunci menjadi penting untuk mendudukan karakter yang akan diteliti. Demikian pula pada film Keluarga Somat, karakter-karakter utama dalam film ini bergantian menunjukkan peranannya. Narasi-narasi yang dimunculkan tidak terbatas hanya pada satu-dua karakter saja, tetapi pada keempat karakter utama tersebut. Hubungan antar karakter utama dikelola secara berkesinambungan dalam episode yang berbeda. Penempatan karakter tetap mengacu pada kualitas yang ditunjukkan oleh Propp, tetapi peranannya bertukar sesuai dengan kebutuhan narasi.



Gambar 4. Pak Somat, Bu Inah, Dudung dan Ninung

Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-zWq74i4czg4/VAqNEeYY07I/AAAAAAAAATxM/1-VoKZUXp_0/s1600/Keluarga%2BSomat3.jpg dan <http://www.kabarpapua.net/2014/08/kartun-keluarga-somat-menggusur-rating.html>

KESIMPULAN

Mengembangkan *believable* karakter masih menjadi persoalan terbuka dalam film seri animasi di Indonesia. Karakter dalam film seri animasi, seperti pada film Adit dan Sopo Jarwo dan keluarga Somat memperlihatkan kehidupan masyarakat tertentu di Indonesia, sehingga mengacu pada visualisasi yang mewakili masyarakat. Ini direspon oleh beberapa rumah produksi sehingga melakukan pengulangan desain karakter, mengacu pada kemiripan fisik manusia. *Believable* bisa jadi diinterpretasikan dengan adanya kemiripan karakter dengan acuanya. Sebagaimana terangkum dalam tulisan Bates (1994), “*Artists in particular the character animators also tried to understand and express the essence of humanity in their constructions. Character animators had to be especially analytic because they had to produce human life from nothing more than individual hand drawn at shaded line drawings moved frame by frame without being able to rely on a human actor to portray the character*”. Film seri berbeda dengan film panjang. Satu film panjang berisi narasi yang kompleks tetapi tuntas pada satu plot. Film seri perlu mempertimbangkan kemungkinan yang beragam mengenai plot yang ditayangkan, maka kedudukan karakter tidak selalu berada pada posisi yang sama seperti pada film panjang, maka peluang untuk mengembangkan karakter menjadi terbuka. Artinya peletakan posisi seperti Propp tidak selalu ajeg. Sangat terbuka kemungkinan untuk ‘dipermainkan’ atau berpindah-pindah. Permasalahan *believable* belum dikaji berdasarkan kedekatan budaya. Pembahasan melalui trikotomi Peirce diharapkan dapat menemukan kaitan dengan acuan budaya pada karakter. Karakter Adit dan bang Jarwo secara visual tidak secara spesifik menunjukkan keterikatan dengan budaya tertentu. Karakter Pak Somat, Dudung dan Ninung juga demikian, tetapi berbeda dengan karakter Bu Inah yang menunjukkan adanya hubungan dengan budaya tertentu. Hal-hal seperti ini masih terbuka untuk dikaji. Desainer yang ditugaskan untuk membuat karakter animasi berusaha menyajikan gambar yang mampu mengkonstruksikan esensi dari kemanusiaan, meskipun tanpa bergantung pada aktor manusia. Kata *believability* sendiri lebih ditekankan pada bagaimana penonton memaknai karakter tersebut. Bagaimana desain karakter itu sendiri tidak menjadi penekanan khusus. *Believability places a variety of demands on an interactive character. These include the appearance of reactivity goals emotions and situated social competence among others* (Bates, 1994). Kemampuan menggiring penonton untuk memaknai emosi dan mengatasi masalah sosial diantara mereka. Bila dikaitkan dengan persoalan-persoalan sosial di Indonesia, maka akan terbuka peluang untuk menemukan kekhususan pada karakter.

RUJUKAN

Arnheim, R. 1969. Visual Thinking. California: University of California Press

Barry, A.M.S. 1997. Visual Intelligence Perception, Image, and Manipulation in Visual Communication. New York: State University of New York Press

Booth, W., Colomb, G.G., Williams, J.M.1995. *the Craft of Research*. Chicago: The University of Chicago Press

Creswell, J. W. 1994. *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*. California: Sage Publications Ltd.

Eisner, W. 2004. *Graphic Storytelling and Visual Narrative*. Florida: Poorhouse Press

El-Nasr, M. S., Bishko, L., Zamitto, V., Nixon, M., Wei, H., & Athanasios, V. (2009). *Believable Character*. In Borko Furht (Editor). *Handbook of Digital Media in Entertainment and Arts. (SCI), Chapter 22*

Eriyanto. 2013. *Analisis Naratif Dasar-dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media

Gunawan, B. 2013. *Nganimasi Bersama Mas Be*. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Nurgiyantoro, B. 1995. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Pikkov, Ü. 2010. *Animasophy Theoretical Writings on the Animated Film*. Estonian Academy of Art

Rohidi, T. R. 2011. *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Penerbit Cipta Prima Nusantara

Vera, N. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Paper

Bates, J. 1994. *The Role of Emotion in Believable Agents*.

Ekawardhani, Y.A., Rochmawati, I. 2014. *Prinsip Antropomorfisme dan Personifikasi dalam Karakter Film Animasi Kartun Anak*. DIKTI. Penelitian Dosen Pemula.

Hiles, D. 1994. *Narrative as a Sequence of Motivated Signs*.

Maldonado, H., Hayes-Roth, B. (tanpa tahun). *Toward Cross-Cultural Believability in Character Design*.