

BAB II TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Dengan merujuk pada konsep dan ide dalam penelitian yang terkait dengan analisis desain komunikasi visual karakter dalam permainan video RPG, penelitian ini akan menyajikan beberapa temuan yang telah dihasilkan dari studi-studi sebelumnya yang telah dikompilasi, sebagai bahan acuan yang dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian yang menjadi acuan:

1. Tesis berjudul “*How Does The Character’s Visual Design Help Convey The Character’s Background in Genshin Impact?*” atas nama Chang Ge dan Danyang Chen pada tahun 2023. Penelitian ini mengkaji hubungan antara desain visual karakter dalam *video game* Genshin Impact dan latar belakang karakternya. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa desain karakter di Genshin Impact secara efektif menyampaikan latar belakang karakter. Itu analisis mengungkapkan kekuatan penting dalam menggunakan kombinasi warna, bentuk, gerakan, dan ekspresi wajah untuk membangkitkan emosi tertentu, menonjolkan karakter, dan meningkatkan pengalaman bercerita. Selain itu, ini menekankan pentingnya kehati-hatian mempertimbangkan dan menyempurnakan pilihan desain visual agar selaras dengan narasi yang dimaksudkan dan menarik pemain secara efektif.¹ Dapat dilihat bahwasanya titik persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menganalisis desain visual karakter dalam *video game*, namun yang menjadikannya berbeda adalah objek penelitiannya. Peneliti mengambil objek analisis desain karakter dari *game* Honkai Star Rail, sementara penelitian ini mengambil objek penelitian dari *game* Genshin Impact.
2. Skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam

¹ Chang Ge dan Danyang Chen. “*How Does The Character’s Visual Design Help Convey The Character’s Background in Genshin Impact?*”. Tesis Uppsala Universitet Swedia, hal. 2

3. Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2022 atas nama Imam Akbar yang berjudul “Analisis Desain Visual Mobile Legends Bang Bang Terhadap *gamer*”. Skripsi ini membahas tentang analisis desain komunikasi visual dari permainan *online* Mobile Legends Bang Bang. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus mencari apakah permainan akan semakin menarik dan kuat apabila tampilan visual dalam bagus. Maka dianalisislah desain visual Mobile Legends Bang Bang yang merupakan *game Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)* yang sukses saat ini dapat mempengaruhi *player*. Penelitian dilakukan dengan menganalisis tiga *hero* dari *game* Mobile Legends Bang Bang yaitu Kadita, Gatotkaca, dan Khaleed menggunakan metode Manga Matrix. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwasanya visual karakter *hero* memiliki kelebihan tersendiri secara bentuk visual, kostum, dan *personality* yang terkonsep dengan baik. Hal tersebut yang memengaruhi *player* maupun *non-player* untuk memainkan *game* tersebut dan pesan yang terdapat pada tersampaikan.² Dapat ditemukan titik persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menganalisis desain karakter menggunakan metode Manga Matrix. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, peneliti mengambil objek analisis desain karakter dari permainan elektronik bergenre RPG yaitu Honkai Star Rail, sementara penelitian ini mengambil objek penelitian dari permainan *online* bergenre *Multiplayer Online Battle Arena* yaitu Mobile Legends Bang Bang.
4. Skripsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang tahun 2021 atas nama Imam Akbar yang berjudul “Analisis Harimau Gemuk Dalam Karya Graffiti Indombrain Sebagai Media Komunikasi Visual”. Skripsi ini meneliti analisis desain komunikasi visual dengan objek graffiti ‘harimau gemuk’ karya Indombrain. Setiap simbol, tanda, lukisan ataupun gambar selalu memberikan tanda tanya tersendiri bagi masyarakat yang melihat serta

² Imam Akbar. Analisis Desain Visual Mobile Legends Bang Bang Terhadap *gamer*. Skripsi S1 UIN Raden Fatah Palembang, hal. 1

menafsirkan ataupun memaknai sendiri karya seni jalanan ini dan dalam penelitian ini, peneliti menganalisis apa makna dari grafiti harimau gemuk tersebut menggunakan analisis semiotika. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasanya grafiti harimau gemuk karya Indombrain ini menyampaikan keresahan terkait jumlah populasi Harimau Sumatera yang mulai krisis.³ Dapat ditemukan titik persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menganalisis desain karakter. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan teorinya, di mana penelitian ini mengambil objek desain grafiti ‘harimau gemuk’ yang dianalisis menggunakan teori semiotika sebagai bahan penelitian.

5. Jurnal mahasiswa Universitas Negeri Surabaya tahun 2022 atas nama Xenanta Febriani Setiawati Prasetya dan Meirina Lani Anggapuspa yang berjudul “Analisis Visual Desain Karakter Xiao dalam *game* Genshin Impact”. Skripsi ini meneliti elemen visual yang mempunyai keunikan dan nilai estetika sendiri dan dapat memberikan informasi khusus pada desain karakter dimana elemen visual yang ada didalamnya tentunya memiliki makna satu sama lain dan membentuk narasi yang ada dalam *game* itu sendiri. Karakter yang diciptakan dengan karakteristik tertentu tentunya akan menarik minat pemain. Penelitian ini bertujuan memaknai setiap elemen visual yang terdapat pada penciptaan suatu karakter dengan menggunakan metode Manga Matrix. Melalui analisa yang dilakukan, elemen visual pada desain karakter yang ada didalam *game* tersebut menunjukkan bahwa referensi desain yang dipilih oleh Mihoyo pada karakter Xiao ini dipertimbangkan dengan matang mulai dari bagian wajah, pakaian, aksesoris hingga bagian dari kepribadian karakter.⁴ Titik persamaan dari penelitian ini adalah pula menganalisis desain karakter menggunakan metode Manga Matrix dalam permainan video bergenre RPG. Namun, perbedaannya terletak pada objek

³ Hafiz Alfajri. Analisis Harimau Gemuk Dalam Karya Graffiti Indombrain Sebagai Media Komunikasi Visual. Skripsi S1 UIN Raden Fatah Palembang, hal. 76

⁴ Xenanta Febriani Setiawati Prasetya dan Meirina Lani Anggapuspa. “Analisis Visual Desain Karakter Xiao dalam *game* Genshin Impact.” BARIK. Vol. 4, No. 2 (2022), 185.

penelitian dari yang berbeda, peneliti mengambil objek analisis desain karakter dari RPG Honkai Star Rail, sementara penelitian ini mengambil objek penelitian dari *game* RPG Genshin Impact.

6. Jurnal mahasiswa Universitas Negeri Surabaya tahun 2018 atas nama Dimas Rifqi Novica dan Ima Kusumawati Hidayat yang berjudul “Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang”. Skripsi ini mengkaji desain karakter maskot tersebut menggunakan prinsip karakter desain, yaitu: *silhouette*, *shape*, *proportion*, dan *pose*. Data yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi desain karakter maskot Kota Malang dikaji dengan metode kualitatif dengan pendekatan analisis visual. Keempat prinsip desain saling menguatkan keseluruhan makna bahasa visual yang terdapat pada desain karakter maskot tersebut sehingga daya pikatnya tinggi terhadap khalayak sasaran dengan rentang usia yang luas.⁵ Pada penelitian ini, titik persamaannya terletak pada analisis sutau desain karakter, namun yang menjadikannya berbeda adalah objek penelitian yang berupa Maskot Kota Malang yang dikaji menggunakan prinsip karakter desain.
7. Jurnal mahasiswa Institut Seni Indonesia Surakarta tahun 2021 atas nama Dwan Kumara Tyagi dan Fitri Murfianti yang berjudul “Analisis Visual Karakter Sri Asih Celestial Goddess Dengan metode Manga Matrix”. Jurnal ini berfokus pada menganalisis visualisasi karakter Sri Asih Celestial Goddess. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain karakter Sri Asih memiliki bentuk tubuh manusia seutuhnya, dengan tubuh langsing dan paras cantik. Karakter ini diciptakan menggunakan gaya manga yaitu karakter khas komik Jepang. Kostum yang digunakan Sri Asih menonjolkan segi glamor atau penuh gaya, menegaskan bahwa Sri Asih adalah perempuan muda hebat, cantik, sekaligus *fashionable*. Sementara dari sisi kepribadian, karakter ini secara emosional digambarkan sebagai anak muda yang memiliki sifat pantang menyerah,

⁵ Dimas Rifqi Novica dan Ima Kusumawati Hidayat. “Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang.” *Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS)*. Vol. 3, No. 2 (2018), 52.

semangat yang berapi-api, dan sedikit rasa takut disebabkan usia yang masih muda. Karakter Sri Asih Celestial Goddess ini didesain sangat baik dan matang, di mana karakter dan tema saling menyatu.⁶ Titik persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menganalisis desain karakter menggunakan metode Manga Matrix dan perbedaannya ada pada media berupa komik digital.

B. Kerangka Teori

1. Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, dengan unsur dasar bahasa visual menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan. Bahasa visual sendiri merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti, makna, dan pesan melalui komunikasi gerakan tubuh.⁷ Adapun menurut beberapa ahli, komunikasi visual menurut David Sless, komunikasi visual merupakan salah satu bentuk komunikasi melalui bantuan visual, penyampaian ide dan informasi digambarkan dalam bentuk yang dapat dibaca atau dilihat. Menurut Michael Kroeger, komunikasi visual adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui terma-terma visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis, dan penjajaran. Komunikasi visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

Adi Kusrianto menambahkan bahwa dalam Desain

⁶ Dwan Kumara Tyagi dan Fitri Murfianti. "Analisis Visual Karakter Sri Asih Celestial Goddess dengan metode Manga Matrix." SANGGITARUPA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta. Vol. 1, No. 2 (2021), 39.

⁷ Ricky W. Putra, Penghantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan (Yogyakarta: CV Andi Offset: 2020), hal. 5.

Komunikasi Visual, elemen-elemen grafis seperti bentuk gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout* dikelola dengan cermat untuk menciptakan pesan yang efektif dan estetis. Dengan demikian, Desain Komunikasi Visual tidak hanya memahami aspek komunikasi, tetapi juga menyatukannya dengan elemen-elemen visual untuk mencapai tujuan komunikasi secara menyeluruh.

Dalam dunia pendidikan, desain komunikasi visual (DKV) adalah cabang ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual ataupun rupa untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun persuasi yaitu mempengaruhi perilaku). Sanyoto menegaskan bahwa desain komunikasi visual yaitu desain fasilitas untuk komunikasi yang terlihat, memiliki pemahaman yang mendalam. Metode kreatif yang disebut desain komunikasi visual menggunakan seni dan teknologi untuk mengkomunikasikan ide. Gambar dan teks adalah komponen utama dari alat komunikasi yang digunakan oleh desainer untuk mengirimkan pesan dari klien ke audiens target.⁸

Komunikasi visual memiliki beberapa bentuk sebagai penerapannya yaitu desain multimedia interaktif, desain iklan, dan desain grafis. Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau Pesan seefektif mungkin. Menurut Blanchard, desain grafis didefinisikan sebagai suatu seni komunikatif yang berhubungan dengan industri, seni dan proses dalam menghasilkan gambaran visual pada segala permukaan. Sementara menurut Jessica Helfand, mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi,

⁸ Ricky W. Putra, Penghantar Desain Komunikasi Visual (Yogyakarta: CV Andi Offset: 2021), hal. 2.

yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau supersif, atau sesuatu yang mudah diingat. Oleh karena itu, desain grafis didefinisikan sebagai “aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri”, menurut Suyanto.⁹ Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi. Ada pun desain grafis terdiri dari dua hal, yaitu:

a. Tata Letak (*Layout*)

Layout atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tata letak adalah pengaturan tulisan-tulisan dan gambar-gambar.¹⁰ Tata letak adalah pengaturan elemen-elemen pada desain grafis. Tata letak yang baik akan membuat desain grafis kalian terlihat lebih menarik. *Layout* dapat bekerja dan mencapai tujuan bila pesan yang akan disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara tertentu. *Layout* harus ditata dan dipetakan secara baik, supaya pengguna dapat berpindah dari satu bagian ke bagian yang lain dengan mudah dan cepat. *Layout* pula harus menarik agar mendapatkan perhatian yang cukup dari penggemarnya. Ada pun prinsip-prinsip *layout* adalah sebagai berikut:

1) Penekanan (*Emphasis*)

⁹ Kevin Afdhal Zikri., Berikut Ini Beberapa Pengertian Menurut Ahli, https://www.academia.edu/34633843/Berikut_ini_beberapa_Pengertian_Komunikasi_Menurut_para_Ahli diakses pada 26 Februari 2024.

¹⁰ Ricky W. Putra, Penghantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan (Yogyakarta: CV Andi Offset: 2020), hal. 87.

Prinsip dari penekanan ini adalah adanya sesuatu yang ditonjolkan dalam bidang tersebut yang menjadi pusat perhatian orang yang melihat bisa berupa dari segi warna, bentuk atau apapun yang membuat perhatian orang yang melihat tertuju pada hal tersebut.

2) Keselarasan dan Keseimbangan

Dalam prinsip ini diajarkan bahwa komponen-komponen yang ada dalam suatu desain harus tampil seimbang dan meletakkan komponen tersebut pada tempat yang tepat agar memberikan kesan yang seimbang. Elemen-elemen desain perlu diatur dengan rapi dan sesuai dengan tujuan komunikatif yang ingin disampaikan terutama untuk menghindari tata letak yang sembrono.

3) Kontras

Kontras mengacu pada perbedaan yang jelas antara elemen-elemen visual, seperti warna, ukuran, bentuk, atau nilai (kecerahan). Penggunaan kontras bertujuan untuk menarik perhatian, membedakan elemen, dan menciptakan fokus visual. Kontras membantu menghindari kesan datar atau monoton dalam desain, serta meningkatkan keterbacaan dan daya tarik. Penggunaan kontras dengan bijak dapat memperkuat pesan visual, membimbing mata melalui desain, dan meningkatkan daya tarik. Namun, perlu diingat bahwa terlalu banyak kontras atau penggunaan yang tidak tepat dapat membuat desain terlihat bingung atau sulit dipahami. Sebaiknya, kontras harus digunakan dengan tujuan yang jelas untuk mendukung komunikasi visual yang efektif.

4) Pengulangan

Prinsip pengulangan dalam desain grafis mengacu pada penggunaan elemen-elemen desain yang sama atau serupa secara konsisten dalam suatu desain. Pengulangan membantu menciptakan keteraturan, konsistensi, dan kesatuan visual dalam suatu karya. Prinsip ini juga membantu membimbing mata pemirsa melalui desain dengan memberikan elemen-elemen yang dapat dikenali dan dipahami dengan mudah. Pengulangan membantu menciptakan kesan yang terorganisir dan mudah dipahami dalam desain, sehingga memudahkan audiens untuk mengenali dan meresapi pesan atau informasi yang disampaikan. Ini juga dapat meningkatkan daya ingat visual dan memberikan kesan profesionalisme dan konsistensi dalam identitas merek atau proyek desain.

5) Proporsi

Prinsip proporsi dalam desain grafis berkaitan dengan pengaturan ukuran dan perbandingan antara elemen-elemen yang membentuk suatu karya. Prinsip ini membantu menciptakan kesan visual yang seimbang dan estetis. Prinsip proporsi membantu menciptakan keteraturan visual, meningkatkan daya tarik, dan memandu mata pemirsa melalui desain dengan lancar. Penting untuk diingat bahwa penggunaan prinsip proporsi dapat bervariasi tergantung pada konteks desain dan preferensi artistik, tetapi tujuannya tetap untuk menciptakan kesan visual yang memikat dan seimbang.

6) Pergerakan (Movement)

Prinsip pergerakan dalam desain grafis berkaitan dengan menciptakan ilusi atau penekanan visual yang mengarahkan mata pemirsa melalui suatu komposisi atau desain. Ini mencakup penggunaan elemen-elemen desain untuk menciptakan aliran, ritme, dan gerakan visual. Prinsip pergerakan membantu menciptakan desain yang dinamis, menarik perhatian, dan mengarahkan pemirsa melalui suatu narasi visual. Penggunaan pergerakan yang tepat dapat memperkaya pengalaman visual, memberikan energi pada desain, dan membuatnya lebih menarik.

7) *White Space* (Ruang Putih)

Prinsip *white space* dalam desain grafis adalah konsep menggunakan ruang kosong dengan sengaja di sekitar elemen-elemen desain. *White space* tidak selalu berarti warna putih secara harfiah; sebaliknya, itu merujuk pada area kosong atau tidak terisi di antara, di sekitar, dan di antara elemen-elemen desain. Prinsip *white space* penting karena memberikan dampak visual dan meningkatkan keterbacaan serta daya tarik desain. Penggunaan *white space* yang bijak dapat memberikan desain kelegaan visual, mengurangi kebingungan, dan menciptakan tata letak yang bersih dan efisien. Ruang putih dapat menjadi elemen desain yang kuat untuk mencapai komunikasi yang jelas dan estetika yang menarik.¹¹

b. Komposisi

¹¹ Anaswara Ramachandran, What are the 7 Principles of Design? A Detailed Breakdown, <https://www.turing.com/kb/what-are-the-7-principles-of-design-detailed-breakdown> diakses 27 Februari 2024.

Komposisi dalam desain grafis mengacu pada cara elemen-elemen visual disusun atau diatur dalam suatu karya untuk menciptakan kesatuan yang estetis dan efektif. Pengaturan elemen-elemen ini membentuk dasar bagi cara desain dilihat, dipahami, dan dirasakan oleh pengguna. Prinsip komposisi adalah aturan dalam mengatur elemen-elemen pada desain grafis. Prinsip ini mencakup pengaturan tata letak, warna, ukuran, dan bentuk pada elemen-elemen tersebut. Dalam mengatur komposisi, beberapa hal perlu menjadi perhatian:

1) Kesederhanaan (*Simplicity*)

Dalam prinsip ini, penyampaian pesan dan tujuan desainnya harus dapat tersampaikan secara tidak berlebihan dan tidak kurang seperti pemilihan huruf serta warna yang dipakai cukup menggunakan dua sampai tiga jenis saja di sebuah desain dan tidak lebih.

2) Kejelasan (*Clarity*)

Dalam mendesain sesuatu, elemen–elemen yang ada di dalam desain tersebut tentunya harus memiliki kejelasan dalam bentuk maupun kata agar si penerima pesan dapat mengerti pesan yang akan disampaikan.

3) Kesatuan (*Unity*)

Prinsip ini adalah prinsip hubungan yang divisualisasikan yang dapat berupa arah, warna dan lain–lain sehingga membuat kepaduan dan menghasilkan desain yang kuat.¹²

¹² Aldy Muhamad Anshari. Tinjauan Visual Poster Promosi Film Trilogi Batman Karya Christopher Nolan Melalui Semiologi Ferdinand De Saussure. Skripsi S1 Universitas Komputer Indonesia, hal. 10

2. Desain Karakter

Desain karakter adalah teknik pembuatan karakter untuk film animasi, komik, permainan, iklan, dan publikasi. Desain karakter adalah proses mengembangkan sepenuhnya gaya karakter, kepribadian, perilaku, dan penampilan visual secara keseluruhan dalam seni visual. Artinya, setiap detail karakter, seperti bentuk, palet warna, dan detail, telah dipilih dengan cermat.

Cerita adalah inti dari semua *video game*, serial televisi animasi, dan film, serta karakter adalah inti dari semua cerita. Sebuah karakter harus menarik, menarik secara estetika, dan berkesan, sesuai dengan desain karakter. Perancang karakter membangun karakter sebagai sarana penyampaian cerita.

Kualitas estetika karakter sering dipengaruhi oleh detail kepribadian karakter. Dengan demikian, teori warna, bahasa, bentuk, dan bahkan psikologi dasar dapat membantu penciptaan desain karakter yang sukses.

Dalam mendesain karakter, karakter yang ikonik lebih dari hanya sekadar figur yang digambar dengan baik. Mereka diberi kepribadian dan detail yang membuat mereka mudah diingat dan memungkinkan mereka untuk bercerita. Oleh karena itu ada beberapa elemen-elemen dasar dalam mendesain suatu karakter. Pertama, elemen-elemen dalam mendesain karakter yang disadur dari NFI.edu:

a. Siluet

Di era modern ini, media sudah tidak seperti zaman dahulu yang masih berbasis warna hitam putih. Kini, media telah berwarna. Namun, dalam penciptaan suatu karakter, karakter yang baik adalah saat dia dapat dikenali, walau hanya dari bayangannya saja (siluet). Sehingga sangat penting untuk memiliki pemahaman menyeluruh tentang bahasa bentuk sambil membangun siluet

karakter yang berbeda.

b. Palet

Penggunaan warna oleh seorang desainer karakter disebut sebagai palet. Selektivitas sangat penting dalam hal warna. Hal terakhir yang diinginkan adalah karakter dengan kaleidoskop warna tanpa hierarki atau pemanfaatan palet yang disengaja. Ini pada akhirnya akan mengalihkan perhatian daripada melibatkan audiens. Sangat penting untuk menjadikan satu warna sebagai warna utama karakter dan memanfaatkan warna tambahan untuk mendukung warna itu sebanyak mungkin.

Pun pada warna, terdapat psikologi warna yang kerap digunakan dalam dunia desain. Psikologi warna, atau *color psychology*, merupakan bidang penelitian yang mengkaji dampak warna pada perilaku manusia. Penelitian ini fokus pada bagaimana warna dapat memengaruhi emosi dan tingkah laku dalam masyarakat. Mereka yang terlibat dalam studi ini meyakini bahwa setiap warna memiliki pengaruh khusus pada aspek psikologis seseorang. Hal ini disebabkan oleh kemampuan setiap warna untuk menghasilkan gelombang energi yang unik, yang berbeda satu sama lain. Selain itu, diyakini bahwa masing-masing warna memiliki potensi dan kekuatan sendiri dalam memengaruhi kondisi psikologis manusia. Berikut adalah jenis dan makna warna menurut disiplin ilmu psikologi warna.

1) Merah

Dalam konteks psikologi warna, merah menggambarkan keberanian, kekuatan, dan kegembiraan. Warna ini memiliki kemampuan untuk membangkitkan semangat dan energi, mendorong individu untuk mengambil tindakan. Merah juga secara simbolis terkait dengan kehidupan, terkait erat dengan darah manusia.

2) Biru

Biru sering dikonotasikan dengan profesionalisme dan kepercayaan. Warna ini juga mencerminkan harmoni, ketenangan, dan kedamaian dalam kondisi psikologis manusia. Meskipun begitu, biru terang bisa menimbulkan perasaan sedih atau kesunyian.

3) Kuning

Kuning memiliki makna yang ceria, membawa kesan kehangatan, optimisme, semangat, keceriaan, dan antusiasme. Orang yang sering tampil di depan umum sering menggunakan warna kuning. Selain itu, kuning dapat merangsang aktivitas otak dan mental, memberikan bantuan dalam penalaran analitis.

4) Hijau

Dalam psikologi warna, hijau sering digunakan untuk membantu individu mencapai keseimbangan emosi dan keterampilan berkomunikasi. Warna hijau memiliki efek relaksasi dan ketenangan, sebagaimana halnya dengan warna biru. Hijau, yang identik dengan kehidupan di bumi, juga mencerminkan kepribadian plegmatis atau keseimbangan mental.

5) Oranye

Oranye, sebagai hasil perpaduan merah dan kuning, dalam psikologi warna memberikan kesan kehangatan, harapan, petualangan, optimisme, dan kepercayaan diri. Warna ini juga sering dikaitkan dengan ketenangan dalam hubungan.

6) Hitam

Psikologi warna hitam, sering dikaitkan dengan keanggunan dan misteri, dapat memicu emosi seperti

kesedihan dan amarah. Meski demikian, penggunaan hitam sering diinterpretasikan sebagai keberanian, dominasi, dan kekuatan.

7) Putih

Berlawanan dengan hitam, psikologi warna putih mencerminkan damai dan kesucian, serta memberikan kesan sehat atau steril. Putih juga sering digunakan untuk merepresentasikan sesuatu yang netral, meskipun dalam beberapa konteks dapat melambangkan kemandulan.

8) Cokelat

Cokelat, yang terkait dengan tanah dan bumi, dalam psikologi warna sering dikaitkan dengan rasa aman dan kokoh. Warna ini juga menciptakan kesan dapat diandalkan, melambangkan pondasi dan kekuatan hidup, serta memberikan nuansa canggih dan mahal pada brand karena hubungannya dengan warna emas.

9) Ungu

Dalam psikologi warna, ungu memberikan kesan keanggunan dan kebijaksanaan, sering digunakan untuk melambangkan kemewahan. Warna ungu juga menciptakan gambaran akan kesenangan dan kebahagiaan dalam hidup.

10) Pink

Menurut ilmu psikologi warna, pink merepresentasikan prinsip feminisme, dengan sifat kelembutan, kepedulian, dan romantis.

c. Berlebihan

Melebih-lebihkan kemungkinan yang paling signifikan dari tiga komponen utama desain karakter dalam hal penceritaan.

Melebih-lebihkan adalah penggunaan fitur khusus yang disengaja untuk memancing respons emosional dan psikologis dari penonton karakter. Misalnya, fitur yang dilebih-lebihkan ini mungkin membuat perbedaan antara seni karakter sebagai heroik atau menakutkan oleh penonton.

Lalu, terdapat 4 prinsip desain yang dapat digunakan dalam merancang sebuah karakter, yaitu:

1) Siluet (*Siluet*):

Siluet merupakan garis luar atau gambaran umum dari suatu karakter yang berperan penting dalam membedakan karakter tersebut dari yang lain. Untuk memastikan karakter memiliki identitas yang unik, penting untuk menghasilkan siluet yang membedakannya dari karakter-karakter yang sudah ada. Dengan menciptakan siluet yang khas, karakter dapat dengan mudah dikenali dan diingat oleh audiens.

2) Bentuk (*Shape*):

Konsep dasar bentuk dalam bahasa visual membawa makna yang bervariasi, seperti ketika sebuah kotak mewakili kekokohan dan kekuatan. Penggunaan bentuk yang kontras dapat memberikan daya tarik visual yang lebih kuat pada karakter. Melalui pemilihan bentuk yang tepat, karakter dapat mengkomunikasikan sifat dan karakteristiknya dengan lebih jelas dan efektif.

3) Proporsi (*Proportion*):

Proporsi karakter dapat diukur dan disesuaikan dengan prinsip ladder effect, di mana perubahan proporsi mencerminkan sifat atau karakteristik yang ingin diwakili oleh karakter tersebut. Memahami dan mengelola proporsi

dengan bijak dapat menghasilkan desain karakter yang seimbang dan menarik secara visual.

4) Pose:

Pose karakter bukan hanya tentang tampilan fisik, tetapi juga berfungsi untuk menguatkan desain secara keseluruhan. Ketika pose digunakan dengan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip desain lainnya, karakter dapat menarik perhatian dengan lebih efektif. Pose yang dipilih dapat memberikan penekanan tambahan pada desain, meningkatkan daya tarik, dan memperkuat pesan atau cerita yang ingin disampaikan melalui karakter tersebut. Oleh karena itu, pose menjadi elemen krusial dalam mengembangkan desain karakter yang efektif dan memukau.¹³

3. Media Komunikasi Visual

Media merupakan sarana yang dapat dipakai untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media Komunikasi ada yang menyerupai saluran antarpribadi, media kelompok, dan ada pula berupa media massa.¹⁴

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada *public* dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar atau foto.¹⁵ Media, sebagai saluran penyampaian pesan kepada khalayak sasaran, mencakup berbagai bentuk komunikasi yang dapat dijalankan melalui berbagai saluran media khusus, seperti televisi, surat kabar, majalah, radio, internet, buku profil, media luar

¹³ Novica, D. dan Hidayat, I. 2018. Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. JADECS. 3, 2 (Nov. 2022), 54.

¹⁴ Ricky W. Putra, Penghantar Desain Komunikasi Visual (Yogyakarta: CV Andi Offset: 2021), hal. 5.

¹⁵ M. Maimunah, L. Sunarya, dan N. Larasati, "Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi" CCIT (Creative Communication and Innovative Technology) Journal. Vol. 5, No. 3 (2012), 281.

ruangan, iklan transit, dan *direct mail*. Komunikasi visual melibatkan serangkaian elemen, termasuk seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna, yang digabungkan dengan cermat untuk menciptakan pesan yang efektif dan memukau.

Media Komunikasi Visual menjadi alat yang penting dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada publik, dengan menggunakan media penggambaran yang dirancang untuk memberikan pengaruh maksimal pada indera penglihatan. Penggabungan elemen-elemen visual ini memainkan peran kunci dalam menciptakan komunikasi yang efisien, memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya dapat dibaca, tetapi juga diterima dengan jelas dan memukau oleh audiens. Oleh karena itu, media komunikasi visual bukan hanya sebuah sarana untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebuah seni yang melibatkan perpaduan kreatif berbagai elemen untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Media komunikasi visual terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

a. Desain Grafis:

Desain grafis mencakup berbagai bentuk komunikasi visual yang luas dan umum digunakan dalam berbagai konteks. Proses desain grafis mencakup pembuatan elemen-elemen visual seperti poster, brosur, logo, dan produk grafis lainnya, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan kejelasan visual. Melalui penggunaan teknik desain, desain grafis memiliki kemampuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan memikat, memperhatikan elemen desain seperti tata letak, warna, dan tipografi untuk memberikan dampak yang maksimal pada audiens.

b. Fotografi:

Fotografi, sebagai seni dalam mengabadikan momen, memainkan peran penting dalam komunikasi visual. Penggunaan

kamera untuk menghasilkan gambar tidak hanya berkaitan dengan merekam kejadian penting, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau informasi. Fotografi tidak hanya menjadi bentuk seni, tetapi juga berperan dalam dunia iklan dan pemasaran, di mana gambar-gambar yang dikomposisikan dengan baik dapat membangun citra merek atau menyampaikan narasi dengan kekuatan visual yang mendalam.

c. Animasi:

Animasi merupakan bentuk komunikasi visual yang menarik, melibatkan penggunaan gambar bergerak untuk menyampaikan pesan atau cerita. Digunakan secara luas dalam iklan, game, film, dan program televisi, animasi memiliki daya tarik untuk menarik perhatian penonton dan menyampaikan informasi secara dinamis. Melalui pergerakan dan visual yang atraktif, animasi menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan menarik, meningkatkan daya ingat dan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan.

d. Infografis:

Infografis merupakan bentuk komunikasi visual yang memanfaatkan grafik atau diagram untuk menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami dan menarik. Dalam menyusun infografis, penggunaan elemen visual seperti grafik, ikon, dan warna digunakan untuk memperjelas data atau konsep yang kompleks. Infografis bukan hanya alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dapat memberikan daya tarik estetis yang meningkatkan daya ingat dan pengertian audiens terhadap materi yang disajikan.

4. Manga Matrix

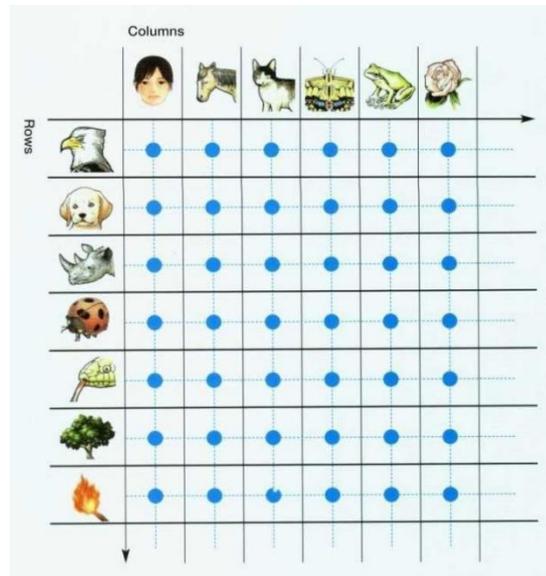
Manga Matrix adalah metode yang dikembangkan oleh desainer manga (komik Jepang), Hiroyoshi Tsukamoto. Metode ini diperkenalkan

oleh Hiroyoshi Tsukamoto dalam bukunya yaitu *Manga Matrix* dan *Super Manga Matrix*. Buku ini menggali teori-teori teknik penceritaan visual yang digunakan dalam manga (komik Jepang) dan bagaimana teknik-teknik ini dapat diterapkan dalam bentuk komunikasi visual lainnya. Buku ini membahas struktur, tata letak, dan komposisi panel-panel manga untuk memberikan wawasan bagi seniman dan pencerita.

Metode *Manga Matrix* menghadirkan metode *grid* yang mudah untuk menguasai desain karakter. Dengan menggunakan sistem Jepang yang unik ini, seniman dapat mem-plot dan memotong elemen-elemen pada diagram matriks yang dihadirkan. Metode ini membantu para seniman untuk menggambar karakter dengan memanfaatkan matriks yang berfungsi membantu memahami hubungan antarbagian tubuh dan menciptakan karakter manga yang konsisten.

Teori ini menuliskan, dengan menyilangkan elemen-elemen dalam diagram matriks tersebut, peluang untuk merancang berbagai karakter sangat luas, mulai dari karakter orisinal, makhluk-makhluk khas, hingga monster- monster yang lebih kompleks, pula deskripsi kostum dan kepribadian masing-masing karakter yang juga dapat dirancang dengan metode ini.¹⁶

¹⁶ Hiroyoshi Tsukamoto, *Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System* (HarperCollins, 2006), hal. 12



Gambar 2.1
Model Manga Matrix

Dalam teori desain karakter dari Manga Matrix ini, setidaknya ada tiga variabel yang berfungsi sebagai dasar proses untuk pembuatan karakter, yaitu:

a. *Form Matrix* (matriks bentuk)

Matriks bentuk dalam Manga Matrix merupakan perancangan struktur dan bentuk-bentuk tubuh yang mengacu pada elemen-elemen pembentuk tubuh karakter yang kemudian digabungkan untuk membuat tipe karakter baru, disebut dengan desain struktur dan bentuk tubuh. Parameter berikut dapat digunakan untuk menentukan tipe tubuh seperti *combination*, *cracked form*, *fixed form*, *nonfixed form*, *length span*, *collective form*, *increase/decrease*, *growth*, *mechanical form*.

Character Form	Head	Hair
		Eye
		Ear
		Nose
		Mouth
	Neck & Trunk	
	Arm	
	Waist & Leg	
	Skin Colour	

Gambar 2.2

Matriks Bentuk dari Manga Matrix

b. *Costume Matrix (limitless costumes)*

Tubuh karakter dapat dianggap sebagai manusia yang baru lahir setelah terbentuk, dan dapat mengenakan kostum apa pun. Identitas karakter baru diperkuat dengan penambahan kostum. Dengan mempertimbangkan daftar parameter kostum meliputi: *ornament, wrap/tie, body wear, carry-on item, makeup, covering/footwear*, dan bahan kostum: *water/fire, image, inorganic matter, earth, heaven*.

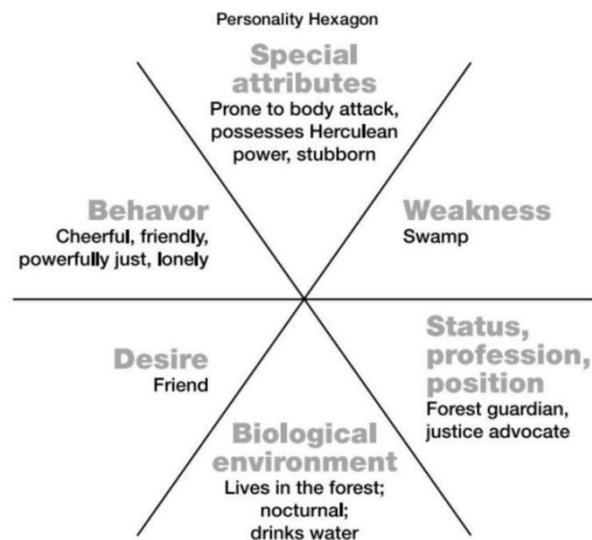


Gambar 2.3

Matriks Kostum dari Manga Matrix

c. *Personality Matrix (limitless personalities)*

Saat karakter dibuat tidak memiliki kepribadian tunggal sejak karakter itu diciptakan. Seperti kertas kosong, dan harus menentukan kepribadiannya. Berikut adalah enam parameter yang digunakan untuk menggambarkan kepribadian karakter: *special attributes, position, desire, status, weakness, behavior, biological environment, profession.*



Gambar 2.4

Matriks Sifat dari Manga Matrix 1

Behaviour	Karakteristik berdasarkan tingkah laku dan tingkat emosional karakter	Ceria, pendendam, pemarah, pemalu, ceroboh, egois, periang, baik, keras kepala, tegas, pendiam
Status	Karakteristik berdasarkan status sosial	Raja, ratu, pengawal, milliuner, putri, pangeran, bangsawan, rakyat jelata
Profession	Karakteristik berdasarkan profesi/ pekerjaan yang dilakukan	Pengusaha, nelayan, penjaga toko, prajurit, dokter, apoteker, tukang bangunan, penambang, penjual bunga
Position	Posisi atau status berdasarkan kasta sosial	Pemimpin, presiden, walikota, pejabat, asisten, penasehat
Biological Environment	Lingkungan atau wilayah tempat dimana karakter tersebut berada	Danau, lembah, ngarai, pegunungan, pedesaan, kota, sungai
Special Attribute	Kemampuan khusus yang dimiliki oleh suatu karakter yang menjadi ciri khas	Mampu menyembuhkan, regenerasi, bangkit kembali, bertransformasi, terbang, menghilangkan diri, telekinesis

Weakness	Kelemahan berdasarkan karakteristik yang dimiliki karakter	Darah, ketinggian, binatang, bahaya, api, cahaya, kilat, panas, dingin
Desire	Sebuah keinginan ataupun tujuan yang ingin dicapai oleh karakter tersebut	Balas dendam, kesetiaan, pengkhianatan, kebahagiaan, sukacita, kesuksesan, pengakuan, penguasaan, status

Gambar 2.5
Matriks Sifat dari Manga Matrix 2

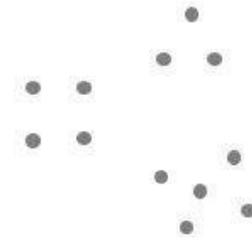
5. Prinsip Gestalt

Dalam teori persepsi visual, terdapat prinsip Gestalt yang menyatakan bahwa orang cenderung mengelompokkan yang dilihat berdasarkan pola, hubungan, dan kemiripan. Prinsip ini krusial dalam visualisasi data agar mudah dipahami. Enam konsep Gestalt yang penting adalah kedekatan, kesamaan, pembeda, penutupan bentuk, kesinambungan pola, dan koneksi.

a. Kedekatan (*Proximity*)

Manusia cenderung mengelompokkan objek yang berdekatan sebagai satu kesatuan. Sebagai contoh, pada gambar di bawah dapat dilihat 12 titik yang nampak sebagai tiga kelompok terpisah. Hal tersebut akibat kedekatan relatif antar titik pada satu sama lainnya.¹⁷

¹⁷ Dadan Dahman W., Persepsi Visual (Prinsip Gestalt), <https://medium.com/sysinfo/persepsi-visual-prinsip-gestalt-ceaa75b7d934> diakses pada 24 November 2023.



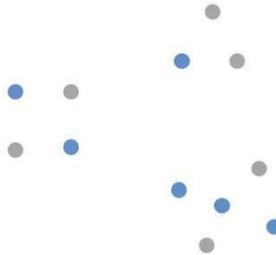
Gambar 2.6
Contoh Prinsip Kedekatan (*Proximity*)

b. Kesamaan (*Similarity*):

Objek yang memiliki kesamaan dalam atribut-atribut seperti warna, bentuk, ukuran, dan arah sering dianggap memiliki keterkaitan atau hubungan tertentu. Dalam konteks ini, elemen-elemen visual yang memperlihatkan kesamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai bagian dari suatu kelompok atau kategori yang serupa. Sebagai contoh, dalam sebuah gambar yang menampilkan objek dengan warna biru dan abu-abu, kendati kedua objek tersebut tidak berada berdekatan secara fisik, otak kita cenderung mengasosiasikan mereka memiliki suatu hubungan.¹⁸ Fenomena ini mencerminkan kemampuan otak manusia untuk memahami dan mengorganisir informasi visual berdasarkan pola-pola yang ditemui, meskipun tidak ada keterkaitan spasial langsung antar objek tersebut. Pemahaman terhadap keterkaitan ini dapat membantu dalam membangun pemahaman yang lebih luas tentang susunan dan struktur dalam suatu konteks visual, memperkaya cara kita melihat dan memproses informasi sehari-hari. Oleh karena itu, walaupun objek-objek tersebut mungkin berjarak secara fisik, atribut-atribut yang serupa mendorong otak

¹⁸ Ibid.

untuk merasakan adanya kesatuan atau relasi di antara mereka.



Gambar 2.7
Contoh Prinsip Kesamaan (*Similarity*)

c. Pembeda (*Enclosure*):

Objek dengan batas fisik atau *border* yang sama dianggap sebagai satu golongan. Mengoptimalkan prinsip ini membantu memisahkan data dalam visualisasi. Seperti menambahkan area berbayang pada grafik baris berikut untuk memisahkan bagian yang berupa data riil (seperti angka penjualan selama 4 bulan terakhir) dengan data prediksi (seperti perkiraan angka penjualan selama 4 bulan ke depan).¹⁹

¹⁹ Ibid.

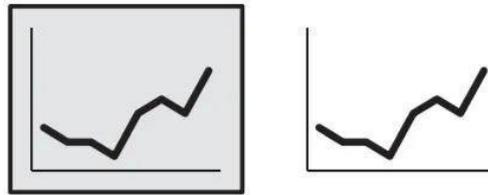


Gambar 2.8
Contoh Prinsip Pembeda (*Enclosure*)

d. Penutupan Bentuk (*Closure*):

Manusia cenderung melihat objek terpecah-pecah sebagai satu objek yang lengkap. Menghilangkan elemen visual yang berantakan dapat memudahkan pemahaman. Sebagai contoh, pada gambar sebelah kiri biasanya sebuah grafik pada Google Sheets akan otomatis terbentuk kotak agar grafik terlihat sebagai satu kesatuan. Selain itu, kadang ada warna pengisi pada kotak (seperti warna abu-abu pada gambar tersebut). Namun bila kotak dan warna pengisi tersebut dihilangkan, akan terlihat seperti pada gambar sebelah kanan. Otak manusia akan tetap menganggap kedua elemen gambar sebagai bagian dari satu grafik yang sama. Sebagai nilai plus, dengan menyederhanakan bentuk grafik, maka data pada grafik akan lebih terlihat menonjol.²⁰

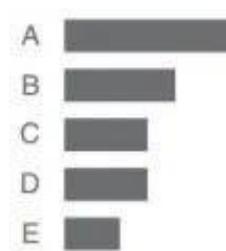
²⁰ Ibid.



Gambar 2.9
Contoh Prinsip Penutupan Bentuk (*Closure*)

e. Kesenambungan Pola (*Continuity*):

Otak manusia cenderung membentuk garis pola, bahkan tanpa sumbu yang terlihat secara eksplisit. Menggunakan konsep ini dapat membantu membersihkan visualisasi data. Contohnya dapat dilihat pada gambar grafik bar di bawah ini yang sumbu-y vertikal telah dihapus. Walaupun sumbu tersebut dihilangkan, tetap dapat dilihat bahwa masing-masing batang berbaris rapi dimulai dari sumbu-y yang imajiner karena konsistensi jarak antara label (tulisan A, B, C, D, dan E) di sisi kiri dan gambar batang di sebelah kanan.²¹



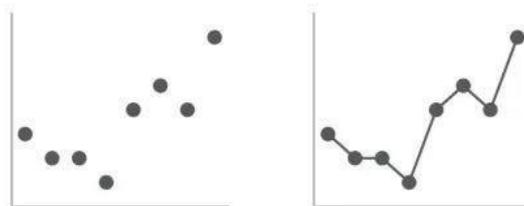
Gambar 2.10
Contoh Prinsip Kesenambungan Pola (*Continuity*)

f. Koneksi (*Connection*):

Sesuatu yang terkoneksi sering kali dianggap sebagai suatu

²¹ Ibid.

kesatuan atau kelompok tertentu. Dalam upaya untuk memvisualisasikan dan memahami data, penambahan elemen visual seperti garis fisik pada grafik garis dapat membantu memandu mata dalam menafsirkan susunan data dengan lebih jelas dan terperinci. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menerapkan prinsip koneksi adalah melalui penggunaan grafik garis, yang memiliki tujuan spesifik untuk memfasilitasi persepsi visual terhadap pola data, sebagaimana dapat dilihat dalam ilustrasi di bawah ini. Tanpa keberadaan garis fisik yang menghubungkan titik-titik data, otak cenderung lebih memperhatikan pola yang didasarkan pada konsep kedekatan spasial, seperti yang tergambar pada gambar sebelah kiri yang menunjukkan tiga kelompok berbeda. Namun, dengan penambahan garis fisik, otak secara instan dapat melihat dan mengenali keseluruhan sebagai bagian integral dari satu kesatuan, sebagaimana diilustrasikan dalam gambar sebelah kanan. Hal ini memberikan kejelasan dan keperincian tambahan dalam pemahaman struktur dan hubungan antar data.²²



Gambar 2.11
Contoh Prinsip Koneksi (*Connection*)

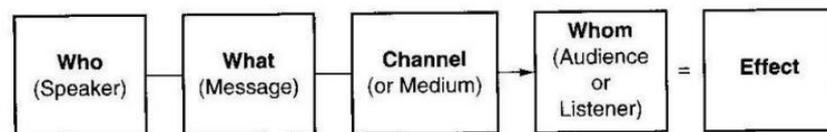
Prinsip Gestalt membantu menyampaikan informasi secara efektif dengan mengurangi elemen yang rumit, mengoptimalkan beban kognitif, dan menghindari kerumitan yang tidak perlu dalam komunikasi visual.

²² Ibid.

6. Teori Model Komunikasi Harold D. Laswell

Harold Laswell mengembangkan model komunikasi yang dikenal dengan pertanyaan "siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa." Model ini mencoba merinci elemen-elemen kunci dalam proses komunikasi untuk memahami bagaimana informasi disampaikan dan diterima dalam suatu konteks.

Laswell menyatakan bahwa tidak semua komunikasi bersifat dua arah, melibatkan pengirim dan penerima dengan umpan balik. Dalam masyarakat kompleks, informasi sering disaring oleh pengendali pesan seperti editor, penyensor, atau propagandis, yang dapat mengubah atau menyimpangkannya sebelum disampaikan kepada publik. Hal ini dapat menyebabkan salah persepsi akibat informasi yang mungkin kurang lengkap. Dalam model komunikasi Laswell, pertanyaan-pertanyaan berikut diajukan:



Lasswell's Model.

Gambar 2.12

Model Komunikasi oleh Laswell

a. *Who*

Menyebutkan sumber informasi atau komunikator, yang bisa berupa individu, kelompok, atau massa.

b. *What*

Merincikan isi pesan yang disampaikan kepada komunikan (audiens), baik berupa pesan verbal maupun non verbal.

c. *Channel*

Menyebutkan sarana atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti media elektronik atau cetak.

d. *Whom*

Menunjukkan komunikan atau audiens yang menjadi tujuan pesan, bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau negara.

e. *Effect*

Menggambarkan akibat yang dihasilkan oleh pesan terhadap pembaca, pendengar, atau pemirsa, termasuk perubahan sikap, pikiran, atau perilaku.

