

ULTIMART

Vol. XI, No.1 Juni 2018

JURNAL KOMUNIKASI VISUAL

ISSN : 1979 - 0716



ULTIMART

Vol. XI, No.1 Juni 2018

JURNAL KOMUNIKASI VISUAL

ISSN : 1979 - 0716



Jurnal ULTIMART adalah Jurnal yang diterbitkan oleh Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Jurnal Ultimart yang diterbitkan dua kali dalam setahun ini berisi tentang tulisan ilmiah dan hasil penelitian baik dari kalangan civitas akademika di dalam lingkungan UMN ataupun di luar UMN

Pelindung

Rektor UMN:
Dr. Ninok Leksono

Penanggung Jawab

Dekan Seni & Desain:
Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A.

Ketua Penyunting

Makbul Mubarak, S.I.P., M.A.

Dewan Penyunting

Agatha Maisie, S.Sn., M.Ds.
Bharoto Yekti, S.Ds. M.A.
Irma Desiyana, S.Ars., M.Arch.
Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Artistik dan Layouter

Dominika Anggraeni P., S.Sn., M.Anim.
Adhreza Brahma, S.Ds. M.Ds.

Alamat Redaksi :

**Universitas Multimedia Nusantara
Fakultas Seni & Desain
Gedung A Lt/ 8
Jalan Boulevard Gading Serpong, Tangerang - Banten
Telp. (021) 5422 0808 / Fax. (021) 5422 0800**

DAFTAR ISI

01	Graphic User Interface on Virtual Reality Tour Scene of SIMIGAPI Agatha Maisie Tjandra	1
02	Adaptasi Motif Ukir Bali pada Desain Visual Effect Buku Interaktif “Legenda Selat Bali” Angel Nataniel Yugie, Dominika Anggraeni P., dan Fachrul Fadly	8
03	Perancangan Narasi Visual Sejarah Kawasan Laut Sulawesi Abad 19 R.R. Mega Iranti K., Muhammad Cahya Daulay, dan Christian Aditya	18
04	Komodifikasi Karakter Kartun sebagai Media Komunikasi Visual dalam Iklan Animasi Es Krim Paddle Pop Florens Debora Patricia dan Fenty Fahminnansih	23
05	<i>Visual Storytelling</i> dari Sinopsis sampai <i>Storyboard</i> dalam Mata Kuliah <i>Introduction to Moving Image Production</i> (IMIP) Ina Listyani Riyanto, Baskoro Adi Wuryanto, dan Perdana Kartawiyudha	33
06	Erotisme dalam Film Horor Indonesia Clemens Felix Setiawan	45

GRAPHIC USER INTERFACE ON VIRTUAL REALITY
TOUR SCENE OF SIMIGAPI

Agatha Maisie Tjandra

Abstract: SIMIGAPI (Simulasi Mitigasi Gunung Berapi- mitigation simulator volcanic eruption) is an application of serious game with story line by using virtual reality using head mounted display. There are three parts of SIMIGAPI based on the process of mitigation. The main focus of this paper is on the evacuation parts. In this part, user are given a mission to escape from volcanic ashes by walking through the virtual world and passing the pin points. Briefing are given by using text, and graphic elements using 3D graphic user interface. On the other hand, bad user interface may decrease the immersive purposes and easily children as user can be bored. This automatically can affect failed the process transferring information evacuation mitigation to user. This paper aim to explain about creating 3D user interface and observing user experience for education purposes on evacuation part of SIMIGAPI. This project use production method and quantitative questionnaire test to know user perspective about SIMIGAPI information by using GUI.

Key words : 3D graphic user interface, virtual reality, children

Introduction

SIMIGAPI (Simulasi Mitigasi Gunung Berapi- mitigation simulator volcanic eruption) has concept to educate for children age 7-11 years old about eruption mitigation by using fun experience. Using VR technology by portable head mounted display has benefit to simplify the simulation or role playing and also can minimalized the risk to user and still have immersive emotion.

To gain more fun education, SIMIGAPI has a scenario supporting by visualization that compatible to user

and disaster concept. As an interactive application, user interface are need to delivering information.

This paper discussing about appropriate 3D graphic user interface and user experience on the 3rd scene of SIMIGAPI (Simulasi Mitigasi Gunung Berapi - Mitigation Simulator).

SIMIGAPI (Simulasi Mitigasi Gunung Berapi- mitigation simulator volcanic eruption) has concept to educate for children age 7-11 years old about eruption mitigation by using fun experience. Using VR technology by por-

Agatha Maisie Tjandra is a lecturer at Faculty of Art and Design, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail : agatha@umn.ac.id

table head mounted display has benefit to simplify the simulation or role playing and also can minimalized the risk to user and still have immersive emotion.

To gain more fun education, SIMIGAPI has a scenario supporting by visualization that compatible to user and disaster concept. As an interactive application, user interface are need to delivering information.

This paper discussing about appropriate 3D graphic user interface and user experience on the 3rd scene of SIMIGAPI (Simulasi Mitigasi Gunung Berapi - Mitigation Simulator Volcanic Eruption) and using user research in order to show the effectiveness message using 3D GUI.

SIMIGAPI

SIMIGAPI is a digital application VR mitigation eruption with . User as themselves (1st person camera) was living on the village which affect the eruption disaster. User have to facing the preparation and evacuate before disaster happen (pre-eruption).

On its development, SIMIGAPI divided into three scenes. There are introduction, indoor mission, and evacuation. In the introduction stage, user are meet a character as a guide, user also watch the graphic information position playing area and volcanic mountain.

The second stage (indoor mission) give information about the things that should bring to evacuate from home. The third stage is evacuation stage using virtual environment. In this scene, the user is in a virtual environment with a mission to save themselves from the dangers of volcanic ash. In the third scene, users are also invited to take notice of evacuation signs are nearby. Before users can complete the third scene,

the user is assisted by tapping point.

Evacuation Stage of SIMIGAPI

The evacuation part of SIMIGAPI has the highest user interaction compared by the other part. This part takes a user interface as a communication media between user and computer. Joystick use as input device by user to the computer. Joystick was chosen because school age children are commonly used playing Playstation or PC game.

SIMIGAPI as a digital game-based education need educational information for user. This information using text and 3d object which is appropriate design for elementary school age children. This is very important because to keep user age 6-12 years old still motivated to finish and get full information.

On the 3rd scene, user start in front of user's home. User have to find every yellow diamonds which are direct them to finish line. Every diamond has its information or question. If user have lost or wrong way to go, 3D GUI will appear to warning the user.

Research Method

Graphic user interface on mitigation scene of SIMIGAPI are begin with the literature studies contains user interface, serious game and early school age children. This literatures are affecting the visual decision to the project.

SIMIGAPI's evacuation stage has simple scenario. User are given mission to escape from starting point to finish, guided by pin point by notice the evacuation sign. By using head mounted display, user can more achieve immersive feeling.

Based on the user interfaces for in-

creased player immersion in FPS Games, there are four type of interface depending on how linked to the narrative and game geometry. One of them is meta type of interface. Meta type is one kind of interface which is not fit with the geometry of the world but still maintain the game's narrative. Meta type usually applied on the 2D plane. Meta interface can be difficult to define in game without a strong narrative element.

3D Graphic user interface (GUI) common used in some of simulator, almost all the common 3D interaction techniques for tasks such as navigation, selection, and manipulation were designed and developed in the context of VR systems. 3D graphic interface appear on x, y and z. Three-dimensional user interfaces (3DUI) let user interact with virtual objects, environments, or information using direct 3D input in the physical and/or virtual space.

3D GUIs can take better advantage of the differences in visual appearances that attract human attention, such as color, shape, texture, shading, size, location, and the ability to register movement (Wiss and Carr 1998).

On the other hand, SIMIGAPI has a purposes to educating by using simulation for children age 6-12 years old. This application must have a fun learning and still motivate children to finish the mission.

A key challenge faced by serious game developers is efficient creation of expressive user interfaces that are highly dynamic and interactive, as well as effective and engaging. Creating user interfaces offering rich immersive experiences that simultaneously reduce cognitive load and increase emotional impact has the potential to significantly improve game adoption.

A research conducted by Dubit, School age children are able to play VR game up to one hour, they can quickly recognized the importance of control-

lers. All ages of kids were able to come up ideas for new styles of games and experiences in VR, without prompting, the all ages kids identified the value of using virtual reality in the classroom and exploration as a key theme. Children also want the games to feel like experience of different places and lives.

Visual Graphics Are Used for VR Interface

Visualization of 3D user interfaces were developed from adaptation of sci-fi animation movie. Some of the graphic elements are inspired from Iron-man movie, Guardian of galaxy, Avatar The Game and Boboiboy (favorite Malaysia animation movie in Indonesia).

Design Process Production

Evacuation part was build integrated with SIMIGAPI. This part pre-production process are begin with the landscape map.

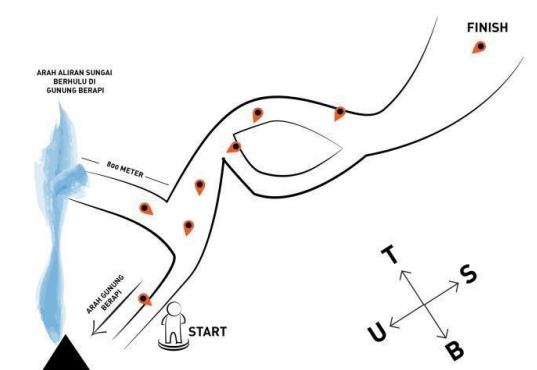


Figure 1. Map of SIMIGAPI escape stage

From the figure 1, some pin point are place on current place. Every pin point can triggering to display the 3D GUI (Graphic User Interface) windows when camera pass. Pin points are display as yellow rotating diamond. GUI on the evacuation stage are divided into

three kind of message. There are information message, warning message and choosing. From beginning, user are given information about diamond figure along the road. User have to passing this diamond to get another guidance to escaping. All of the GUI were using animation for come up and disappear. The GUI for information message are using blue light color. And red color for the warning message. GUI windows are design to presents augmented reality in virtual environment. On escape stage, user assumed wear a google glass so they can see GUI windows position following the head movement.

The environment was built by using low poly and flat shaded type rendering in order to reduce distraction and optimizing visualization. Evacuation part also use visual effect and

sound in purpose to gain the chaos mood in the middle of disaster.

Process of creating GUI windows begin with sketching, then using Adobe After Effect animating, adding visual effect and rendering video into *.ogv. The video

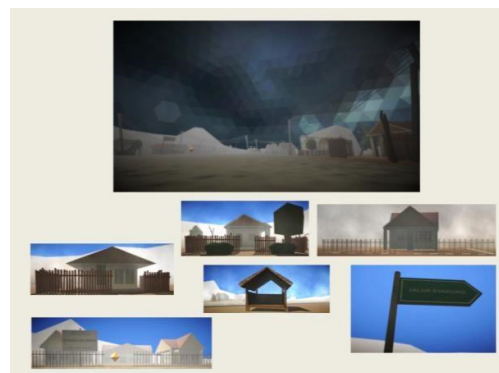


Figure 3. Some environments of SIMIGAPI escape stage

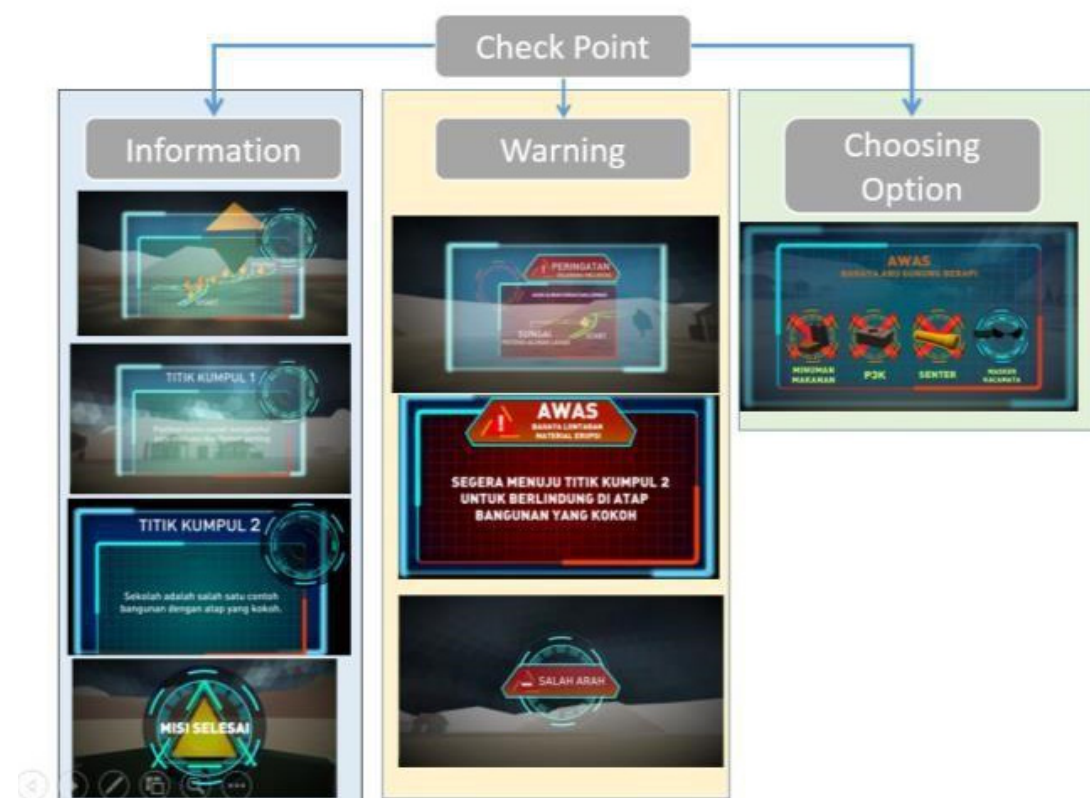


Figure 2. Schema of 3D GUI applied



Figure 4. Animation scene one of 3D GUI for information

will using alpha layer and import as texture video at unity to apply on 2d Interface.

The technical problem that may be found with this kind of process on the applying part layer into virtual world. They may be not appropriate size, and overlapping one another. 3D layer also have to adjust the depth.

User Experience (Qualitative Research)

SIMIGAPI's users are elementary school student, age 7-11 years old in Bandung City. Most of the student are medium level user using technology use computer, smartphone, tablet and other digital gadget to play, or study but never use head mounted display as well. They already have an education about mitigation disaster.

There are 4 essay question with short answer for user they are:

1. Do you ever learn any simulation disaster? (This question purpose to ask about user background experience about educating mitigation)
2. Do you know the danger of eruption? Give 2 examples (This question test the information which al-

ready on SIMIGAPI Escape part)

3. After play SIMIGAPI, what do you know to facing the danger of eruption? (This question test the information whichal-readyonSIMIGAPIEscapepart)

4. What do you like or don't like from SIMIGAPI? Why? (This question to upgrade the possibilities development research).



Figure 5. Questionnaire were conducted after using SIMIGAPI

Analysis

This project will analyzing from 2 kind of perspective. Production process and testing process. Production The visual design and user experience. The developing process 3D GUI design are very influencing user experience. Because, 3D visualization GUI should be able to convey a message that can be received within a certain time. Thus, multiple font selection, color and graphic element should be considered so that messages can be delivered to the users.

The use of text on a 3D GUI that is generally used in other learning media, can help but be made shorter and use sans-serif font type with a level of legibility relatively easier on some of the objects move to the writings serif [citation]. So users can read

in a short time and easily understood.

Choosing the color can be associated with the types of information such as warning or indispensable. In addition to providing variety in order to look more attractive, it can also help the participants especially when the warning information.

Graphic elements used must not distract the user and an important part of information placed on part which naturally, is the focus of the user when using the VR.

Transparency of the background layer interface makes reading level could be disrupted. So the GUI using grid as a blue background with a thin layer as a base layer and the concept of an element of the nuances of sci-fi.

On the GUI with the selection of a user object, the incorporation of 3D objects with 2D it is possible to clear the selected objects. The response to whether or not the information is selected by the participants to provide clear information. We conducted participants who chose the object mask (to protect the breathing of volcanic ash) were very interested because, after choosing a mask, as if they were using it.

From the test questionnaire, some user already have mitigation background, usually age 8-11. Mitigation topic are new for children age 6 and 7 so take longer time to pass the part.

The questions about information from SIMIGAPI can answer by all of participant user. They answer directly and have some doodling about the answer on the questionnaire paper. For future development, character as a guide is no need to this virtual tour. User already know the information from GUI and feel bothered by the character who flying behind them like ghost.

Conclusion

During using SIMIGAPI, user feel enthusiastic about the material presented at the initial stage. So that, when user reached at evacuation part, they can do the mission properly follow the instructions of the user interface. User already know the information that are given and can choose the right object when they asked. User don't need any character to help, they only have to focus on the 3D GUI.

Head mounted display didn't make user have a dizziness during and after playing. They also comfortable using joystick as input device, because they already memorize the right button.

On the process, children are more regard SIMIGAPI as a game. However, when asked about some of the things SIMIGAPI learning materials, they can be answered properly.

Honorary

Emuloka Gagas Ceria Library, Bandung, **Mr. Muhammad Imron** as CEO Digital Happiness and team, **Mr. Gilang Rizwanda Esthian Guitarana** as Programming developer Digital Happiness

References

- Tjandra, Agatha Maisie. (2015). Perancangan Simulasi Digital Pengenalan Mitigasi Erupsi Untuk Anak-Anak Menggunakan Head-Mounted Display (HMD). Fakultas Seni dan Desain. Institut Teknologi Bandung, Indonesia.
- Tjandra, Agatha Maisie. (2015). Process Creating Visual Simulation SIMIGAPI in IDome Theater. Proceeding an international conference on ADADA 2014. Japan.

Fagerholt, Erik, Magnus Lorentzon
Chalmers University of Technology:
Beyond the HUD —User Interfaces
for Increased Player Immersion in
FPS Games

Hajji, Farid Ben, Erik Dybner. (1999). 3D
Graphical User Interfaces. Department
of Computer and Systems Sciences

Stockholm University and The Royal
Institute of Technology. Sweden.

Wiss, Ulrika; Carr, David; Jons-son,
Håkan. Proceedings: (1998) IEEE
Conference on Information Visualization,
July 29 - 31, 1998, London,
England : an international conference

ADAPTASI MOTIF UKIR BALI PADA DESAIN *VISUAL EFFECT* BUKU INTERAKTIF “LEGENDA SELAT BALI”

Angel Nataniel Yugie¹
Dominika Anggraeni P.²
Fachrul Fadly³

Abstrak: *Visual effect* merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah animasi untuk mendukung keberhasilan tercapainya sebuah cerita pada buku interaktif. Dengan adanya *visual effect*, sesuatu yang mustahil keberadaannya juga dapat diciptakan. Selain itu, *visual effect* juga dapat membuat sebuah animasi menjadi terlihat lebih nyata dan menarik. *Visual effect* dalam sebuah interaktif juga dapat mendukung penyampaian cerita. Penelitian ini akan mengangkat topik mengenai pembuatan dan penerapan visual effect untuk air, angin, dan api dengan mengadaptasi motif ornamen Bali. Hasil dari penelitian ini akan diaplikasikan pada sebuah buku interaktif yang berupa *mobile apps* Android yang berjudul ‘Legenda Selat Bali’. Buku interaktif ini dibuat untuk meningkatkan minat baca anak-anak Indonesia yang tergolong rendah.

Kata Kunci: visual effect, buku interaktif, ukiran Bali

Latar Belakang

Pada zaman ini, dimana teknologi sudah berkembang dengan sangat cepat, *gadget* atau *smartphone* sudah bukanlah hal yang asing lagi. *Gadget* atau *smartphone* sudah menjadi bagian dari manusia yang tidak bisa ditinggalkan lagi. Menurut data yang didapat dari techno.okezone.com, pada tahun 2015 pengguna *smartphone* di Indonesia

mencapai 55 juta jiwa. Menurut parentsindonesia.com, pada tahun 2013 sekitar 73 persen anak-anak di Indonesia sudah memiliki akses untuk menggunakan *gadget*. Selain itu print.kompas.com menuliskan bahwa minat baca anak-anak di Indonesia masih rendah.

Dengan adanya fenomena seperti ini, maka buku interaktif merupakan salah satu cara untuk meningkatkan mi-

¹Angel Nataniel Yugie adalah peneliti dan alumnus Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

²Dominika Anggraeni Purwaningsih adalah staf pengajar pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

³Fachrul Fadly adalah staf pengajar pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail : babyyugie@yahoo.com

e-mail : dominika@umn.ac.id

e-mail : fachrul.fadly@umn.ac.id

Adaptasi Motif Ukir Bali pada Desain *Visual Effect* Buku Interaktif “Legenda Selat Bali”

Angel Nataniel Yugie¹
Dominika Anggraeni P.²
Fachrul Fadly³

nat baca. Buku interaktif tersebut akan dibuat dalam bentuk *mobile apps* yang dengan mudah dapat diakses melalui *smartphone* atau *gadget* yang mereka gunakan. Bambang Juwono, CEO Pesona Edu mengatakan jika sebuah buku dibuat dalam bentuk interaktif, anak-anak akan tertarik karena adanya animasi, gambar, suara, dan gerak. (suara.com,2015)

Visual effect merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah animasi. Dengan adanya *visual effect*, pembuatan film animasi ataupun *live action* menjadi tidak memiliki batas. Sesuatu yang tidak pernah ada sebelumnya atau tidak mungkin ada menjadi sangat mungkin dengan berkembangnya *visual effect*. Selain itu, visual effect juga membuat sebuah film animasi menjadi lebih terlihat nyata dan menarik untuk dinikmati. Ellen Besen (2008) dalam bukunya yang berjudul *Animation Unleashed* menuliskan bahwa sebuah *effect* dapat memiliki banyak fungsi. Selain untuk menciptakan *mood* dalam sebuah animasi, *visual effect* juga dapat membuat karakter terlihat menyatu dengan *environment*.

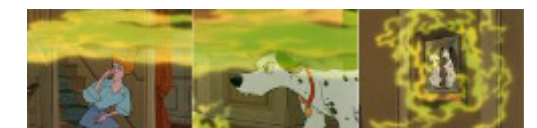
Penelitian ini akan diaplikasikan pada sebuah buku interaktif. Buku interaktif ini akan mengangkat salah satu cerita rakyat Indonesia yang berasal dari Bali yang berjudul Manik Angkeran dan Naga Besukih. Dalam pembuatannya, desain *visual effect* akan mengadaptasi bentuk ornamen Bali.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi literatur mengenai air, angin, dan api dari sisi ilmiah dan meneliti mengenai bentuk dan ciri kas dari ornamen Bali. Selain studi literatur, metode lain yang digunakan adalah mencari referensi mengenai pergerakan air, angin, dan api dari beberapa film animasi.

Pengertian Visual Effect

Finance dan Zwerman (2010) menjelaskan bahwa visual effect adalah manipulasi sebuah gambar yang dilakukan baik secara fotografi ataupun digital yang menciptakan kesan photorealistic yang tidak ada didunia nyata. Bousquet dan Garcia (2016) menuliskan bahwa visual effect dapat membuat gambar terlihat lebih nyata. Ellen Besen (2008) dalam bukunya menjelaskan bahwa visual effect dalam animasi harus memiliki ciri khas dan dapat membuat sebuah animasi terlihat lebih nyata. Selain itu sebuah *visual effect* tidak hanya membuat sebuah character dan environment terlihat menyatu, namun juga dapat mendukung karakteristik tokoh dalam animasi tersebut. Contohnya adalah asap rokok Cruella dalam film 101 Dalmatian yang menunjukkan bahwa ia mendominasi semua karakter dalam film tersebut.



Gambar 1. Asap rokok Cruella (Sumber: http://1.bp.blogspot.com/_bKUY_4J7fnA/SLadzK6MXI/AAAAAAAAAag/AvHHoY9ovdk/s1600-h/03_04.jpg)

Proses Pembuatan *Visual Effect*

Dalam bukunya, Finance dan Zwerman (2010) menuliskan bahwa dalam pembuatan visual effect dibagi menjadi 3 tahap, yaitu:

- 1.) Preproduction

Dalam preproduction, yang pertama harus dilakukan adalah mengumpulkan team yang akan bekerja membuat visual effect dan bagaimana pembagian kerja dalam team tersebut. Pada tahap ini, supervisor visual effect bertugas untuk bekerja sama dengan sutradara untuk membuat *storyboard*, mendesain sebuah shot, dan membuat desain untuk effect yang akan digunakan. Di sinilah kreativitas seorang supervisor sangat dibutuhkan. Selain supervisor, seorang *visual effect producer* memiliki tugas yang sangat penting, yaitu *budgeting*, *scheduling*, dan *breakdown script* untuk menyesuaikan *budget* dan *schedule* dengan *visual effect* yang akan dibuat.

2.) Production

Production merupakan tahap dimana sebuah visual effect dibuat. Selama masa production, seorang supervisor harus mengikuti semua kegiatan shooting dan memastikan bahwa tidak ada masalah selama pembuatan visual effect. Sedangkan seorang produser memiliki tugas untuk memastikan bahwa semua pekerjaan berjalan sesuai dengan schedule dan tidak keluar dari budget yang telah dibuat.

3.) Postproduction

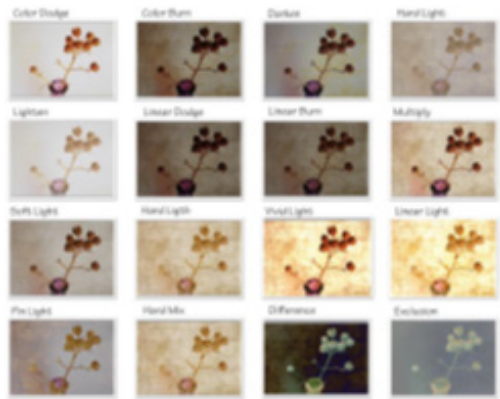
Pada tahap postproduction semua elemen visual digabung menjadi satu adegan yang pada akhirnya menjadi sebuah film yang siap untuk dinikmati.

Elemen Visual Effect

1.) Layer Blending

Layer blending merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk memanipulasi ataupun membuat effect. *Layer blending* dibagi menjadi 6 kategori, yaitu *Simple Modes*, *Darkening*

Modes, *Lightening Modes*, *Light Modes*, dan *Difference Modes*. Pada *simple modes* tidak ada perubahan yang signifikan. *Darkening modes* akan memberikan efek warna lebih gelap. *Lightening modes* memberikan efek warna yang lebih terang. *Light modes* merupakan gabungan dari *darkening modes* dan *lightening modes* dimana efek yang dihasilkan adalah warna gelap dan terang secara bersamaan. Sedangkan *difference modes* akan memberikan efek dengan mencari perbedaan dari layer yang berada di atas dan yang berada di bawah.



Gambar 2. *Layer blending*
(Sumber: <http://www.crispphotoworks.com/wp-content/uploads/2012/01/2.png?7504ab>)

2.) Compositing

Compositing menurut Rickitt (2007) adalah proses dimana 2 elemen atau lebih digabungkan menjadi satu gambar atau scene. Finance dan Zwerman (2010) menambahkan bahwa compositing adalah tahap terakhir dalam pembuatan sebuah *visual effect*. Tantangan terbesar pada tahap ini adalah bagaimana menggabungkan semua elemen tersebut agar terlihat nyata.

3.) Warna

Dalam bukunya, Fraser dan Banks

(2004) menjelaskan bahwa warna adalah sesuatu yang hanya bisa dinikmati melalui pengelihatannya dan warna memiliki arti yang berbeda-beda bagi setiap manusia. Mereka juga menjelaskan bahwa warna dapat menjadi sebuah ciri khas, simbol dalam keagamaan atau budaya, dan semiotika.

Ornamen Bali

I Gusti Ngurah Agung Jaya (2014) menjelaskan bahwa ornamen Bali adalah pengambilan bentuk dari flora, fauna, nilai agama, dan kepercayaan yang dipadukan dan memiliki keindahan yang harmonis. Waisanawa dan Yupardihi (2014) menjelaskan bahwa masyarakat tradisional Bali membuat ornamen dengan berpedoman pada alam.

Jenis Ornamen Bali

Ornamen Bali memiliki 3 jenis, yaitu:

1.) Keketusan

Keketusan adalah ornamen yang mengambil bentuk dari makhluk hidup. Karakteristik dari ornamen ini adalah pada pengaplikasiannya terjadi pengulangan. Biasanya ornamen keketusan ini digunakan pada bidang yang memanjang. Contoh dari ornamen keketusan adalah kakul-kakulan, kuping guling, ganggong, dan api-apian.



Gambar 3. Kakul-kakulan
(Sumber: http://2.bp.blogspot.com/-mo2PIH246OE/UldikPG3b6I/AAAAAAAAACeo/i9be-WKWF8Q/s1600/P11-10-10_09-29%5B1%5D.jpg)

2.) Papatran

Papatran adalah ornamen yang mengadaptasi dari tumbuhan. Banyaknya garis pada ornamen ini memberikan kesan bentuk yang luwes. Contoh ornamen papatran adalah patra ulanda dan patra punggel.

3.) Kekarangan



Gambar 4. Patra Ulanda
(Sumber: http://2.bp.blogspot.com/EpvG_kZcLh8/UmeINSFIkQI/AAAAAAAAACms/rwmSBn3Fzb4/s1600/IMG00341.jpg)

Kekarangan adalah ornamen yang mengambil bentuk dari bagian tubuh makhluk hidup. Contoh dari kekarangan adalah karang bentulu dan karang singa bersayap.



Gambar 5. Karang Singa Bersayap
(Sumber: Struktur Ornamen pada Bangunan Wadah dan Bangunan Tradisional Bali, 2014)

Analisis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada referensi yang digunakan, maka ditemukan bahwa:

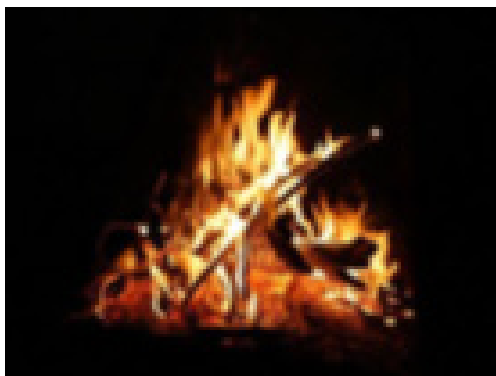
1.) Ornamen Bali

Referensi yang digunakan untuk meneliti ornamen Bali adalah beberapa jurnal hasil penelitian. Dari referensi ini, maka ditemukan bahwa ornamen Bali memiliki beberapa ciri khas, yaitu ornamen Bali memiliki bentuk yang luwes dan melengkung, memiliki volume atau kedalaman, memiliki corak dan pola pada setiap bagian ukirannya, dan berlapis-lapis atau bertingkat.

2.) Api

Referensi yang digunakan untuk warna api adalah foto pada saat api sedang membakar kayu. Dari hasil foto ini, maka ditemukan bahwa api memiliki 4 warna, yaitu merah pada lapisan paling luar, jingga dan kuning pada bagian tengah, dan putih pada bagian paling dalam dimana terjadinya pembakaran.

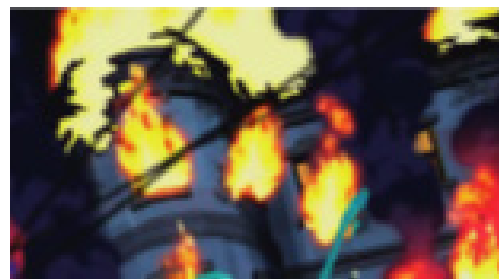
Untuk pergerakan dari api, referensi yang digunakan adalah film animasi Mickey Mouse tahun 1935 dan Ben 10.



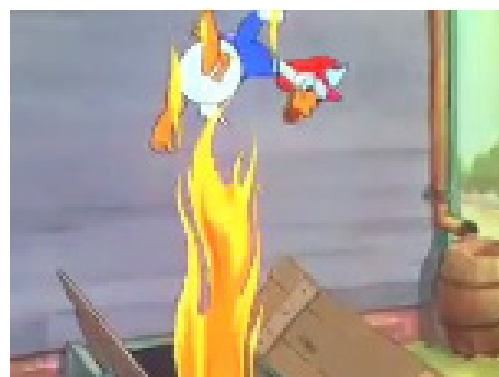
Gambar 6. Api
(Sumber: https://mgfitlife.files.wordpress.com/2013/05/camp_fire.jpg)

Berdasarkan referensi tersebut, maka ditemukan bahwa saat api membara tidak hanya bergerak mengikuti arah angin bertiup, namun juga bergerak naik-turun. Selain itu film animasi ini juga menjadi referensi bagaimana mengadaptasi api ke dalam bentuk 2 dimensi.

Referensi untuk bentuk yang akan digunakan adalah keketusan api-apian.



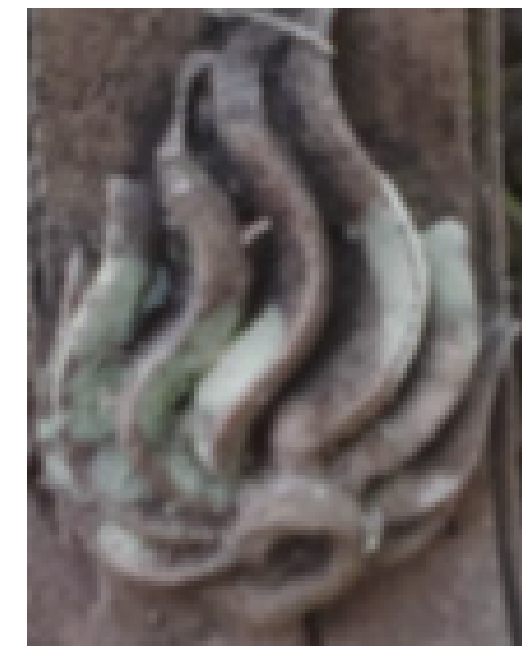
Gambar 7. Api Ben 10
(Sumber: Ben 10 Omniverse - The Fire - Cartoon Network)



Gambar 8. Api Mickey Mouse
(Sumber: Mickey Mouse Color Cartoon – Mickey’s Fire Brigade, 1935)

Keketusan ini melambangkan api yang sedang membara.

3.) Air



Gambar 9. Keketusan api-apian
(Sumber: http://4.bp.blogspot.com/waFUadur4qE/UldmsreAOI/AAAAAAAAACf4/e3sfe1FZH7Q/s1600/Copy+of+P10-07-10_08-02.jpg)

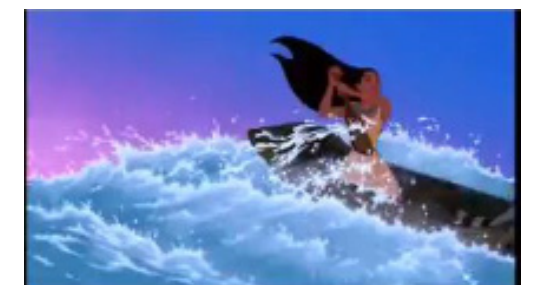
Referensi yang digunakan untuk warna air laut didapatkan dari foto ombak. Selain itu berdasarkan teori yang didapatkan, air laut memiliki 3 warna. Warna pada permukaan laut adalah putih yang berasal dari buih-buih garam yang terdapat pada air laut. Pada kedalaman 5 meter air laut berwarna biru kehijauan karena menyerap cahaya warna biru dan hijau. Pada kedalaman 50 meter air laut berwarna biru.



Gambar 10. Air laut
(Sumber: <http://www.surfertoday.com/images/stories/lairdhamilton6.jpg>)

Sedangkan untuk meneliti pergerakan air, referensi yang digunakan adalah cuplikan film animasi Pocahontas (1995) pada saat menyanyikan ‘Just Around the River Bend’. Dari cuplikan film animasi ini, ditemukan bahwa semakin deras sebuah arus, maka ombak yang dihasilkan juga akan semakin besar.

Untuk referensi bentuk, ornamen Bali yang digunakan adalah ornamen



Gambar 11. Air Laut
(Sumber: Pocahontas, 1995)

keketusan ganggong. Ganggong sendiri diadaptasi dari tanaman kapu-kapu yang hidup di air. Ornamen ini memiliki ciri khas pada bentuknya, yaitu melengkung dan melingkar.

4.) Angin



Gambar 12. Ganggong
(Sumber: Struktur Ornamen pada Bangunan Wadah dan Bangunan Tradisional Bali, 2014)

Referensi yang digunakan untuk meneliti bagaimana pergerakan dari angin adalah cupikan film Pocahontas (1995) pada saat menyanyikan ‘Color of the Wind’. Penelitian pergerakan angin pada film animasi ini dilakukan dengan cara melihat dan mengikuti beberapa daun yang sedang terbang. Dari penelitian ini maka ditemukan bahwa pada

saat angin sedang berhembus pelan, maka angin akan bergerak membentuk kurva naik turun. Sedangkan pada saat sedang berhembus kencang, akan membentuk sebuah spiral.



Gambar 13. Angin Pada Pocahontas
(Sumber: Pocahontas, 1995)

Untuk bentuk dari angin, referensi yang digunakan adalah sayap-sayap yang ada pada ukiran Bali. Sayap ini dipilih karena sayap merupakan salah satu ciri khas dari hewan atau makhluk yang hidup di udara.



Gambar 14. Karang Dedari & Singa Bersayap
(Sumber: Struktur Ornamen pada Bangunan Wadah dan Bangunan Tradisional Bali, 2014)

Pengaplikasian

Setelah mengamati dan memahami setiap elemen, maka dihasilkan desain seperti berikut:

1.) Api

Desain yang dihasilkan untuk api mengadaptasi dari bentuk api-apian dengan melakukan penyederhanaan dan perubahan beberapa bentuk. Penyederhanaan bentuk dilakukan dengan menghilangkan corak yang ada pada bagian dalam dari ornamen api-apian tersebut. Selain itu perubahan bentuk juga dilakukan pada bagian ujung ornamen api-apian tersebut sehingga menjadi lebih panjang dan melengkung. Perubahan ini dilakukan dengan tujuan agar pada saat dianimasikan, kobaran api lebih terlihat sehingga mudah ditangkap oleh anak-anak.

Selain itu untuk warna dari desain api ini mempertahankan warna api dari sisi ilmiah. Dimana warna api tersebut adalah merah, jingga, kuning, dan putih pada bagian paling dalam. Warna outline pada desain ini menggunakan satu warna dengan tujuan untuk menambahkan ciri khas dari ornamen Bali. Dengan menggunakan outline satu warna akan memberikan kesan bertumpuk.



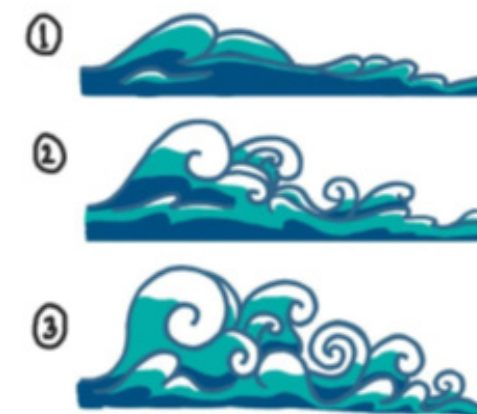
Gambar 15. Desain Visual Effect Api

2.) Air

Desain untuk air ini diadaptasi dari bentuk ornamen ganggong dengan

melakukan perubahan bentuk. Ciri khas dari bentuk ini adalah melengkung dan melingkar. Bentuk melingkar diadaptasi menjadi bentuk untuk ombak dan bentuk melengkung diadaptasi menjadi bentuk untuk arus. Untuk warna desain air ini sendiri, warna yang digunakan adalah warna dari sisi ilmiah air, yaitu putih, biru kehijauan dan biru pada bagian paling bawah. Outline untuk desain ini juga menggunakan satu warna untuk memunculkan ciri khas ornamen Bali yang bertumpuk pada desain air tersebut.

Bentuk desain air dibuat memiliki ombak yang besar. Hal ini dikarenakan dalam pengaplikasiannya, air muncul dari tanah yang terbelah sehingga arus yang dihasilkan bergerak cepat dan menghasilkan ombak yang tinggi dan besar.



Gambar 16. Desain Visual Effect Air

3.) Angin

Desain angin diadaptasi dari bentuk sayap yang ada pada ornamen Bali dengan melakukan perubahan bentuk. Perubahan yang dilakukan adalah dengan melancipkan bagian ujung ornamen tersebut dan membuatnya lebih melengkung dan melingkar sehingga terlihat seperti angin yang sedang bertiup. Selain itu ditambahkan juga corak pada bagian dalam desain angin untuk menambahkan ciri khas or-

namen Bali dimana terdapat corak pada setiap bagiannya.

Untuk warna dari desain ini menggunakan warna putih dengan menurunkan opacity menjadi 60%. Opacity diturunkan menjadi 60% karena secara ilmiah angin tidak memiliki warna. Untuk memperjelas pergerakan dari angin itu, maka ditambahkan daun-daun yang bergerak di belakang angin yang berhembus dan mengikuti bagaimana bentuk angin saat berhembus. Daun-daun ini memperjelas apakah angin bergerak membentuk kurva naik turun atau membentuk spiral. Selain daun yang mendukung pergerakan angin, bentuk dari desain angin itu sendiri dibedakan. Untuk angin yang berhembus pelan desain angin hanya menggunakan 2 lapis. Namun untuk angin yang berhembus cepat, desain angin menggunakan 4 lapis.



Gambar 17. Desain Visual Effect Angin

Kesimpulan

Dari penelitian mengenai *visual effect* ini, maka ditemukan bahwa *visual effect* merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah animasi untuk mendukung keberhasilan tersampainya sebuah cerita pada buku interaktif. Dengan adanya *visual effect*, sebuah animasi

menjadi lebih menarik dan terlihat lebih nyata.

Untuk menghasilkan sebuah *visual effect* yang baik, maka harus mengerti setiap elemen yang diangkat secara ilmiah agar *visual effect* yang dihasilkan terlihat nyata. Tidak hanya membuat desain yang menarik atau bagus, penganimasian *visual effect* juga merupakan salah satu yang penting untuk keberhasilan *visual effect* tersebut. Untuk menghasilkan *visual effect* yang baik, *visual effect* artist harus berani dan banyak mencoba beberapa cara baru bahkan merombak semua hasil desain yang sudah dibuat.

Selain itu dalam melakukan adaptasi dari suatu bentuk, maka harus mempelajari tentang budaya dari daerah itu sendiri. Tidak hanya itu, mempelajari setiap arti khusus dari setiap ornamen yang akan diangkat juga menjadi hal yang sangat penting agar dalam pengaplikasiannya nilai-nilai yang ada dalam ornamen tersebut tidak hilang. Dalam membuat desain dengan mengadaptasi bentuk, desain yang dihasilkan tidak harus terpaku pada bentuk asli dari ornamen tersebut, namun beberapa modifikasi dapat dilakukan bahkan merubah bentuk secara keseluruhan. Namun harus tetap diperhatikan bahwa ciri khas dari setiap ornamen tersebut tidak hilang.

Dalam membuat desain untuk buku interaktif ini, bentuk setiap elemen diadaptasi dari bentuk ornamen yang memiliki hubungan dengan elemen yang diangkat. Untuk api digunakan ornamen api-apian dimana ornamen tersebut melambangkan api yang sedang membara. Untuk air mengadaptasi dari bentuk ornamen ganggong dimana ornamen itu diadaptasi dari tanaman kapu-kapu yang merupakan tanaman yang hidup di air. Sedangkan untuk angin diadaptasi dari bentuk sayap dima-

na sayap merupakan salah satu ciri khas dari hewan yang hidup di udara.

Dalam pemilihan warna, warna ilmiah setiap elemen dipilih untuk mempertahankan sisi ilmiah dari setiap elemen. Dimana api memiliki 4 warna, yaitu merah, jingga, kuning, dan putih. Air memiliki 3 warna, yaitu putih, biru kehijauan, dan biru. Sedangkan angin menggunakan warna putih dengan *opacity* rendah. Selain untuk mempertahankan sisi ilmiah dari setiap elemen, warna ilmiah juga dipilih karena setiap ornamen yang diangkat merupakan ornamen yang ada pada dinding Pura sehingga tidak memiliki warna khusus.

Untuk pergerakan setiap elemen didapatkan dari film animasi. Api akan bergerak mengikuti arah angin dan bergerak naik turun. Untuk air, semakin deras arus air tersebut maka ombak yang dihasilkan akan semakin tinggi. Sedangkan untuk angin, pada saat sejuk akan berhembus membentuk kurva naik turun dan pada saat bertiup kencang akan membentuk spiral.

Referensi

- Besen, E. (2008). *Animation Unleashed*. California: Michael Wiese Productions.
- Bousquet, M., & Garcia, A. (2016). *Physics for Animator*. Florida: CRC Press.
- Bozkurt, A., & Bozkaya, M. (2015). *Evaluation Criteria for Interactive E-books for Open and Distance Learning*. Turki.
- CK, I. G. (2014). *Struktur Ornamen Pada Bangunan Wadah dan Bangunan Tradisional Bali*.
- Enterprise, J. (2009). *Cara Mudah Menguasai Photoshop CS4*. Jakarta: Elex Media Komutindo.

Finance, C., & Zwerman, S. (2010). *The Visual Effects Producer : Understanding the Art and Business of VFX*. Oxford: Focal Press.

Fraser, T., & Banks, A. (2004). *Designer's Color Manual: The Complete Guide to Color Theory and Application*. Cambridge: Ilex Press Limited.

Gress, J. (2015). *DIGital Visual Effects & Compositing*. Amerika: Pearson.

Okun, J. A., & Zwerman, S. (2010). *The VES Handbook of Visual Effects*. Oxford: Focal Press.

Rickitt, R. (2007). *Special Effects : The History and Technique*. New York: Billboard Books.

Waisanawa, I. M., & Yupardhi, T. H. (2014). *Pengembangan Ornamen Tradisional Bali*.

PERANCANGAN NARASI VISUAL SEJARAH KAWASAN LAUT SULAWESI ABAD 19

R.R Mega Iranti K.¹
Muhammad Cahya Daulay²
Christian Aditya³

Abstrak: Tulisan ini bertujuan memaparkan proses perancangan narasi visual sejarah kawasan Laut Sulawesi Abad 19 yang kemudian divisualkan dalam bentuk storyboard dan animatik untuk keperluan film animasi pendek. Proses pemilihan konten narasi sejarah dan visualisasinya menjadi titik berat dalam penulisan ini. Studi literatur, observasi dan interpretasi menjadi metode utama yang dipilih dalam penentuan konten sejarah dan visualisasinya. Hasil dari rancangan ini berupa sekuen kejadian yang divisualkan dalam bentuk storyboard.

Kata kunci: narasi visual, sejarah, Laut Sulawesi, abad 19

Introduksi

Sebagai negara kepulauan, sejarah maritim seharusnya tidak dapat dipisahkan dari sejarah Indonesia. Beberapa sejarawan pernah menelusuri sejarah kelautan negeri ini, dan dalam usaha untuk menyebarluaskan narasi sejarah yang pernah dituliskan, maka dilakukan usaha untuk memvisualkan narasi sejarah kawasan laut Sulawesi, sebagai salah satu kawasan laut yang pernah diteliti oleh sejarawan Lopian.

Jauh sebelum dominasi kolonial di Nusantara, seperti juga di daratan yang

dikuasai oleh Raja, maka ekosistem di wilayah maritim pun memiliki ekosistemnya sendiri. Lopian menggolongkan tiga kutub kekuatan wilayah maritim yang meliputi Orang Laut, Raja Laut dan Bajak Laut. Tiga kutub kekuatan ini berlangsung selama berabad-abad hingga kemudian kolonialisme mendominasi wilayah ini. Abad 19 merupakan abad yang dianggap Lopian sebagai puncak dominasi kolonial di wilayah nusantara, Karena pada saat itu Raja Laut sebagai simbol penguasa legal dianggap kehilangan absolutnya di hadapan penguasa yang baru yang itu kolonial.

e-mail : rr.mega@lecturer.umn.ac.id

e-mail : cahya.daulay@umn.ac.id

e-mail : christian@umn.ac.id

Bertolak dari paparan Lopian mengenai ekosistem pembagian kekuasaan yang ada di kawasan ini dari sejak masa pra-kolonialisme, serta kondisi kawasan laut ini ketika kolonialisme sedang berada di puncaknya di abad 19, visualisasi ini dibuat. Tujuannya adalah memvisualkan kondisi kekuatan laut nusantara di abad 19 yang terdominasi oleh kolonial, caranya adalah dengan menampilkan sosok tertuduh bajak laut yang dikontraskan dengan sosok kolonial. Metode yang digunakan adalah studi literatur sejarah maritim yang kemudian dipadukan dengan observasi visual. Interpretasi terhadap narasi dan visual juga dilakukan untuk dapat menciptakan imaji dan sekuensial yang dianggap mewakili karakterisasi, seting, properti dan sekuen yang ingin ditampilkan.

Dominasi Kolonial dan Tuduhan Bajak Laut

Walaupun fenomena bajak laut selalu ada di wilayah maritim manapun, namun beberapa sejarawan mencurigai adanya campur tangan kolonial dalam pembentukan fenomena bajak laut di wilayah perairan Asia Tenggara. Dalam menanamkan kekuasaan di nusantara, kolonial melakukan berbagai hal, termasuk dengan melancarkan tuduhan bajak laut terhadap mereka yang dianggap menentangnya di laut. Akibatnya adalah Raja Laut, pihak yang dianggap berkuasa di sebuah perairan pada saat itu, dihadapkan pada pilihan sulit; berada di bawah dominasi kolonial, atau melawannya dengan resiko mendapat tuduhan sebagai bajak laut.

Keadaan yang terjadi di abad 19 merupakan hasil dari dominasi kolonial yang ditebarkan selama 2 abad sebelumnya. Kekuatan laut lokal telah sepenuhnya terdominasi oleh kolonial, namun memunculkan sebuah gejala baru, yaitu maraknya pembajakan kapal kolonial

oleh mereka yang disebut sebagai bajak laut. Bajak Laut ini tentu saja tidak memiliki kedaulatan seperti pada Raja Laut, namun keberadaan mereka cukup membuat pihak kolonial kewalahan. Sebagai ilustrasi, di rentang abad yang sama, kolonial sedang menghadapi pemberontakan Pangeran Diponegoro (tahun 1825-1830) yang biayanya menguras kas. Sementara di laut sendiri mereka juga tengah sibuk menghadapi kasus pembajakan yang juga sangat menguras kas kolonial.

Yang dapat disimpulkan dari data ini adalah perlawanan terhadap kolonial tidak hanya datang dari mereka yang kemudian kita kenal sebagai pahlawan, yang perjuangannya tercatat dalam sejarah nasional. Perlawanan terhadap kolonial juga terjadi di laut; dan malah datang dari pihak yang sama sekali bukanlah penguasa dan bangsawan (Raja Laut) melainkan dari pihak yang biasanya menjadi oposan dari penguasa. Dengan demikian, maka visualisasi yang dilakukan dapat juga merupakan alternatif dari sosok pahlawan yang dominan dikenal di sejarah nusantara. Apabila sosok pahlawan nusantara yang berani melawan dominasi kolonial adalah biasanya berasal dari kalangan bangsawan, maka hal ini menguatkan bahwa perlawanan terhadap kolonial adalah dari berbagai kalangan.

Narasi Sejarah Kawasan Laut Sulawesi Abad 19

Proses riset dilakukan dengan cara menentukan terlebih dahulu kejadian mana yang akan divisualkan. Parameter yang kemudian ditentukan adalah; 1). Narasi harus berdasarkan kejadian nyata yang terjadi di rentang abad 19 dan berlokasi di kawasan Laut Sulawesi. 2). Untuk memperlihatkan situasi di mana kolonial mendominasi, maka narasi

harus melibatkan pihak yang tertuduh bajak laut dengan kolonial. 3). Untuk memperlihatkan hubungan dengan sejarah nasional, maka karakter yang terlibat di dalam narasi ini perlu memiliki kaitan dengan karakter lain yang tertulis di sejarah nasional.

Ketiga parameter tersebut digunakan untuk mencari studi kasus data sejarah yang dapat dinarasikan sesuai dengan kriteria. Hal ini cukup sulit dilakukan mengingat catatan sejarah hanya akan menulis tokoh-tokoh yang memang dianggap memiliki kualitas heroik yang kemudian diakui sebagai pahlawan nasional. Akses ke catatan kolonial pun cukup sulit karena selain kendala bahasa, catatan kolonial juga hanya akan merekam kejadian berdasarkan kepentingan mereka saja.

Dari studi Lopian terhadap catatan kolonial, didapatkan sebuah kasus menarik yaitu kasus tertuduh Bajak Laut yang bernama Robodoi. Dari catatan kolonial yang merekam penangkapan Robodoi, kemudian didapatkan hubungan Robodoi dengan Pangeran Nuku; seorang penerus tahta kerajaan Tidore yang mendapatkan gelar pahlawan nasional. Pangeran Nuku sukses memobilisasi armada bajak laut untuk melawan kolonial di Tidore di abad 18. Ayah Robodoi merupakan salah satu pengikut dari Pangeran Nuku, namun data lengkap mengenai silsilah keluarga Robodoi tidak diketahui.

Robodoi diperkirakan lahir menjelang abad 19. Ketika ia ditangkap, di tahun 1852, umurnya diperkirakan 67 tahun. Pada saat itu kolonial sedang giat-giatnya membasmi bajak laut yang dianggap mengganggu jalur perdagangan dan eksploitasi kapal kolonial di negeri jajahan. Robodoi dan komplotannya hidup dari pekerjaannya membajak kapal kolonial, sehingga secara otom-

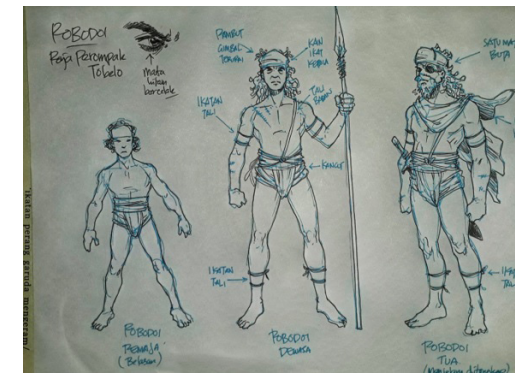
atis ia hidup dalam pengejaran kolonial. Karena hidup dalam pengejaran, Robodoi berpindah-pindah di sekitar perairan Laut Sulawesi dan pulau-pulau kecil sekitarnya. Tentu saja sedikit demi sedikit komplotan bajak laut ini menemui nasibnya ditangkap dan dieksekusi oleh kolonial, begitu pun teman-teman Robodoi dan Robodoi sendiri di akhir hidupnya. Robodoi dan keluarganya kemudian ditangkap oleh Belanda, dan nasibnya tidak diketahui.

Penggalan kisah Robodoi yang tertulis dalam catatan kolonial memenuhi parameter yang ditetapkan. Kisah Robodoi terjadi di abad 19 dengan lokasi yang ditetapkan, insiden melibatkan kolonial dan yang tertuduh bajak laut, serta ada kaitan dengan karakter yang tertulis di sejarah nasional, sehingga terbuka potensi pemaknaan yang lebih jauh. Atas dasar kriteria ini, kisah Robodoi dianggap dapat mengilustrasikan apa yang terjadi narasi sejarah laut Sulawesi di abad 19, ketika dominasi kolonial sedang dipuncaknya dan satu-satunya kekuatan laut yang menjadi tandingan kekuatan kolonial datang dari kaum yang dituduh sebagai bajak laut.

Visualisasi

Visualisasi dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan karakterisasi Robodoi dan lingkungan tempat insiden terjadi. Robodoi digambarkan sebagai seorang alifuru, artinya adalah bercirikan mayoritas penduduk yang tinggal di wilayah timur nusantara. Ciri fisiknya antara lain berkulit gelap dan berambut cenderung ikal. Ciri fisik lainnya yang tidak ada dalam data kemudian dilakukan interpretasi dengan cara menyesuaikan kebiasaan hidupnya yang lebih banyak menghabiskan waktunya di laut dan menggunakan ototnya untuk berenang dan berlayar.

Kawasan Laut Sulawesi merupakan seting lingkungan di mana Robodoi banyak menghabiskan waktunya berlayar



Gambar 1. Salah satu sketsa karakter Robodoi yang akhirnya digunakan dalam visualisasi. Visual oleh Cahya Daulay.

dan berpindah di antara pulau-pulau kecil yang tersebar di perairan tersebut. Keadaan alam dan properti yang digunakan merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan dalam memvisualkan narasi ini. Riset yang dilakukan belum banyak menjamah area ini, mengingat kompleksitas kawasan Laut Sulawesi itu sendiri. Rekonstruksi kemudian dilakukan dari paparan dan data literatur maupun foto mengenai kawasan ini.

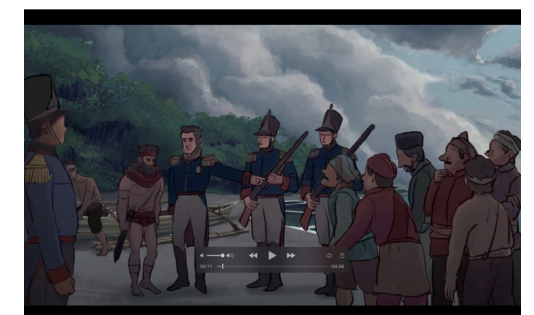
Observasi diadakan ke beberapa museum, di antaranya adalah Museum Bahari dan Anjungan Taman Mini Indonesia Indah untuk mendapatkan rekonstruksi koleksi properti kapal dan rumah. Dari hasil yang didapat, kemudian interpretasi visual dilakukan untuk menyesuaikan dengan narasi yang dibangun. Hasilnya adalah tafsiran dari setting dan properti yang diasumsikan ada di lingkungan kawasan Laut Sulawesi di abad 19.

Visualisasi yang dilakukan berupa storyboard yang disiapkan untuk film pendek bermedium animasi. Storyboard mencakup paparan di mana dan bagaimana Robodoi beroperasi, serta apa yang terjadi padanya sesuai dengan



Gambar 2. Salah satu sketsa lingkungan dan properti yang akhirnya digunakan dalam visualisasi. Visual oleh Christian Aditya.

catatan kolonial yang ditafsirkan oleh Lopian dalam penelitiannya. Kemudian, kejadian dalam rentang puluh tahunan itu disekuensialkan membentuk urutan gambar sebanyak kurang lebih enam puluh panel. Dari urutan gambar yang ditunjukkan dalam storyboard, animatik atau animated storyboard dirancang dengan cara menggerakkan dan menambahkan transisi dalam storyboard sehingga terciptalah gambar bergerak yang sederhana. Animatik merupakan versi sederhana, yang juga berfungsi sebagai panduan pembuatan film animasi pendek.



Gambar 3. Versi animatic storyboard. Visual oleh Tim Perancang.

Kesimpulan

Rancangan visualisasi sejarah ka-

wasan Laut Sulawesi abad 19 didasari oleh paparan sejarawan Adrian Lopian yang berpendapat bahwa satu-satunya kekuatan yang masih mampu melawan kolonial pada abad tersebut dihadapkan pada tuduhan bajak laut. Pemilihan karakterisasi bajak laut didasari oleh tiga parameter utama, yang akhirnya diwakili oleh karakter bajak laut Robo-doi. Atas dasar minimnya data sejarah maritim yang ada, maka visualisasi didasari oleh interpretasi terhadap narasi, karakter maupun setting dan properti yang ada. Untuk itu, perlu diadakan penelitian lebih lanjut untuk dapat memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai sejarah kawasan ini.

Referensi

Lopian, A. B., Orang Laut Bajak Laut Raja Laut: Sejarah Kawasan Laut Sulawesi Abad XIX, Komunitas Bambu, 2009.

Tarling, N., Piracy and Politics in the Malay World. A study of British imperialism in nineteenth century Southeast Asia, F.W. Chesire, 1963.

Pimenta, S., Poovaiah, R., On Defining Visual Narrative, National Gallery of Art, Watson and the Shark, National Gallery of Art, Washington DC: [http:// www.nga.gov](http://www.nga.gov)

KOMODIFIKASI KARAKTER KARTUN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL DALAM IKLAN ANIMASI ES KRIM PADDLE POP

Florens Debora Patricia¹
Fenty Fahminnansih²

Abstrak: Wall's adalah perusahaan es krim terbesar di Indonesia yang memproduksi es krim dengan merek Paddle Pop yang memiliki karakter kartun singa bernama Paddle Pop yang sangat original dan unik dan akrab dengan generasi milenial (gen y dan z). Pasa awalnya karakter kartun Paddle Pop memiliki visualisasi 2 dimensi pada tahun 2000an, namun seiring berkembangnya jaman karakter Paddle Pop berevolusi menjadi 3 dimensi yang lebih dinamis dan atraktif sehingga semakin akrab dengan konsumen anak-anak. penelitian ini mengkaji komodifikasi karakter kartun sebagai media komunikasi visual pada iklan animasi es krim Paddle pop dan makna visual karakter kartun Singa Paddle Pop pada iklan animasi es krim Paddle Pop melalui pendekatan *Critical Discourse Analysis* Norman Fairclough dan Semiotika Roland Barthes.

Kata kunci : komodifikasi, animasi, kartun, komunikasi, visual, CDA, semiotika

¹Florens Debora Patricia adalah staf pengajar pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

e-mail: florens@stikom.edu

²Fenty Fahminnansih adalah staf pengajar pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

e-mail: fenty@stikom.edu

Pendahuluan

Paddle Pop merupakan *line filling* dari Wall's yang mentargetkan anak-anak sebagai konsumennya, produk ini melakukan *branding* dengan berbagai rasa buah dan jelly, serta mempunyai sekumpulan karakter khusus, dengan karakter utama Singa/*Lion* yang berna-ma Paddle Pop yang merepresentasikan dari rasa-rasa tersebut. Hal senada juga diutarakan oleh Veronica Utami, manager marketing dari PT. Unilever Indonesia Tbk, "Paddle Pop adalah varian es-krim Wall's yang paling laris di segmen anak-anak. Antusiasme terhadap es krim ini sangat luar biasa" (Lila, 2013).

Hasil wawancara Hadian Kharisma pada majalah Marketing edisi Febuari tahun 2010 menjelaskan bahwa merek Paddle Pop berkeinginan untuk menu-larkan nilai-nilai positif seperti kepemi-mpinan, keberanian, memegang teguh kebenaran, persahabatan, suka meno-long, serta belajar tanpa putus kepada anak-anak Indonesia. Dan nilai-nilai postif tersebut bersinergi dengan misi dan visi perusahaan dalam menginspira-si, membantu, serta membangun keprib-adian anak-anak menjadi lebih baik di masa depan. Selain itu Karakter kartun Singa atau Lion pada iklan animasi Pad-dle Pop menjadi komodifikasi media informasi yang sangat penting dalam menuntun persepsi konsumen terhadap produk es krim Paddle Pop, memberikan citra positif sehingga meningkatkan penjualan produk. Karakter kartun pada iklan animasi Paddle Pop juga berfungsi sebagai komunikasi visual yang mencer-minkan identitas suatu produk (Majalah Marketing, 2rd ed., vol. 3. 2010, hal.102-103).

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis (*Critical Dis-course Analysis/CDA*) yang dikembang-kan oleh Norman Fairclough. Karena itu, fokus penelitian diawali dari dimen-si teks, praktik wacana, hingga praktek sosiokultural. Untuk membongkar mak-na di balik teks, selain menggunakan kerangka analisis *critical lingusitic* yang dikembangkan Fairclough untuk mem-baca aspek narasi, kutipan wawancara dengan narasumber, dan kutipan su-ara alami, penulis juga menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes un-tuk membaca aspek gambar dan musik. Penggunaan kerangka semiotika Roland Barthes untuk membaca gambar dan musik. Penggunaan kerangka semiotika Barthes dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pembacaan atas teks berupa musik/lagu dan gambar yang tidak bisa didapat dari analisis *Critical Linguistic Fairclough*.

DISKUSI

Komodifikasi

Komodifikasi berhubungan dengan proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Terdapat beberapa bentuk ko-modifikasi menurut Mosco, yakni ko-modifikasi isi, komodifikasi audiens/khalayak dan komodifikasi pekerja. Kemudian ada dua bentuk komodifikasi lain yang menjadi bagian dari komodifi-kasi audiens yakni komodifikasi intrinsik dan komodifikasi ekstensif; (a) Komodi-fikasi Isi atau Konten – Bentuk pertama yang tentu kita kenali adalah komodifi-kasi isi media komunikasi. Komoditas

Iklan

Alexander Ralph mendefinisikan iklan sebagai "any paid form of non-personal communication about an oga-nization, product, service or idea by an identified sponsor" (setiap bentuk ko-munikasi nonpersonal mengenai suatu oganisasi, produk, servis atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketa-hui). Adapun maksud "dibayar" pada definisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang dan waktu bagi suatu pe-san iklan pada umumnya harus dibeli. Maksud kata "nonpersonal" berar-ti suatu iklan akan melibatkan media massa (televisi, radio, majalah, koran) yang dapat mengirimkan pesan kepa-da sejumlah besar kelompok indivi-du pada saat bersamaan. Dengan de-mikian, sifat nonpersonal iklan berarti pada umumnya tidak menyediakan ke-sempatan untuk mendapatkan umpan balik yang segera dari penerima pesan (kecuali dalam hal direct response ad-vertising). Karena itu, sebelum pe-san iklan dikirimkan, pemasang iklan harus betul-betul mempertimbangkan bagaimana khalayak akan mengin-terpretasikan dan memberikan respon terhadap pesan iklan yang dimaksud. Terdapat sejumlah alasan mengapa pe-rusahaan atau pemasang iklan memilih iklan di media massa untuk mempro-mosikan barang dan jasanya. Pertama, iklan di media massa dinilai efisien dari segi biaya untuk mencapai khalayak dalam jumlah besar. Selain itu, iklan di media massa juga dapat digunakan untuk menciptakan citra merek. Hal ini menjadi sangat penting khususnya bagi produk yang sulit dibedakan dari segi kualitas maupun fungsinya dengan produk saingannya. Pemasang iklan ha-rus dapat memanfaatkan iklan di media massa untuk memposisikan produknya di mata konsumen. Keuntungan lain

dari iklan di media massa adalah kemampuannya untuk dapat menarik perhatian konsumen terutama produk yang iklannya populer atau sangat dikenal oleh masyarakat luas (Morissan, 2010, hal. 17).

Animasi

Animasi secara luas berbicara masalah bentuk suatu benda yang berubah-ubah menciptakan gerak dan kehidupan. Oleh karena itu kata animasi menjadi suatu pengertian, yang berarti menciptakan suatu yang bisa hidup dan bergerak. Dalam kamus karya John M. Echols dan Hassan Sadily, *Animate* berarti hidup, bernyawa: (1) menghidupkan, menjiwai, menggelorakan, menyemarakkan, *Animated*: (1) yang mengasyikkan, (2) hidup, *Animation*, (kt.bd.). Semangat, semarak, kegembiraan. Dalam “World Book Dictionary”, *Animation*: liveness of manner, spirit, vigor. *Animism*: the belief that inanimate object have a form of life and are conscious being. *Animator*: A person that animates. Kata animasi menjadi sebuah pengertian yang tidak terbatas hanya untuk suatu jenis film saja tetapi juga bisa dalam bentuk berbagai hal karya seni kinetik (kinetic art) atau karya seni yang terkesan bergerak atau bahkan karya terapan yang berbentuk iklan animasi, neon-sign, atau lampu sroboscopis dan traffic light (Prakosa, 2010, hal. 39).

Iklan Televisi dengan Teknik Animasi

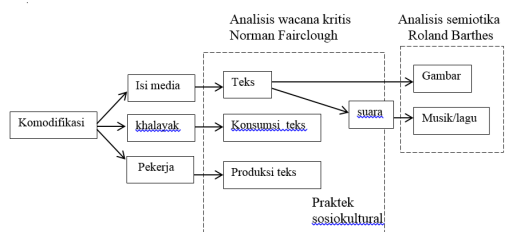
Jenis-jenis iklan televisi berdasarkan gaya eksekusi penyampaian pesannya. Yaitu: menjual langsung (straight sell),

potongan kehidupan (slice of life), gaya hidup (lifestyle), fantasi (fantasy), suasana atau citra (mood or image), musik (music), simbol kepribadian (signs), keahlian teknis (technical expertise), bukti kesaksian (testimonial evidence), demonstrasi (demonstration), kombinasi (combination) dan animasi (animation). Seiring perkembangan zaman dengan teknologi komputer yang lebih canggih seperti sekarang, iklan dengan menggunakan teknik animasi dapat dikatakan menjadi cukup populer. Pertama-tama seniman menulis skenario yang selanjutnya akan dianimasikan kedalam komputer dalam bentuk gambar kartun. Untuk kemudian masuk ke tahap editing dimana editor akan menggunakan software dalam proses membuat gambar tersebut bergerak sehidup mungkin. Animasi kartun akan sangat populer apabila kombinasi tampilan gambar, alur skenario hingga musik yang dimasukkan sesuai dengan segmentasi produk tersebut. Hal tersebut akan menjadikan pesan yang disampaikan dalam iklan animasi dapat tersampaikan secara maksimal kepada khalayak yang menyaksikannya (Mohammad, 2005, hal. 113).

Analisis Wacana

Analisis wacana (tepatnya critical discourse analysis) bisa amat berguna, tidak saja untuk melakukan textual interrogation. Tetapi juga untuk mempertautkan hasil integorasi tersebut dengan konteks makro yang “tersembunyi” di balik teks – sebagai suatu academic exercise ataupun dalam rangka upaya penyandaran, pemberdayaan dan transformasi sosial,” jelas Dedy N. Hidayat. “Critical discourse studies, yang melihat produksi dan distribusi—termasuk artefak budaya semacam teks isi me-

dia—selalu berlangsung dalam hubungan dominasi dan subordinasi. Oleh karena itu pula critical discourse analysis memiliki asumsi epistemologi dan ontologi tersendiri; sehingga juga membawa implikasi metodologis yang khas—yang berbeda dengan asumsi-asumsi paradigmatis analisis wacana dalam perspektif positivis dan konstruktivis) Bila paradigma teori kritis dan pendekatan cultural studies merupakan pendekatan metodologis, maka analisis wacana kritis (critical discourse analysis/CDA) yang dikembangkan Norman Fairclough dan kerangka semiotika Roland Barthes merupakan strategi analisis penelitian ini (Syaiful, 2013, hal. 120). Penggunaan metode penelitian pada objek penelitian penulis sederhanakan gambar di bawah ini:



Gambar 1. Model Analisis Komodifikasi CDA dan Semiotika

Deskripsi dan Analisis Teks

Iklan animasi pada es krim Paddle Pop pada kanal Youtube ditandai dengan pemilihan materi genre bertema intantifisme tema yang melibatkan kehidupan seputar karakter singa dalam animasi Paddle Pop, reaksi positif representasi masyarakat, dan sikap media, indikasi keterlibatan subjek dalam iklan animasi ini melalui pemilihan kosa kata dan kalimat yang bersifat hiperbola, persuasif, repetitif dan lucu serta memperlihatkan

teknik pengemasan yang spektakuler. Pada akhirnya hal itu melanggengkan mitos yang selama ini berkembang bahwa media sosial video Youtube adalah tontonan ber-“ideologi”—kan industri budaya populer. Bersandar pada teori dekonstruksi Derrida, konotasi yang berkembang bisa jadi akan menunda mitos yang telah terbentuk dan menawarkan mitos baru bahwa berita di kanal Youtube adalah tontonan.

Interogasi terhadap teks berupa narasi dalam iklan animasi (yang dipublikasikan pada kanal Youtube) dan narasi dalam tubuh iklan (yang dibacakan oleh karakter dalam iklan animasi TVC Paddle Pop); serta informasi data yang didapat dengan mewawancarai key informan secara mendalam dan pengamatan secara observasi partisipan. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan secara bersamaan untuk disajikan sebagai deskripsi analisis teks. Bingkai penelitian yang menggunakan pendekatan cultural studies dihubungkan kembali aspek-aspek ideologis, politis, ekonomis, sosiologis, kulturalis dan strukturalis dengan data yang telah dianalisis. Dengan kata lain, menyusuri keberadaan aspek kulturalis dan strukturalis dalam objek penelitian. Kulturalisme memandang makna sebagai kategori utama dan melihatnya sebagai produksi agen aktif, sedangkan strukturalisme berbicara tentang praktik signifikasi yang membangun makna sebagai hasil struktur atau regularitas yang dapat diperkirakan dan berada di luar dari individu (Barker, 2011, hal. 17).

Untuk menggambarkan rupa komodifikasi pada teks pada iklan animasi es krim Paddle Pop, peneliti memilih 2 item sebagai korpus penelitian. Di mana pertama adalah, perkembangan karakter kartun singa pada iklan ani-

masi Paddle Pop pada tahun 2006, dan karakter kartun Paddle Pop pada iklan animasi yang ada di Indonesia, yang secara serentak telah digunakan di seluruh dunia dalam mempromosikan karakter kartun singa Paddle Pop pada iklan animasi tahun 2017. Catatan penting atas pemaparan deskripsi dan analisis teks iklan animasi TVC Paddle Pop Indonesia 2006 dan 2017 itu terangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1. Konstruksi Karakter Kartun Iklan Animasi TVC Paddle Pop Indonesia

Unsur Teks	Identifikasi	Pemaknaan
Fakta dalam narasi	Kompilasi asumsi dan fakta; fakta lebih dominan dibandingkan asumsi; dramatisasi konteks peristiwa lebih dikedepankan; akurasi fakta kuat; dan objektivitas kuat.	Memperlihatkan infantilisme tema, kegigihan dan persahabatan, reaksi positif dalam masyarakat, sikap media dan mengindikasikan keterlibatan subjek dalam kasus
Representasi dalam Narasi	Penghiperbolaan asumsi dan fakta; pemilihan kosakata hiperbola, persuasif dan repetitif; tata bahasa berupa tindakan atau proses mental; kombinasi anak kalimat elaborasi atau perpanjangan; dan kombinasi antarkalimat yang mendukung asumsi	Memperlihatkan infantilisme tema, kegigihan dan persahabatan, reaksi positif dalam masyarakat, sikap media dan mengindikasikan keterlibatan subjek dalam kasus
Relasi, Identitas dan Intertekstualitas dalam Narasi	<i>Indirect discourse</i> , lebih dominan dibandingkan <i>direct discourse</i> ; deskripsi peristiwa lebih dominan dibandingkan pendapat narasumber; pendapat narasumber subagai pelengkap	Memperlihatkan infantilisme tema, kegigihan dan persahabatan, reaksi positif dalam masyarakat, sikap media dan mengindikasikan keterlibatan subjek dalam kasus
Musik/lagu dalam Unsur Suara	Musik ilustrasi. Lagu yang terpilih merupakan arasemen yang dibuat oleh Agensi	Secara denotatif, memperlihatkan pelengkap konstruksi realitas; secara konotatif memperlihatkan adanya hubungan sejarah antara pencipta/penyanyi dan realitas, serta

		pengaruh sosiologis dan tujuan estetika tertentu; secara mitos, mencitrakan televisi sebagai tontonan; dan secara ideologu, mencitrakan watak industri budaya populer.
	Kompilasi <i>footage</i> berupa iklan animasi Paddle Pop lebih dominan dibandingkan rushes copy; pengulangan <i>footage</i> lebih dominan <i>rushes copy</i> dan penggunaan efek penyuntingan secara berlebihan	Secara denotatif, memperlihatkan konstruksi realitas berupa perkembangan iklan animasi Paddle Pop; secara konotatif memeperlihatkan ketenangan dan makna denotasi sekaligus menunjukkan indikasi keterlibatan para subjek dalam iklan animasi Paddle Pop

Dan penjelasan tentang kulturalis dan strukturalisme ini mempertegas hakikat *cultural studies* sebagai arena permainan bahasa (*language game*) dan pembentukan wacana, yaitu kluster (atau bangunan) gagasan-gagasan, citra-citra dan praktik-praktik, yang menyediakan cara-cara untuk membicarakan topik, aktivitas sosial tertentu atau arena institusional dalam masyarakat. Dan bila mencermati temuan dan analisis data, saya harus memperhitungkan kembali tema-tema kajian *cultural studies* di wilayah *postmodern* seperti telah dipaparkan dalam bab “Cultural Studies”. Bahwa isu-isu diangkat bergeser ke arah berbagai isu yang menjadi *subject matter* gerakan postmoderinsme: genesis, perubahan, produktivitas tanda, permainan bebas tanda, permainan bebas interpretasi, relativitas pengetahuan, mesin hasrat (*desiring machine*), ketidaksadaran (*unconsciousness*), ekonomi libido, heterogenitas, skizofrenia, nomadisme, simulasi, hiperralitas, relasi pengeta-

huan dan kekuasaan (genealogi), teori wacana (*discourse*), pengetahuan lokal, etnisitas. Menurut saya temuan dan analisis data memperlihatkan juga tema-tema yang menjadi *subject matter* gerakan postmoderinsme dan paling mencolok adalah hiperrealitas.

Produksi Teks

Semua jenis animasi tetap membutuhkan tokoh sebagai penggerak sebuah narasi sehingga perlu menciptakan tokoh yang sesuai dengan narasi namun mudah diingat oleh penonton dan alamiah. Oleh karena itu penciptaan dan pengembangan tokoh animasi harus mempertimbangkan bahwa karakter tersebut tampak hidup dan masuk akal. Begitu pula proses penciptaan karakter iklan animasi TVC Paddle Pop pada tahun 2006 yang mengalami perubahan total, dimana sebelumnya karakter singa Paddle Pop memiliki desain 2 dimensi mengalamai perubahan bentuk visualisasi desain menjadi 3 dimensi pada iklan animasi TVC Paddle Pop tahun 2017 untuk menambah unik dalam mempromosikan Produk es krim baru Paddle Pop.

Penciptaan visualisasi karakter mempertimbangkan ciri khas dan kepribadian, berikut ini merupakan ciri-ciri penciptaan karakter yaitu; a) Jiwa (memiliki visi, pandangan hidup, nilai, dan kebermaknaan bagi kehidupan batin dan pikiran penonton); b) Ciri khas (bentuk tubuh, wajah, pakaian, dan aksesoris unik sehingga penonton mudah mengingat); c) Sikap ekspresif (cara berbicara dan tingkah laku yang menyatu dengan karakter serta memberi kesan mendalam); d) Bahasa tubuh - merupakan cara memastikan semua figur menyampaikan sebuah cerita. Bahasa tubuh dapat menunjukkan keadaan karakter bahkan sebelum mer-

ek bicara serta dipengaruhi situasi dan gaya gravitasi; e) Mimik—merupakan cara memvisualkan emosi dan perasaan dengan kuat dan tepat. Seorang animator harus dapat mengetahui ragam jenis ekspresi wajah, mengetahui anatomi wajah, bagaimana mimik dibentuk oleh otot wajah, menguasai strategi dalam menggambarkan ekspresi secara visual, dan memahami ekspresi wajah yang diwujudkan dalam sebuah sekuen (Sugihartono, Basnendar & Asmoro, 2010, hal. 91).



Gambar 2. Evolusi karakter kartun singa Paddle Pop pada iklan animasi TVC 2006 (kiri), karakter kartun singa Paddle Pop pada iklan animasi TVC 2017 (kanan) (Sumber: Kanal resmi Paddle Pop Indonesia)

Konsumsi Teks

Strategi sensasional dan infatilisme tema pada iklan animasi TVC Paddle Pop tersebut memperlihatkan indikasi keterlibatan subjek-subjek pada iklan animasi TVC Paddle Pop, dan perkembangan jumlah penonton pada kanal resmi Paddle Pop Indonesia, menurut peneliti strategi komunikasi visual marketing yang dirancang oleh produser dan eksekutif kreatif direktur Paddle Pop dimasukkan untuk memperlihatkan “empati” kepada segmen khalayak tertentu khususnya anak-anak, remaja, yang diasumsikan akan menyukai karakter singa Paddle Pop dalam iklan animasi. Baik unsur suara maupun unsur gambar

membuktikan pembacaan ini—di luar kebutuhan menghadirkan daya tarik dalam pengemasan.

Menurut peneliti, strategi sensasional atas realitas tersebut juga sangat berkaitan dengan keinginan media untuk merangkul segmen khalayak tertentu—dan bisa jadi selama ini tidak termasuk menjadi bagian segmen khalayak iklan animasi TVC Paddle Pop. Artinya, agenda media di balik pemilihan realitas iklan animasi TVC dan “keberpihakan” kepada kalangan masyarakat tertentu yang mengutuk para subjek kasus tersebut tak lebih dari upaya menggaet khalayak baru, untuk melonjakkan *rating* dan *share* iklan. Situasi ini, dengan sendirinya, ikut menyeret khalayak potensial tersebut untuk menjadi khalayak untuk tetap melihat iklan animasi TVC Paddle Pop pada kanal Paddle Pop Indonesia.

Dinilai dari karakter kartun singa Paddle Pop yang terkait dengan iklan animasi, TVC Paddle Pop, kesimpulannya iklan animasi memiliki khalayak lugu dan fanatik yang tetap mengonsumsi iklan animasi Paddle Pop apa pun yang dihadirkan oleh televisi atau melalui kanal resmi Youtube Indonesia. Mereka menilai, karakter singa Paddle Pop iklan animasi tersebut memiliki tema dan cara penyajian menggunakan teknik 3 dimensi yang berbeda dengan iklan es krim kompetitor lainnya. Dengan demikian, implementasi *audience orientation* dan *organisation orientation* melalui penayangan konstruksi karakter kartun singa Paddle Pop pada iklan animasi TVC Paddle Pop tidak secara otomatis mendapatkan respon positif dari khalayak. Khalayak mengonsumsi iklan animasi itu karena berharap mendapatkan informasi *non-infotainment*. Bahkan teknik pengemasan spektakuler pun

tidak menjadi alasan untuk mengonsumsi konstruksi karakter kartun iklan animasi TVC Paddle Pop, sekedar mencari informasi lebih tentang iklan animasi tersebut.

Eksplanasi Teks

Unilever Indonesia mencoba memberikan *experience* yang berbeda sekaligus mengedukasi anak-anak tentang nilai-nilai positif seperti semangat pantang menyerah, berani berpetualang dan bereksplorasi dalam banyak hal, menjaga kepercayaan, memelihara persahabatan, membangun sifat jujur, tidak egois serta fokus pada tujuan dan cita-cita, yang dimunculkan Paddle Pop lewat deretan karakter-karakternya, serta dikemas dengan menggunakan tema yang sesuai dengan Paddle Pop itu sendiri, adventure. Tema dan pesan inilah yang digunakan Paddle Pop untuk berkampanye sejak tahun 2005, sampai saat ini terhitung sudah lebih dari 10 serial dalam bentuk komik dan film yang sudah dikeluarkan. Strategi kreatif tersebut terangkum dalam satu ide besar yakni ‘Petualangan Paddle Pop’. Secara singkat ide ini menggambarkan bahwa karakter-karakter tersebut berusaha untuk menyelamatkan dunia dari serangan makhluk-mahluk jahat. Untuk menyelamatkan dunia ini para karakter tersebut mendapatkan kekuatan super dari berbagai varian es krim Paddle Pop. Melalui strategi ini sebenarnya Paddle Pop berusaha mencoba untuk berkomunikasi dengan anak-anak yang menjadi target pasar mereka. Pemilihan media yang dirasa cukup tepat untuk berkomunikasi dengan anak-anak yang selalu haus akan film, khususnya animasi kartun. Nilai plus yang didapatkan adalah, bahwa orang tidak merasa ini sebagai salah satu media promosi dari Paddle

Pop karena sama sekali tidak berfokus kepada produk itu sendiri, melainkan bertitik fokus kepada penguatan karakter atau penokohan dari Singa Paddle Pop sebagai ikon melalui cara bercerita (*story driven*). Dengan menjadikan singa Paddle Pop sebagai titik fokus pada ide ‘Petualangan Paddle Pop’ yang akhirnya digunakan pula untuk mengembangkan iklan animasi TVC Paddle Pop secara tidak langsung mengangkat karakter tersebut



Gambar 3. Evolusi iklan animasi TVC Paddle Pop dari tahun 2006 – 2017 (Sumber: Kanal resmi Paddle Pop Indonesia)

menjadi lebih hidup di tengah anak-anak.

Heryanto menggarisbawahi realitas produk isi media yang memiliki nilai jual di pasar, sehingga memperkokoh beroperasinya formula M-C-M (*Money-commodity-more money*) (Syaiful, 2013, hal. 232). Bisnis periklanan adalah bisnis yang padat modal. Uang yang harus ditanamkan untuk bisnis periklanan khususnya iklan TVC jauh lebih mahal daripada modal untuk bisnis media cetak atau penyiaran radio. Dan para pengusaha menginvestasikan uangnya tentu saja sudah sangat memperhitungkan keuntungan-keuntungan yang akan masuk ke dalam pundi-pundinya. Sebagai studi kasus menyangkut pemunculan media elektronik di Amerika Serikat yang dikemukakan Rivers dan kawan-kawan bisa menjadi contoh. “Sebagai produk revolusi

si industri dan teknologi, media elektronik muncul ketika alam demokrasi di Amerika Serikat sudah berkembang secara penuh dan urbanisasi sudah berlangsung lama, lengkap dengan pelbagai persoalan yang dibawahnya,” paparnya (Rivers, 2008, hal. 88).

Kata kunci paling penting dalam penjabaran konteks institusional dan sosial di atas adalah iklan, selain terkait untuk mengembalikan modal yang telah diinvestasikan, iklan-iklan juga merupakan sumber pembiayaan seluruh kegiatan dan sumber perairan keuntungan. Sejak saat itu juga, pemirsa dan warganet dibiasakan untuk menikmati berbagai jenis iklan yang telah dipilah berdasarkan segmen per segmen, dengan penayangan sejumlah iklan dari kegiatan usaha yang berorientasi pada pasar. Iklan dan demand yang tinggi dari masyarakat adalah konsep kunci dari strategi komodifikasi khalayak. Apakah di sana terlihat rona sensasional atau repetisi atas tema sensasional itu, bukan persoalan bagi pihak media. Prinsip itu juga berlaku pada iklan TVC, yang sejatinya ditujukan bagi keinginan memenuhi keingintahuan khalayak, dan harus ber-“metamorfosis” menjadi keinginan memberikan hiburan melalui informasi yang dikemas secara khusus.

Dengan demikian, semerbak budaya popularitas melalui kehadiran para karakter dalam iklan animasi TVC Paddle Pop dengan segala keunikannya; simbol-simbol nilai nilai budaya lokal seperti persahabatan dan pantang menyerah, dan kepolosan atau infantilisme tema itulah yang menjadi kekuatan iklan animasi TVC Paddle Pop bertahan hingga kini. Model *hierarchy of influence* Shoemaker dan Reese (seperti yang telah peneliti bahas dalam bab organisasi pembuat teks) mengingatkan adanya

pengaruh tingkat ekstra media terhadap individu-individu dalam organisasi media – Fairclough menyebutnya sebagai pengaruh institusional dalam analisis praktik sosiokultural. Fairclough memilah aspek ini dalam dua bagian, yakni: ekonomi media, yang meliputi pengiklan, khalayak, persaingan antarmedia, bentuk intervensi institusi ekonomi lain (termasuk pemilik modal); dan institusi politik yang mempengaruhi kehidupan dan kebijakan media. Atau, dalam bahasa yang lebih lugas disebut ekonomi politik media.

Simpulan

Komodifikasi isi media atau hiperrealitas seperti yang diperlihatkan dalam konstruksi karakter kartun iklan animasi TVC Paddle Pop telah mempengaruhi kredibilitas dan idealisme para agensi kreatif periklanan dengan media yang bersangkutan. Karena isi media semacam itu mengaburkan identitas idealisme, yang menjadi payung para agensi kreatif periklanan untuk senantiasa bereksplorasi melakukan perkembangan iklan animasi sebagai bahan interaksi dan promosi produk di saluran komunikasi lain. Pada titik itu, sekali lagi peneliti harus menggarisbawahi poin mitos yang selama ini berkembang bahwa iklan televisi adalah tontonan, yang ber-”ideologi”-kan industri budaya populer. Berdasarkan teori dekonstruksi Derrida, konotasi yang berkembang bisa jadi akan menunda mitos yang telah terbentuk dan menawarkan mitos baru bahwa iklan animasi televisi adalah tontonan.

Referensi

- M, Morissan, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Penerbit Kencana, 2010.
- Barker. C, Cultural Studies: Teori dan Praktek. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- H. Syaiful, Postkomodifikasi Media: Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies. Yogyakarta: Jalasutra, 2013.
- I. Lila, “Kejelian Unilever Membesarkan Paddle Pop Lewat Karakter Singa”, swa, 10 Maret 2013. [Online]. [Accessed: 20 April 2018].
- Tim, Majalah Marketing, 2nd ed., vol. 3. Jakarta : Marketing, 2010.
- Prakosa, G. , Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia, Jakarta: IKJ dan Yayasan Seni Visual Indonesia, 2010.
- Rivers. W, dkk, Media Massa dan Masyarakat Modern. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- S, Mohammad, Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
- Sugihartono, Ranang A., Basnendar H., & Asmoro N.P, Animasi Kartun dari Analog sampai Digital. Jakarta: PT. Indeks. 2010.

VISUAL STORYTELLING DARI SINOPSIS SAMPAI STORYBOARD DALAM MATA KULIAH INTRODUCTION TO MOVING IMAGE PRODUCTION (IMIP)

Ina Listyani Riyanto¹
Baskoro Adi Wuryanto²
Perdana Kartawiyudha³

Abstrak: *Filmmaker* dituntut untuk bisa mengubah cerita dari bentuk tulisan menjadi gambar bergerak. Kemampuan *visual storytelling* ini menuntut *filmmaker* untuk bisa mentransfer imajinasi cerita (sinopsis-teks) menjadi skenario (visual yang tertulis), serta mentransfer skenario menjadi *storyboard* (gambar-visual). Untuk itu, *filmmaker* seyogyanya memahami penulisan scenario dan kaidah-kaidahnya sehingga bisa menuangkan cerita dengan baik. Selain itu, *filmmaker* juga harus memahami bahasa visual yang ditawarkan oleh sinematografi seperti fungsi *shot type*, komposisi dan *rule of third*. *Filmmaker* seringkali mengalami kendala dalam memvisualkan cerita dari sinopsis sampai *storyboard* (*text to visual*). Oleh sebab itu, penelitian ini dibuat untuk mengetahui masalah dalam proses ini. Penelitian ini terdiri dari dua tahap. Tahap 1: (i) Mencari teori awal: studi pustaka dan identifikasi masalah (ii) penentuan elemen dan standar analisis, (iii) mengumpulkan data dengan mengidentifikasi masalah yang terjadi dalam proses transfer. Tahap 2: (i) menganalisis sinopsis, skenario dan *storyboard*. (ii) mengkonfirmasi hasil analisis melalui wawancara dengan penulis skenario, sutradara dan sinematografer. (ii) merangkum temuan dan analisis serta menuliskannya dalam jurnal.

Kata kunci: produksi film, *text to visual*, sinopsis, skenario, *storyboard*

¹Ina Listyani Riyanto adalah staf pengajar pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail : inariyanto@umn.ac.id

²Baskoro Adi Wuryanto adalah praktisi film dan staf pengajar pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail : baskoro.adi@lecturer.umn.ac.id

³Perdana Kartawiyudha adalah praktisi film dan staf pengajar pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail : perdana.kartawiyudha@umn.ac.id

Latar Belakang

Skenario yang baik mutlak diperlukan untuk membuat film yang baik. Sebaik apapun skenarionya, bila *film-maker* tidak mampu memvisualkannya dengan jelas, natural dan estetik, pesan yang dibawa film tersebut tidak bisa dipahami penonton. Dengan kata lain, *filmmaker* dituntut untuk bisa bercerita secara visual, dengan cara mentransfer cerita dari sinopsis ke skenario. Langkah ini berarti *filmmaker* mentransfer sinopsis yang berupa uraian cerita yang sering masih abstrak menjadi skenario yang sudah terbagi dalam *scenes* dan deskripsi set, *property*, *blocking* dan *mood*-nya jelas. Langkah penting berikutnya adalah pemahaman bahasa visual yang berupa *shot type*, komposisi dan *rule of third* dan fungsinya. Ini adalah ‘alat untuk bercerita’ sehingga *filmmaker* harus bisa memanfaatkannya dengan baik.

Bagi *filmmaker* pemula yang belum punya banyak ‘jam terbang’, bisa jadi merupakan sebuah tantangan tersendiri. Masalah ini tampak di mata kuliah FF621 *Introduction to Moving Image Production* (IMIP), mata kuliah Semester 2 bagi peminatan Film, Program Studi Film dan Televisi (FTV), Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Di kelas IMIP, mahasiswa untuk pertamakalinya belajar penulisan skenario, prosedur produksi film, dan melakukan produksi film fiksi pendek. Di sinilah mahasiswa sering mengalami kendala pada saat mereka harus (1.) mengembangkan ide cerita yang telah ditulis dalam bentuk sinopsis menjadi skenario dan (2) saat harus memvisualkan dari skenario menjadi *storyboard*. Kesulitan yang dialami mahasiswa inilah yang menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian ini.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang mendeskripsikan masalah-masalah yang terjadi saat mahasiswa melakukan dua proses transfer di atas. Subyek penelitian ini adalah 30 tim yang berasal dari lima kelas paralel (kelas A-E) mata kuliah FF621 *Introduction to Moving Image Production* (IMIP), Semester Genap 2016-2017. Tugas Akhir mata kuliah ini adalah membuat film pendek 3-5 menit, MOS (tanpa dialog), perkelompok yang terdiri dari 6-7 mahasiswa dan *shooting* dilakukan di kampus UMN.

Masalah yang terkumpul dalam dua tahapan proses ini dikelompokkan berdasarkan jenisnya. Penulis dan tim menganalisis permasalahan yang ada di tiap kelompok dengan membandingkannya apakah esensi dan fungsi tiap elemen proses tersebut sesuai dengan landasan teori yang dituliskan oleh para ahli *film production*. Penulis juga melakukan wawancara untuk lebih dapat memahami mengapa permasalahan-permasalahan tersebut bisa terjadi.

Penelitian Sebelumnya

Dua penelitian yang mendekati topik dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut. Dancu at al (2005, 213-222) melakukan penelitian terhadap film fiksi panjang berjudul *Whisky* yang disutradarai oleh Juan Pablo Rebella dari Uruguay. Dancu (2005, 213-222) menganalisis dialog dalam skenario dan film dan memfokuskannya pada tiga hal yaitu deskripsi, fungsi obyek dan penggunaan kesunyian (*silence*) dalam film untuk bercerita secara visual. Walaupun demikian, penelitian ini sama sekali tidak menyinggung peralihan bentuk *visual storytelling* dari teks menjadi visual.

Penelitian lain yang berkaitan dengan *visual storytelling* dilakukan oleh Tahor (2016), seorang sine-

matografer dari Johannesburg. Dia meneliti tentang peran sinematografer dalam produksi sebuah film fiksi panjang, khususnya dalam desain shot, pengembangan dan penerapan gaya visual untuk mengartikulasikan visi sutradara. Film yang dianalisis adalah film panjang dari Afrika Selatan ‘Oil on Water’ (Matthews, 2007) dan SMS Sugarman (Kaganof, 2008). Dalam tesisnya, dia mengatakan bahwa sutradara dan sinematografer berkolaborasi sangat dekat. Sutradara fokus pada estetika sedangkan sinematografer fokus pada teknik walaupun ada interseksion di antara tugas keduanya. Inti kolaborasi ini pada visi sutradara dan cara penyampaian ke-pada penonton dengan menggunakan teknik sinematografi seperti *framing*, komposisi, pergerakan kamera, tata cahaya, warna untuk mengekspresikan ide. Dia juga mengatakan bahwa gaya visual merupakan visualisasi skenario dan visi sutradara yang sudah dirancang sejak proses *development* dan diterapkan pada proses produksi. Tanpa visi sutradara, sinematografi sebuah film tidak berarti dan hanya menjadi pameran ketrampilan kreatif yang tidak bermakna dan membingungkan. (McKee, 1997)

Analisis Permasalahan dalam Pengembangan Sinopsis Menjadi Skenario

Setelah penulis skenario membuat *premise* atau *logline*, selanjutnya dia menulis sinopsis. Sinopsis adalah alat jual yang menceritakan adegan dari awal sampai akhir, termasuk *ending* secara singkat. (James, 2009) Senada dengan James, Velikovsky (Velikovsky, 2018) menambahkan bahwa sinopsis ditulis dalam bentuk paragraf, biasanya tiga paragraf yaitu bagian *setup*, *confrontation* dan *resolution*. Garfinkel (2007) menjelaskan bahwa sinopsis ditulis berdasarkan struktur cerita dalam skenar-

io sehingga pembaca bisa merasakan bagaimana cerita dimulai dan berakhir. Karena sinopsis nantinya dikembangkan menjadi skenario, tentu saja elemen-elemen cerita yang ada di sinopsis tetap ada di skenario. Namun kenyataannya, dalam proses transfer dari sinopsis menjadi skenario dalam Proyek mata kuliah IMIP, aksi dan *scene*-nya sering berubah karena ada penambahan atau pengurangan aksi atau *scene* di skenario.

a. Dari sinopsis yang ada, ketika menjadi skenario mengapa terdapat penambahan atau pengurangan aksi atau *scene*?

Di skenario film *Capsa Royal*, *scene* kompetisi capsa dibagi menjadi tiga *scenes* walau semuanya terjadi di *hall* pertandingan pada waktu yang sama. Bahkan, *scene ending* dimana Jojo (pemenang) tetap ingin berteman dengan Kevin yang baru saja dikalahkannya, tetap ditulis bergabung dengan *scene* sebelumnya. *Filmmaker* mengatakan bahwa *scene* kompetisi capsa adalah *scene* inti yang panjang, dinamis, penuh intrik dan emosional. *Scene* yang kompleks ini akan lebih jelas dalam pengelolaannya bila dibagi menjadi *scene* yang lebih kecil. Dalam kasus *Capsa Royal*, *Filmmaker* paham tentang definisi *scene*, tetapi mereka memutuskan untuk tetap membagi *scene* besar menjadi tiga *scene* yang lebih kecil dengan alasan efektifitas produksi. Sinopsis *Capsa Royal* juga bermasalah karena berisi banyak peraturan pertandingan dan *backstory* yang tidak tervisualkan di skenario. Sebaiknya, *backstory* ditulis terpisah. *Problem* sejenis juga ditemui dalam film *B1 Panjat* dimana terdapat informasi berupa *backstory* yaitu “Ibu sering pulang mal-am”. Di skenario penjelasan ini tidak bisa diakomodir karena *Filmmaker* kesulitan membuat visualnya meng

ingat aturan dari mata kuliah ini tidak diperbolehkan menggunakan dialog.

b. Apakah peristiwa setiap *scene* yang dibuat terjadi dalam satu ruang dan waktu?

Dalam menganalisis *scene*, landasan teori yang dipakai adalah teori yang mengatakan bahwa *scene* merupakan sebuah aksi terhadap suatu konflik dalam suatu dimensi waktu dan ruang. Batasan suatu dimensi waktu dan ruang seringkali membingungkan karena batasan yang dipakai dalam menentukan suatu waktu dan sebuah ruang atau tempat kurang deskripsikan. (McKee, 1997)

Filmmaker masih mengalami kebingungan dalam menentukan batasan *scene*, khususnya untuk lokasi ruangan yang terbuka luas yang berdekatan atau peristiwa yang panjang tapi terjadi di satu tempat dan satu waktu.

Skenario *Roxie* bercerita tentang seorang mahasiswi bernama Roxie yang ingin menyatakan cintanya kepada teman sekelasnya, Darius, dengan cara memberinya coklat walau usaha ini gagal. *Scene* 1 dan 2 mengambil *setting* di kelas saat kuliah hampir selesai. *Scene* 1 memvisualkan Roxie menggambar dirinya berdua dengan Darius. *Scene* 2 menunjukkan tiba-tiba Darius berdiri dan keluar kelas, Roxie turut berdiri dan mengejar tetapi Darius sudah menghilang.

Filmmaker B6 Roxie membuat peristiwa ini menjadi 2 *scenes* yaitu *scene* Roxie menggambar dan *scene* Roxie mengejar Darius di kelas. Bila didasarkan pada pendapat McKee (1997) tentang *scene*, kejadian ini terjadi dalam satu *scene* karena ada dua aksi terjadi dalam satu ruang dan waktu. Aksi dimulai dari Roxie menggambar, lalu Darius berdiri dan berjalan keluar. Aksi ini

dilanjutkan dengan Darius melangkah pergi dan Roxie mengejanya. Dalam skenario, *scene* 1 dan *scene* 2 seharusnya menjadi 1 *scene* karena tempat dan waktunya sama yaitu di kelas dan saat pertengahan kuliah sampai kuliah berakhir.

Setelah dikonfirmasi dalam wawancara, *filmmaker* mengatakan bahwa mulanya *filmmaker* mengira ini adalah dua *scenes* karena jarak waktunya panjang dan ada dua aksi yang berbeda, dari Roxie menggambar dan Roxie mengejar Darius. Namun, setelah diingatkan bahwa *scene* seperti itu tidak perlu terlalu panjang, mulai selesai menggambar langsung kuliah selesai, Darius berdiri dan Roxie mengejar. *Filmmaker* mengatakan bahwa memang sebaiknya kejadian itu divisualkan dalam satu *scene* saja. Analisis ini menunjukkan bahwa *filmmaker* belum memahami esensi *scene* dan masih dibingungkan dengan aksi. Kasus serupa juga terjadi pada film *Tebing Cinta* dan *Meler*.

c. Apakah *scene* berfungsi sebagai eksposisi karakter, dunia penceritaan, atau penjelasan detail untuk ditangkap oleh pembaca skenario?

Sebuah *scene* ada untuk membuat alur cerita maju atau memberikan informasi tentang karakter. Jika *scene* tidak memiliki salah satu dari dua tujuan itu, *scene* ini tidak perlu ada dalam cerita. McKee (1997) Pendapat ini diperkuat oleh McKee (1997) yang mengatakan bahwa sebuah *scene* mempunyai kontribusi untuk membuat cerita berjalan maju. Selain itu, *scene* juga dapat menjadi eksposisi bagi karakter, dunia penceritaan, aksi terhadap konflik dan nilai-nilai dan pemikiran. Dengan demikian, semua *scene* mempunyai tujuan (*scene objective*). Bila *scene-scene* ini dirangkai menjadi skenario, tujuan tiap *scene*

ini berkontribusi terhadap terwujudnya tujuan utama skenario. Dalam hal peran *scene* menjadi eksposisi bagi karakter, karakteristik dari karakter akan sedikit demi sedikit ditunjukkan sehingga pada akhir cerita, karakter tiap pemain sudah lengkap terjabarkan. (35-37)

Film *Kalakian* bercerita tentang Tika, seorang sekretaris kantor, melihat foto SMA-nya dan mengenang Abi yang juga ada di foto itu yang pernah jatuh hati pada Tika. Tiba-tiba Abi datang dengan seikat bunga dan melamar Tika di *lobby* kantor Tika, padahal Tika sudah bertunangan. Skenario film ini tidak mendeskripsikan karakter Tika dengan jelas. Di skenario juga tidak disebutkan kantor tempat Tika bekerja dan posisi Tika sebagai sekretaris bagian apa. Dunia penceritaan juga tidak jelas tergambar. *Scene* Abi tiba-tiba datang ke *lobby* kantor Tika dan melamarnya menjadi tidak logis karena tidak ada eksposisi situasi dan dunia penceritaan dengan jelas. Tidak ada penjelasan tentang siapa Abi, apakah dia tahu bahwa Tika sudah bertunangan dengan Satria, mengapa Abi bisa bebas masuk tanpa dihalangi *security*, bebas datang dan memeluk Tika di *lobby* kantor. Kasus serupa terjadi juga dalam film *Stay Awake* dan *Saura*.

Melihat kasus ini kita bisa melihat pemahaman beberapa *filmmaker* tentang fungsi *scene* masih kurang. *Scene* yang tidak mendeskripsikan dengan jelas tentang karakternya, setting dan *background story*-nya adalah *scene* yang kurang berfungsi karena kurang bisa menjelaskan cerita. *Scene objective* yang sudah direncanakan tidak bisa terlaksana. *Scene-scene* seperti ini lemah dan akan membuat cerita keseluruhan menjadi lemah juga.

d. Apakah wawasan atau informasi disusun dengan mempertimbangkan set up dan pay off sehingga tidak terjadi

deus ex machina?

Untuk menyampaikan sebuah visi dalam *scene*, penulis harus dapat menyampaikan sebuah wawasan atau informasi kepada penonton. McKee (1997) menyebutkan bahwa wawasan ini harus dibentuk dalam *setups* dan *pay offs*. *Setups* maksudnya adalah menyembunyikan atau menyiapkan sebuah informasi dalam cerita. *Pay offs* adalah menyampaikan atau memunculkan informasi yang sudah disiapkan dalam *set ups* kepada penonton. Dengan menggunakan *pay offs*, penonton akan kembali teringat pada *scene* sebelumnya dimana *set ups* diciptakan. Saat pertama kali melihat *scene* tersebut, penonton akan mendapatkan sebuah makna. Tetapi dengan *pay offs* penonton akan sadar bahwa ada makna-makna lain yang sengaja disembunyikan tetapi kemudian diberikan kepada penonton. *Set ups* harus ditanamkan dengan kuat sehingga ketika penonton sampai pada titik *pay offs*, penonton akan mengerti dan teringat kembali *scene set up*. *Set ups* harus dibuat dengan tepat, jika dibuat terlalu tidak terduga maka penonton akan bingung, jika dibuat terlalu jelas maka penonton akan mudah menebak alur cerita selanjutnya.

Di skenario *Small Opportunity* terdapat *twist* tetapi tidak ada *set up* dan *pay off*-nya yang jelas. Karakter yang dari awal di *set up* sebagai korban ternyata dia adalah pencopet. Dalam hal ini tidak ada *set up* bahwa dia pencopet sehingga cerita tidak logis. Sedangkan kertas-kertas yang dibawa Meira di *scene* satu tidak ada *pay off*-nya. *Handphone* Meira jatuh, tertendang, dan terinjak Pria Berjenggot dalam lift juga jadi *set up* yang membingungkan ketika *twist*-nya adalah Meira ternyata pencopet.

Contoh di atas menggambarkan bahwa pemahaman tentang penting

nya *set up* - *pay off* dalam cerita belum didapat oleh *filmmaker*. Pemahaman ini harus diusahakan supaya penonton bisa memahami cerita dengan baik. Dengan menetapkan *set up* yang benar, *filmmaker* menyiapkan informasi yang masih tersembunyi. Pada titik *pay off*, penonton akan mengerti dan teringat kembali *scene set up*. (McKee, 1997). Hal ini kembali terulang pada film *Saura* dan *Kala Kian*.

e. *Choices*: Apakah karakter dibuat berada dalam situasi-situasi dilematis dan dipaksa untuk membuat keputusan?

Choices atau pilihan, dengan tingkat kesulitan yang seimbang perlu ada dalam cerita untuk dihadapi karakter. Ada dua pilihan sulit dalam cerita menurut McKee (1997) pertama, karakter menginginkan dua hal tetapi harus memilih satu. Kedua, karakter tidak ingin kedua pilihan tapi keadaan me-maksanya untuk memilih salah satu. Bagaimana akhirnya karakter memutuskan pilihannya dalam kondisi sulit karena harus mempertaruhkan sesuatu yang berharga (*stake*) adalah pergulatan karakter yang menarik bagi penonton film. Bila pilihan karakter salah pilih maka *stake* atau apa yang dipertaruhkan ini akan terjadi. Pilihan sulit dengan pertarungan yang besar menaikkan intensitas konflik sehingga pembaca skenario makin penasaran untuk mengetahui *ending*-nya.

Beberapa skenario film-film IMIP mempunyai masalah yang berkaitan dengan *choices* atau pilihan yang seimbang.

Analisis karakter yang dibuat berada dalam situasi-situasi dilematis dan dipaksa untuk membuat keputusan adalah sebagai berikut. Skenario film *A1 Stuck* bercerita tentang seorang pria, Jesper, yang *nervous* menunggu acara pernika-

hannya yang akan segera berlangsung. Untuk menenangkan hati, dia naik ke *rooftop* dan terkunci di sana. Konfliknya adalah bagaimana dia bisa keluar dari *rooftop*. Tiba-tiba ada teman Jesper bernama Kevin datang dan membuka pintu untuknya. Dalam hal ini, Jasper tidak mempunyai pilihan. Terjebak di *rooftop*, dia sudah berusaha menggedor dan mencongkel pintu tetapi tidak berhasil. Dia tidak dapat berbuat banyak selain menunggu seseorang membuka pintu untuknya, dia pasif bukan aktif memilih. Dengan tidak adanya pilihan dalam cerita selain menunggu, karakter utama tidak berkontribusi terhadap *ending* cerita. Kasus dimana karakter utama tidak memiliki pilihan atau tidak berhadapan dengan situasi dilematis juga bisa ditemui dalam film *Small Opportunity* dan *Kala Kian*.

f. Apakah ruang dan waktu (*setting*) terjelaskan secara spesifik dalam *scene*?

Scene dibuat untuk memberitahukan tentang cerita, tentang alur cerita yang maju dan memberi informasi tentang karakter. (Fields, 2005) McKee (1997) menambahkan bahwa Penulis harus menceritakan ceritanya dalam *scene*.

Skenario *Small Opportunity scene* 1, deskripsi tentang kantin sangat minim, hanya ditulis “Kantin sepi. Empat orang duduk memainkan ponsel. Dua orang menulis di meja kantin. Dua puluh orang berkerumun menunggu di depan *lift*. Enam orang menaiki tangga.” Tidak ada deskripsi tentang setting kantin tetapi penulis skenario cukup detail mendeskripsikan orang-orang yang ada di kantin. Deskripsi detail tentang *extras* selain untuk menginformasikan suasana juga untuk memastikan jumlah *extras* yang diperlukan secara detail. Di *scene-scene* se-

lanjutnya tidak ada lagi deskripsi *setting*.

Filmmaker pemula masih fokus pada aksi bukan pada *setting* tempat dan waktu. Ini terbukti dari deskripsi aksi jelas dan terurai, namun deskripsi tempat hanya di *scene* awal dan tidak ada si *scene-scene* selanjutnya. Deskripsi waktu tidak ada. *Small Opportunity scene* 1 cukup deskriptif dalam menjelaskan *extras* yang ada di kantin, mungkin detail ini lebih untuk kepentingan *casting extras*. Sedangkan *set* kantin tidak dideskripsikan.

g. Apakah aksi atau deskripsi di dalam *scene* dijelaskan secara visual (yang terlihat) dalam skenario?

Dalam skenario, aksi dan deskripsi harus dijelaskan secara visual. Artinya penulis skenario menggambarkan situasi atau aksi yang akan ditampilkan di film secara tertulis. Penulis skenario harus menulis dengan jelas dan detail agar mudah dipahami pembaca sehingga pesan yang disampaikan bisa ditangkap pembaca dengan baik. (McKee, 1997)

Bahasa visual membantu menggambarkan situasi yang diinginkan penulis skenario, bagaimana situasi itu dibuat dan seperti apa situasi itu akan dibawakan. Tim kreatif yang membaca skenario akan lebih mudah menangkap konten dan segala elemennya bila bahasa visual yang dipakai deskriptif dan detail. Selain itu, bahasa visual yang jelas akan mengurangi masalah komunikasi antar kru.

Yang dimaksud bahasa visual adalah menuliskan apa yang akan dilihat di layar bukan apa yang dipikirkan karakter. Beberapa sedikit contoh dari beberapa film yang memiliki masalah penggunaan bahasa visual dalam skenario:

a. *Stay Awake scene* 2 Dia “mulai” mencuci muka. Bagaimana visu-

alisasi “mulai mencuci muka”? Yang tampak di layar adalah karakter yang mencuci muka. *Scene* 3: “Supaya rasa ngantuknya menjadi berkurang”. Sulit memvisualkan “...supaya rasa ngantuk berkurang” karena kata ini berasal dari pikiran karakter. *Scene* 5: “Nathan membiarkan rasa ngantuknya menguasainya”. Deskripsi visualisasi “.... membiarkan rasa ngantuknya menguasainya” juga tidak visual karena konflik ini ada di dalam diri Nathan.

b. *Roxie scene* 5, kalimat “.... tali sepatunya terlepas” karena terlalu tergesa-gesa ...” tidak bisa divisualkan karena alasan seperti itu ada dalam pikiran. .

c. Dalam skenario *Outperformed scene* 3 terdapat kalimat “Tiba-tiba musik Sara mengalun lebih cepat dari yang seharusnya.” Kata “...lebih cepat dari seharusnya” bukankah kalimat visual karena penonton tidak tahu tempo musik Sara seharusnya secepat apa.

Dari analisis di atas terungkap bahwa *filmmaker* masih perlu mempelajari lagi cara menulis bahasa visual supaya tidak mengulang kesalahan yang sama.

Analisis Permasalahan pada Penggunaan Bahasa Visual dalam Storyboard

a. *Shot Type* dalam *storyboard*

Keberhasilan penyampaian pesan sebuah film seringkali tergantung pada kemampuan *filmmaker* mengomunikasikan cerita atau ide kepada penonton, terutama melalui gambar bergerak, sehingga penonton bisa memahami pesan yang disampaikan. Penyampaian pesan melalui film mempunyai pe-

doman-pedoman dasar untuk mempresentasikan elemen-elemen visual kepada penonton. Salah satu bahasa visual ini adalah *shot type* (jenis *shot*).

Ada *shot-shot* dasar yang masing-masing mempunyai fungsi dan arti. *Shot-shot* dasar tersebut terbagi dalam tiga kategori yaitu *Long Shot* (*shot* jauh) seperti *Extreme Long Shot* (ELS), *Very Long Shot* (VLS) dan *Long Shot* (LS) menunjukkan subyek dan hubungannya dengan lingkungan. Kategori kedua adalah *Medium Shot* (MS) seperti *Medium Long Shot* (MLS), *Medium Shot* (MS) dan *Medium Close Up* (MCU). Jenis *medium shot* ini menggambarkan visual yang tepat untuk berkomunikasi dengan subyek, seperti bila kita berhadapan dengan lawan bicara kita. (hlm. 10). Kategori ketiga adalah *Close Up* (CU) adalah *shot* dekat atau intim. *Shot-shot* ini menggambarkan subyek yang lebih dekat, jelas dan detail. Jenisnya adalah *Close Up* (CU), *Big Close Up* (BCU) dan *Extreme Close Up* (ECU).

Secara keseluruhan, sebagian besar *filmmaker* IMIP sudah paham dalam penerapan *shot type* dalam *storyboard*. Tetapi ada dua kelompok yang tidak teliti dan belum paham pentingnya *storyboard*. Dalam *storyboard* kelompok C3 9 Nyawa Tian terdapat banyak ketidaksesuaian antara *shot type* yang tertulis di deskripsi *storyboard* dan gambarnya. Di *storyboard* C3 9 Nyawa Tian terdapat gambar yang tidak sesuai dengan *shot type* yang tertulis di deskripsi *storyboard*. Shot 1-4: tertulis MLS padahal gambarnya adalah LS. *Scene* 5-2: tertulis MLS tetapi gambarnya adalah MS. Shot 5-8: tertulis CU padahal gambarnya adalah MS. Shot 5-13, tertulis MLS padahal gambarnya adalah MS. Selain itu gambar tidak sesuai dengan deskripsi *shot*. Shot 5-14 tertulis ELS padahal *shot*-nya LS. Shot 7-1 tertulis MLS-NA (*natural angle*) tapi gambarnya adalah VLS - *high angle*. Shot 7-3 tertulis CU

tapi gambarnya MS. *Scene* 10-1 tertulis ELS tapi gambarnya VLS. Melalui wawancara dengan sutradaranya, terungkap bahwa kesadaran *filmmaker* untuk memakai *storyboard* rendah. Mereka tidak serius membuat *storyboard* dan tidak digunakan sebagai pedoman saat *shooting*. Penyebabnya adalah karena mereka kurang paham tapi tidak mau bertanya dan mengabaikannya. Tentu saja ini adalah pelanggaran dalam proses produksi.

Storyboard B5 Stay Awake juga tidak sesuai standar yang ditetapkan. *Storyboard* mereka tidak ada *shot number* dan *shot type*. Hampir di setiap *scene* ada panel *storyboard* yang gambarnya sama persis padahal dalam skenario tidak ada aksi yang sama. Hal ini bisa jadi karena mereka kurang paham fungsi *shot type*, tidak teliti dan tidak sungguh-sungguh dalam membuat *storyboard* yang benar. Sangat disayangkan bila ini yang menjadi alasan mereka melakukan banyak kesalahan.

Masalah yang terjadi dalam penerapan *Long Shot Type* (ELS, VLS, LS) adalah sebagai berikut. *Storyboard D2 Popsicle* bercerita tentang Bella dan Aldo yang sekelompok dalam mengerjakan tugas matakuliah 3D yaitu membuat kreasi dari *stick ice cream*. Hari itu tugas harus dikumpulkan di kelas yang letaknya di lantai atas. Sedangkan karya itu masih di mobil Bella di tempat parkir. Masalah utamanya adalah miskomunikasi antara Aldo dan Bella yang menyebabkan keduanya harus bolak balik dari mobil di parkir ke kelas yang letaknya di lantai atas sedangkan waktu sangat sempit. *Stake*-nya adalah karya mereka ditolak pengawas dan mereka tidak mendapat nilai. Di sini *filmmaker* dituntut untuk bisa memvisualkan miskomunikasi dan jarak yang jauh dan tinggi yang harus mereka tempuh dengan waktu singkat. Miskomunikasi tervisualkan dengan baik melalui komunikasi dengan *handphone* yang selalu salah dan tidak

tersambung. Tetapi jauhnya jarak dari parkir ke kelas tidak tergambarkan karena tidak ada *establishing shot* gedung dengan parkir. Walaupun ada angka 4 di indikator *lift* tetapi angka ini secara visual tidak menunjukkan jarak dan ketinggian kelas yang harus dicapai oleh kedua karakter. Shot ini krusial karena akan memberi gambaran kepada penonton tentang ruang (*space*) dan jarak (*distance*) yang panjang dan tinggi yang harus Aldo dan Bella tempuh agar tidak terlambat. Penambahan *establishing shot* gedung (*Very Long Shot*) gedung dan parkir akan menambah intensitas masalah yang dihadapi Aldo dan Bella.

Masalah yang terjadi dalam penerapan *Medium Shot Type* (MLS, MS dan MCU) adalah sebagai berikut. *Storyboard E5 Outperformed* bercerita tentang Sara yang akan ikut kompetisi balet. *Scene* awal dalam skenario adalah pengenalan topik tentang balet. *Filmmaker* memberikan beberapa *close up* (CU) yang menunjukkan aksi balet. Tetapi di *scene* 1 shot 1 terdapat *Extreme Close Up* (ECU) mata Sara yang tidak sejalan dengan aktifitas balet. *Scene* 2 shot 17 menunjukkan shot yang diambil dari dalam tas Sara setelah Sara meletakkan tasnya di kursi. Kedua shot ini tidak jelas fungsinya. Bila *Filmmaker* bermaksud menunjukkan kesiapan dan semangat kompetisi Sara di shot pertama, *shot type* CU atau *Medium Close Up* (MCU) akan lebih tepat karena dapat memperlihatkan wajah secara penuh sehingga dapat memancarkan semangat yang ingin divisualkan.

Dari wawancara terungkap bahwa Sutradara dan *Cinematographer* Sutradara ingin memberi ciri khas pada film mereka yaitu shot pertama ECU mata Sara membuka dan film diakhiri dengan mata ECU Sara menutup. Selain itu mereka ingin menunjukkan mata Sara yang licik di awal film. Idea ini bagus tetapi *shot type* ECU mata Sara saja

tidak cukup untuk menunjukkan kelicikan Sara. CU akan lebih baik karena CU menunjukkan wajah secara penuh dan intim, detailnya termasuk mata dan hubungannya dengan bagian wajah lain tampak jelas dan bisa menggambarkan emosi. (Thompson & Bow-en, 2009)

Tim kreatif 9 Nyawa Tian tidak membuat *storyboard* dengan baik. Kualitas *storyboard* ini terlihat dari *shot type* yang ditulis di tiap panel sering berbeda dengan gambar di panel itu. Lebih parah lagi, dari wawancara terungkap bahwa saat *shooting* mereka tidak memakai *storyboard* sebagai acuan. Mereka mengubah-ubah *shot type* di lokasi. Hal ini sangat disayangkan karena mereka tidak tertib dalam prosedur produksi.

Dalam penerapan *Close Shot Type* (CU, BCU, ECU) tidak ada masalah yang signifikan. Rupanya *filmmaker* sudah cukup paham dalam menerapkannya.

Two-shot digunakan untuk memvisualkan hubungan dan interaksi antar dua karakter dalam *frame*. *Shot type* dasar tetap bisa diterapkan dengan *two-shot*. Yang perlu perhatian adalah bahwa interaksi fisik dua karakter dalam *frame* akan menentukan *framing* yang tepat dan *shot type* yang akan dipakai. (Thompson & Bowen, 2009)

b. Masalah yang terjadi dalam penerapan komposisi *Two-Shot*

Skenario film *Stuck* bercerita tentang Jasper, seorang penulis yang terjebak di *rooftop* beberapa saat sebelum acara pernikahannya. Dia sudah berusaha mencongkel pintu tapi tidak berhasil. Akhirnya temannya, Kevin, membuka pintu dan menyelamatkannya. Jasper sudah sangat frustrasi karena tidak bisa membuka pintu yang terkunci. Di saat-saat terakhir sebelum waktu pernikahan

annya, Kevin membuka pintu untuknya. Peristiwa pintu terbuka dan Kevin yang membukanya menjadi *moment* sangat penting yang menghubungkan Jasper, pintu dan Kevin. Tapi di *storyboard* tidak ada *two shot* yang memperlihatkan Jasper, pintu terbuka dan Kevin atau Jasper dan pintu terbuka. *Filmmaker* memvisualkannya dengan *single shot* masing-masing karakter. Dalam wawancara dengan Sutradara *Stuck* didapatkan informasi bahwa Sutradara ingin menunjukkan ekspresi tiap karakter saat pintu dibuka Kevin. Namun, *scene* ini lebih perlu menunjukkan hubungan dua orang, Jasper dan Kevin saat mereka bertemu. *Filmmaker* *Stuck* masih perlu mempelajari lebih dalam tentang fungsi *two shot* ini agar bisa memanfaatkannya lebih maksimal.

Skenario film *D1 Tanda Cinta* bercerita tentang seorang *Office Boy* (OB) yang jatuh hati kepada Reno, seorang mahasiswa, dan berusaha mengutarakan cintanya melalui barang-barang kecil simbol kasih sayang. Di *scene* terakhir dimana OB tersebut menyiapkan kue ulang tahun untuk Reno, *filmmaker* tidak menggunakan *two-shot*. Bahasa visual *two-shot* untuk menggambarkan hubungan dua karakter tidak diterapkan. Hal ini mungkin karena ketidakpahaman *filmmaker* tentang fungsi *two-shot* ini.

c. Masalah yang terjadi dalam penerapan *Headroom* dan *Rule of third*

Dalam kelompok *Medium Shot*, *Long Shot* dan *Close Up*, terdapat *headroom* yang pada dasarnya adalah jarak dari ujung kepala subyek ke tepi atas *frame*. Ada patokan standar untuk *headroom*, yaitu tidak terlalu besar tapi juga tidak terlalu sempit. *Rule of third* adalah garis-garis imajiner vertikal dan horisontal yang membagi *frame* menjadi sembilan bagian sama besar. Di perpotongan garis-garis inilah, diletakkan visual ter-

penting dari subyek atau obyek supaya tampak indah secara komposisi dan estetika. (Thompson & Bowen, 2009)

Dalam *storyboard* film-film *Introduction to Moving Image Production* (IMIP) ini, banyak penerapan *headroom* yang kurang tepat. Kesalahan bervariasi antara kepala subyek yang terpotong bagian atasnya, pinggir kepala subyek menempel di pinggir atas *frame*, ada pula yang jarak ujung kepala dan tepi *frame* atas terlalu jauh. Selain itu banyak pula film IMIP yang bermasalah dalam penerapan *Rule of third*. Sebagian besar masalah adalah peletakan subyek di tengah *frame* dan bukan pada perpotongan garis *rule of third*. Film-film tersebut adalah *Stuck*, *Clara*, *Bingung*, *Di manakah Makananku?*, *Magic*, *Capsa Royal*, *Panjat*, *Saura*, *Kucing*, *Kalakian*, *Stay Awake*, *Roxie*, *Nyawa Tian*, *The Tourist* dan *Obey*.

Analisis penerapan *Headroom* dan *Rule of third* adalah sebagai berikut. Dengan banyaknya film yang belum menerapkan *headroom* dan *rule of third* dengan benar, kesimpulan menunjukkan bahwa *Filmmaker* kurang menganggap penting penerapan *headroom* dan *rule of third* yang benar. Mereka belum terlalu peduli dengan estetika gambarnya karena fokus mereka masih lebih pada aksi yang terekam dengan benar dan lengkap, belum usaha untuk memperindah *shot*. Kesadaran ini perlu ditingkatkan karena dengan menerapkan *headroom* dan *rule of third* yang benar, gambar-gambar dalam film itu akan lebih indah dan berbicara.

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu mengenai masalah yang dihadapi *filmmaker* pemula dalam mentransfer sinopsis menjadi skenario non dialog, kemudian

dilanjutkan dengan proses mereka mentransfer skenario menjadi *storyboard*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penambahan aksi dalam skenario terjadi karena *filmmaker* ingin menunjukkan suatu informasi secara lebih mendetail. Sebaliknya, pengurangan informasi di skenario terjadi karena sebenarnya yang dihilangkan adalah *backstory*-nya.

2. Batasan bahwa satu *scene* adalah peristiwa yang terjadi dalam satu ruang dan waktu (McKee, 1997) rupanya tidak selalu aplikatif untuk lokasi yang begitu luas sehingga bisa dibagi menjadi beberapa *setting* di dalamnya. Untuk beberapa kasus, hal ini membingungkan mahasiswa. Sebagai solusi dari masalah ini, beberapa *filmmaker* menyimpulkan selama ada interaksi antar dua *setting* dengan jarak tidak terlalu jauh, itu dihitung sebagai satu *scene*.

3. Deskripsi dalam *scene* harus memberi eksposisi pada karakter, situasi dan membuat *scene* maju. Dari tiga film IMIP yang bermasalah, satupun tidak ada deskripsi karakternya dengan jelas, satu skenario mendeskripsikan situasi tetapi sangat minim. *Filmmaker* perlu berfikir komprehensif untuk memvisualkan cerita, tidak hanya pada visualisasi aksi tetapi elemen lain seperti karakter, *setting*, *effect* dan lain lain perlu dimanfaatkan.

4. Beberapa *filmmaker* belum paham tentang *set ups* dan *pay offs* sehingga mereka tidak diterapkan secara berpasangan. Hal ini mengakibatkan logika cerita seringkali tidak bisa diterima.

5. Cerita yang baik perlu ada dilema yang kuat dan seimbang sehingga karakter dihadapkan pada pilihan sulit. Ini belum terdapat di beberapa film IMIP.

6. Ruang dan waktu (*setting*) yang dijelaskan secara spesifik. Penjelasan

setting belum detail. Sekali lagi, *filmmaker* lebih fokus kepada aksi belum pada elemen pendukung lainnya.

7. Aksi atau deskripsi di dalam *scene* dijelaskan secara visual. Di dalam deskripsi skenario masih ditemukan kata, klausa dan kalimat imajinatif atau kalimat yang tidak visual. Mungkin ini disebabkan karena *filmmaker* belum paham tentang bahasa visual. Pemberian penjelasan dengan latihan akan membantu pemahaman.

8. Untuk bisa menggunakan Bahasa Visual (gambar) dalam *storyboard*, *filmmaker* perlu paham *shot type* fungsi masing-masing *shot*. Pemilihan *shot type* yang tepat akan dapat membuat informasi tersampaikan dengan jelas. Sebagian besar *filmmaker* sudah menerapkan *shot type* dengan benar. Walaupun demikian, ada masih ada beberapa yang kurang paham. Ada juga yang tidak menerapkannya sehingga banyak ketidakcocokan antara gambar, *shot type* yang tertulis di *storyboard* dan deskripsinya sendiri. Beberapa *filmmaker* IMIP belum menerapkannya dengan baik. Mereka membuat *storyboard* hanya untuk penilaian saja tetapi detail tidak diperhatikan. Bahkan ada panel *storyboard* yang diulang beberapa kali dalam *scene*. Ada juga yang gambar di panel tidak sesuai dengan jalan ceritanya. *Filmmaker* seperti ini perlu belajar untuk memahami bahwa *storyboard* berperan penting untuk kelancaran proses produksi. Hal yang sama terjadi pada penerapan *two-shot*, *headroom* dan *rule of third*. Kesadaran untuk menerapkan elemen-elemen ini perlu untuk membuat gambar yang berbicara dan artistik.

Referensi

Dancu, E., Gibson S., Guinart P., de Heredia M., Saramago V. & Winterbottom T., *Whisky: Reading a Film*,

Watching a Screenplay, Nuevo Texto Críti-co, 26 (49-50), 213-222.

Field. S. (2005). *The foundations of screenwriting*. New York: Ran-dom House.

Garfinkel, A. (2007). *Screenplay story analysis the art and business*. New York: Worth Press.

James, M. (2009) *How to write treat screenplay and get them to produc-tion*. England: Oxford.

McKee. (1997) *Story*. New York: Har-per Collins.

Sudaryono. (2017) *Metodologi peneli-tian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Per-sada.

Tahor E., (2016) *Cinematography and Visual Style. Understanding the collaborative roles of the cinema-tographer in the development and production of South African fictional feature films*. Master. University of the Wit-watersrand. Jonannesburg: South Africa.

Thompson R. & Bowen, C. (2009) *Gram-mar of the shot*, 2nd ed. London: El-sevier.

Velikovsky, T., (2018) *Feature Screen-writter's Workbook*, word-press, 2018. [Online]. Available: https://danielrparente.files.wordpress.com/2012/12/feature_film_screenwriter_s_workbook.pdf. [Di-unduh: 14 Mei 2018].

EROTISISME DALAM FILM HOROR INDONESIA

Clemens Felix Setiyawan

Abstrak: Erotisisme dalam era milenium menjadi sajian khas yang terkandung dalam film horor Indonesia. Berbeda dengan era sebelumnya, terutama pada 1990an, film horor Indonesia lebih bercorak tradisional, dengan karakter (penokohan) yang kuat. Film horor masa kini cenderung urban, dimana aspek struktur teks visual menjadi lebih penting dibanding alur cerita. Erotisisme menjadi kian menonjol dengan bermacam sajian, terutama tubuh perempuan. Penelitian ini memilih lima judul film yang ditayangkan antara tahun 2009 hingga 2014 untuk disoroti sajian erotisismenya. Pembatasan dilakukan dengan memilih judul film yang menggunakan kata “perawan” sebagai reduksi atas objek penelitian. Dalam penelitian ini dibedakan mengenai kedudukan konsumen dan penon-ton film supaya tidak terjadi generalisasi dan demi menyelami makna-makna, dan juga pengaruh sajian erotisisme dalam film horor Indonesia bagi penikmatnya. Untuk men-capai tujuan tersebut digunakan teori McGowan seputar film pasca teori Lacan ditam-bah berbagai literatur pendukung lainnya, yaitu penelitian-penelitian sebelumnya dengan topik film horor. Secara khusus teori tersebut dipakai untuk memahami korelasi antara teks visual pada film horor Indonesia dalam hubungannya dengan konsep teoritik antara hasrat dan fantasi yang dikemukakan McGowan. Penelitian ini tidak melihat aspek gender dan seksualitas dalam pengertian eksploitasi atas tubuh perempuan, tetapi lebih kepa-da jalinan antara subjek dan objek yang juga berangkat dari pandangan McGowan. Dari penelitian ini lahir berbagai asumsi yang menunjukkan hubungan kontras antara subjek dan objek, model sajian erotisisme dalam kengerian film horor Indonesia yang ternyata cenderung anti-klimaks, dan kualitas makna yang dihasilkan bagi penikmat. Itu semua berangkat dari analisis fragmentatif atas teks visual film. Ditemukan juga fakta bahwa pengalaman penikmat dalam menonton film horor Indonesia lebih sebagai pengalaman individual yang sulit terpecahkan. Meskipun demikian, karena pendekatan dalam peneli-tian ini adalah kualitatif, maka penelitian ini tidak bertujuan mencari data yang valid, dan lebih memaparkan kecenderungan secara umum yang sifatnya dinamis. Erotisisme dalam kengerian film horor Indonesia adalah sebuah fakta yang sangat menarik dan belum per-nah diteliti sebelumnya, dimana penelitian sebelumnya lebih banyak membahas seputar eksploitasi, gender, dan masalah hukum atas kaitan etika film dengan Lembaga Sensor.

Kata kunci : erotisisme, kengerian, hasrat, fantasi

Clemens Felix Setiyawan adalah praktisi dan staf pengajar pada Fakultas Seni & Desain, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang.

e-mail: clemens.felix@umn.ac.id

Latar Belakang

Penelitian ini mencoba membaca kecenderungan sajian erotisisme yang secara khusus menggunakan film horor sebagai objeknya, terutama pada pasca-produksinya, bagaimana film horor dan segenap unsur sajiannya (terutama alur dan elemen erotisisme), menghadirkan dampak bagi penonton. Bagaimana konstruksi visual erotisisme dalam aspek non-produksi kemudian dibangun untuk menciptakan makna-makna bagi penonton. Ada apa di balik semua sajian erotisisme yang dimunculkan dalam film horor Indonesia?

Sejauh ini, film horor merupakan sebuah genre yang mampu mengundang pesona tersendiri bagi masyarakat penonton. Ia mampu mengundang banyak perhatian, lebih tepatnya kunjungan, pada umumnya melalui kritik-kritik yang datang dari masyarakat penonton yang tidak menyukainya. Mereka punya alasan logis, terkait mitos-mitos yang beredar mengenai film horor Indonesia, yaitu film horor Indonesia terkesan i-rasional, misalnya menghadirkan cerita dialog antar pocong, sisipan-sisipan komedi yang lucu namun tidak mendidik. Berbagai penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa sajian erotisisme dalam film horor tidak berbeda dengan film porno, karena kemudian erotisisme dipahami sebagai pornografi, meskipun telah lulus sensor lembaga perfilman (Hernawati, 2011; Eryawan, 2011; Kresnawati, 2011, dst). Itu juga merupakan dialektika yang lain. Yang jelas, film horor telah berhasil menjadi genre yang dianggap potensial oleh para produser film, terbukti pada jumlah produksi yang cukup banyak dibanding komedi, drama, atau sejarah.

Proses produksi film horor pun kerap

tidak membutuhkan waktu yang lama. Cukup berlokasi syuting di satu atau dua tempat (misalnya area kuburan dan sebuah rumah tua), maka selesailah film itu, bahkan tidak perlu pemeran yang tersohor. Hanya saja yang menarik, untuk menguatkan sajian erotisisme, dipilihlah pemeran-pemeran yang “menjual” untuk ditampilkan. “Menjual” ini sangat multi-tafsir. Tetapi bisa dikatakan, bahwa pemeran (perempuan) yang hadir di film merupakan pemeran terpilih, yang pertama-tama dipilih atas pertimbangan produser atau sutradara, dan biasanya dipilih yang sudah terkenal. Dalam tuntutan itu, biaya produksi (honor pemeran), menjadi berlipat ganda dibanding membayar pemeran yang rating-nya biasa-biasa saja. Jika dilihat dari tumbuhnya film horor di Indonesia dengan ditandai film “Tengkorak Hidoep” (1941) hingga “Perawan Seberang” (2013)—berdasarkan kurun maksimum penelitian ini, sebenarnya film horor Indonesia terus mengalami peningkatan produktivitas dari waktu ke waktu, meskipun mengalami pasang surut dalam beberapa rentang waktu. Data yang dihimpun oleh Rusdiarti (2008), kuantitas penikmat film horor Indonesia, terutama yang diproduksi pasca tahun 2000 berada pada kisaran 500.000 hingga 800.000 orang. Jumlah ini memang lebih sedikit dibanding film bergenre drama maupun komedi. Dan, dari penelitian Rusdiarti tersebut diketahui bahwa genre film horor telah mengalami pergeseran tema, dari tema-tema yang disebut dengan tema tradisional ke tema legenda urban. Sebagian besar tema legenda urban lebih banyak diminati, mencapai sedikitnya 500.000 orang (Rusdiarti, 2008: 12).

Menurut catatan Makbul Mubarak (2017), setelah Orde Baru runtuh, genre horor mengalami perubahan drastis.

Film horor Pasca-Orde Baru diperuntukkan bagi kaum urban pasca menjamurnya sinepleks menggantikan bioskop-bioskop rakyat. *Setting* ceritanya pun rata-rata di kota, bercerita tentang orang kota yang karena rasa keingintahuan mereka yang tak terbendung tentang sebuah urban legend, mencoba menguak misteri masa lalu di sebuah tempat. Modus penceritaan ini, sebarapapun repetitifnya, menurut Mubarak tetap menarik karena mencoba memproblematisir trauma yang direpresi oleh sejarah kota. Ia mencontohkan kerusuhan 1998 dimana mall yang terbakar kemudian runtuh dan berhantu. Beberapa tahun kemudian, beberapa anak muda mencoba menguak misteri di baliknya. Moda penceritaan ini menanggalkan fokus pada hantu perempuan lalu kemudian berpindah fokus pada sosok-sosok yang berasal dari masa lalu, sebut saja misalnya film seperti Kakek Cangkul, Nenek Gayung, Rumah Kentang, dan seterusnya.

Mengapa Erotisisme

Bagi penulis, erotisisme (perempuan) yang secara implisit dihadirkan dalam sajian film horor Indonesia merupakan suatu fenomena yang menarik sebagai kajian budaya. Menarik, karena melalui kajian ini penulis bisa bertamasya mempelajari berbagai aspek, tidak hanya pada latar belakang produksi film horor, melainkan aspek lain yang melingkupinya, seperti dimensi psikologis penonton, politik ekonomi media dalam konteks industri, estetika film, budaya dalam arti tidak hanya sebagai produk tapi aktualisasi, dan yang utama adalah dimensi psikoanalisis yang kemudian dipakai untuk membaca kaidah-kaidah “emosional” di dalam film horor-erotis itu sendiri. Disamping alasan-alasan yang terintegrasi itu, penulis juga mempunyai alasan

khusus, yaitu selama ini penulis secara langsung memang berkecimpung pada dunia film. Pilihan topik ini bukan sebuah eksperimen, melainkan berdasarkan pengalaman empiris penulis menekuni film, sebagai komposer musik film yang dekat dengan dunia produksinya.

Alasan yang lebih khusus lagi dari pertanyaan mengapa aspek erotisisme yang dibahas di dalam film ini, dan tidak yang lain, misalnya komedinya, mekanisme produksinya, politik mediana? Yaitu karena aspek erotisisme adalah aspek yang, pertama, paling misterius. Misterius karena erotisisme di dalam film adalah erotisisme yang telah dianggap lulus sensor. Atas sebab itu, sajiannya pun sifatnya implisit. Penulis mengistilahkannya sebagai aspek yang “disembunyikan”—keberadaannya tidak vulgar dan tidak selalu tampil terus-menerus, namun hanya menyelip di scene-scene tertentu saja. Lantas selalu muncul rasa penasaran untuk melihat apa sebetulnya konteks sajian erotisisme tersebut, apa korelasinya dengan terutama pasca-produksinya? Kedua, masih sangat langka ditemukan kajian mengenai aspek erotisisme dalam film horor Indonesia. Umumnya adalah kajian mengenai gender, hukum (peran lembaga sensor), dan politik media. Data penelitian yang ditemukan dari penelusuran—yang akan dijelaskan pada kajian pustaka—umumnya membahas tiga hal tersebut. Yang secara khusus membahas erotisisme dalam kerangka kajian budaya masih tergolong sangat langka. Ketiga, rasa penasaran penulis untuk melihat bagaimana sesungguhnya penerimaan masyarakat penonton dan konsumen dalam memandang erotisisme film horor untuk mengetahui apakah ada “makna-makna” tersembunyi yang diharapkan. Makna di sini lebih di-

artikan sebagai tangkapan atau respon antara subjek dan film yang ditontonnya. Bagaimana makna itu berlangsung selama proses menikmati film maupun ketika meninggalkan ruang tontonan.

Bagi penulis, hal itu cukup beralasan, karena, jika kembali pada fungsi film bagi masyarakat, akan ditemukan berbagai jawaban, apakah posisinya sebagai hiburan sesaat, edukasi, atau media untuk meluapkan hasrat? Seberapa berarti “erotisisme” dalam film horor Indonesia? Jika sudah tidak ada lagi aspek erotisisme tersebut apakah masyarakat penonton dan konsumen merasa kehilangan? Keempat, penulis juga memiliki rasa penasaran bagaimana “kengerian” dalam film horor berpadu mesra dengan “erotisisme” itu sendiri?

Indikasi Erotisisme

Indikasi erotisisme dalam film horor Indonesia antara lain ditampakkan dengan adanya unsur seks. Antara lain adegan bercinta, pakaian perempuan yang serba minim, kemolekan tubuh yang ditonjolkan, hingga dialog-dialog langsung. Jika dilihat secara kronologis, dapat dikatakan bahwa sebelum tahun 2005 masih terlihat adanya idealisme dalam film horor Indonesia dengan tanpa menyajikan erotisisme perempuan. Film horor masih mengedepankan kengerian belaka tanpa eksploitasi unsur seks. Namun mulai tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 secara perlahan-lahan mulai terdapat sajian erotisisme perempuan dalam film horor Indonesia. Masa transisi ini terjadi mulai dari tahun 2006. Sedangkan untuk tahun 2014, sejauh kerangka waktu penelitian penulis, masih menjadi tanda tanya, karena baru ada tiga film horor yang beredar di pas-

aran.

Dari sekian banyak film horor yang beredar dari tahun 2009 hingga 2013, hanya akan dipilih lima film sebagai studi kasus, yaitu sebagai berikut:

- 1. Tetesan Darah Perawan (2009)
- 2. Darah Perawan Bulan Madu (2010)
- 3. Pacar Hantu Perawan (2011)
- 4. Tali Pocong Perawan (2012)
- 5. Perawan Seberang (2013)

Istilah Erotisisme

Erotisisme (bahasa Inggris: *eroticism*) adalah suatu bentuk estetika yang menjadikan dorongan seksual sebagai kajiannya. Dorongan seksual yang dimaksud adalah perasaan yang timbul hingga membuat orang siap beraktivitas seksual. Ini bukanlah sekadar menggambarkan keadaan terangsang dan/atau antisipasi (melayani rangsangan), melainkan mencakup pula segala bentuk upaya atau bentuk representasi untuk membangkitkan perasaan-perasaan tersebut.

Kata ini berasal dari nama dewa cinta mitologi Yunani yaitu Eros. Perasaan ini dipahami sebagai cinta sensual atau dorongan seksual manusia (*libido*). Para filsuf dan teolog membeda-bedakan tiga jenis cinta kasih: *eros*, *filia*, dan *agape*. Dari ketiganya, *eros* dianggap yang paling egosentrik, yang terpusat pada kepentingan diri pribadi.

Erotik adalah bentuk ajektiva dari ekspresi erotisisme. Ekspresi dari erotisisme diistilahkan sebagai erotika (“se-

suatu yang erotik”), yang dapat berupa mimik, gerak, sikap tubuh, suara, kalimat, benda-benda, aroma, sentuhan, dan sebagainya; serta kombinasinya. Dengan erotika orang diharapkan mencapai dua hal sekaligus: apresiasi terhadap keindahan dan kemampuan “bermain” dengan (mengendalikan) dorongan seksual secara sehat. Vulgarisasi (terang-terangan, tanpa cita rasa) serta industrialisasi erotika mengembangkan pornografi.

Dalam masyarakat banyak orang kesulitan membedakan erotisisme dari pornografi terutama karena erotisisme berpotensi memunculkan hubungan subjek-objek, dengan objek menjadi sasaran dorongan seksual subjek (bentuk yang ekstrem adalah pemerkosaan). Akibat hal ini, banyak orang yang menentang segala ekspresi erotisisme atas dasar perlindungan terhadap objek atau karena latar belakang budaya menganggap bahwa memiliki dorongan seksual bukanlah tindakan yang layak disetujui (*berdosa*). Pembela ekspresi erotisisme, sebaliknya, beranggapan bahwa potensi bukanlah kenyataan dan tidak seharusnya dianggap sebagai kenyataan, karena fokus apresiasi seharusnya pada aspek estetika, bukan pada dorongan seksualnya (sebagaimana pada pornografi).

Berbeda dengan pandangan Marc Gafni, pemikir Yahudi, yang justru menilai bahwa *eros* pada dasarnya adalah energi vital yang suci. *Eros* dan spiritualitas ternyata berkaitan erat secara mendalam. Tegasnya, yang erotik dan yang kudus sebenarnya serupa dan sama. Maka, hidup yang erotik adalah hidup yang sakral. Bahkan, tanpa *eros* kesucian kita cuma ecek-ecek, tidak jenuin dari jiwa yang terdalam. Tanpa *eros*, kesalehan kita pura-pura saja, tidak meresap sampai ke batin (Acai, 2013: 2).

Menurut Muller/Halder (dalam Darmojuwono, 1994: 24), *eros* adalah perantara antara dunia yang bersifat inderawi dengan dunia yang hanya terbuka bagi rasio (*dunia ide*). *Eros* merupakan dorongan untuk mencapai pengetahuan tentang ide-ide yang hanya dapat dijumpai dalam dunia yang terbuka bagi rasio. Kerinduan pada dunia rasio itu adalah yang berkaitan dengan keindahan, yang berarti kesesuaian antara gambaran yang dikenal dalam dunia yang bersifat inderawi dengan ide yang ada dalam dunia rasio. Keindahan itu mencakup tubuh, jiwa, moral, pengetahuan, dan keindahan itu sendiri.

Dari kata *eros*, muncul *erotis* yang dalam arti luas berarti segala bentuk pengungkapan cinta antara pria dan wanita, antara jenis kelamin yang sama (*homo-erotik*), dan cinta terhadap diri sendiri (*auto-erotik*). Dalam arti sempit, *erotis* tidak hanya berarti seksualitas yang lebih bersifat jasmaniah, tetapi juga mencakup aspek mental dalam seksualitas dan pengembangan rangsangan-rangsangan yang ditimbulkan oleh seksualitas. Hal ini dapat diungkapkan dalam berbagai bentuk, misalnya dalam dunia seni, mode, periklanan, dan lain-lain.

Konstruksi sebagai Penerimaan

Dalam penelitian ini juga akan dilihat bagaimana film horor Indonesia dikonstruksi. Namun pengertian konstruksi di sini bukan pada aspek produksinya, melainkan terkait tanggapan penonton dan konsumen mengenai sajian erotisisme film horor paka-tayang. Hal ini untuk melihat seberapa jauh konstruksi dalam arti luas sengaja dibangun oleh

sistem perfilman Indonesia melalui jalur film horor. Akan lain soal pula jika objek juga dirubah menjadi genre komedi atau drama. Untuk mendukung penelitian ini digunakan teori kajian film Tood McGowan (2007) yang berpijak pada teori psikoanalisis Lacan sebagai pisau bedah primer. Penelitian ini diharapkan akan menjadi sebuah kritik terhadap film mainstream di Indonesia, dan ikut serta membantu mencerdaskan penonton dan konsumen film di Indonesia, supaya memiliki wawasan berimbang mengenai film yang berkualitas sesuai dengan teori kajian film.

Sekalipun berbagai penelitian telah dilakukan, penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih banyak membicarakan film horor dalam bingkai politik, industri, hukum, maupun gender. Penelitian ini lebih membaca konstruksi erotisisme yang disajikan melalui teks visual film tanpa mengaitkannya secara eksplisit dengan politik, industri, hukum, maupun gender. Objektivitas dalam penelitian ini didukung oleh simulasi yang diikuti 260 orang sampel yang berposisi sebagai penonton dari lima film yang dijadikan objek penelitian ini, dijelaskan pada metode pengumpulan data.

Sedikitnya terdapat 14 penelitian yang penulis kumpulkan berkaitan dengan berbagai topik mengenai film horor, meliputi: komoditi (5 penelitian), seksualitas-pornografi-eksploitasi (4 penelitian), hukum/kaitan kebijakan lembaga sensor film (3 penelitian), dan genre (2 penelitian). Berdasarkan penelusuran tersebut belum ada penelitian yang menyoal kedudukan penikmat film dalam kaitannya dengan kajian budaya. Dengan demikian, pertanyaan mengenai apa sesungguhnya hakikat penonton menjadi menarik.

Erotisisme dalam penelitian ini tidak diletakkan dalam kerangka eksploitasi atas (tubuh) perempuan, melainkan didudukkan sebagai wacana psikoanalisis yang mencoba membaca hasrat konsumen dan penonton dalam kaitan dengan makna-makna apa yang dihasilkan pasca-produksi. Sebab itu, untuk memahaminya, perlu dipahami dulu mengapa erotisisme sedemikian penting untuk dikonstruksi dan bagaimana konstruksi tersebut berlangsung. Penelitian ini juga mengelaborasi khususnya beberapa teori dari Lacan (imajiner, simbolik, nyata), McGowan (hasrat, fantasi, ilusi), dan Harrari (respon: seksual dan kecerdasan).

Pembahasan

Penelitian ini ingin menjawab dua pertanyaan, yaitu: Bagaimana konstruksi erotisisme di balik film-film horor Indonesia? Bagaimanakah teks visual film horor Indonesia dapat mempengaruhi penonton dalam upaya menghasilkan makna-makna (hasrat dan fantasi)?

Berdasarkan analisis penelitian, konstruksi erotisisme di balik film-film horor Indonesia setidaknya mengindikasikan beberapa hal berikut:

1. Model Anti-klimaks

Apabila dibandingkan dengan film horor tradisional, seperti *Suzana*, *Misteri Gunung Merapi*, *Si Manis Jembatan Ancol*, yang cenderung menciptakan alur klimaks, maka dalam film horor Indonesia urban pasca milenium,jadiannya menjadi sebaliknya. Alur, yang bersumber dari skrip cerita menjadi tidak terlalu penting dalam film horor Indonesia pasca milenium yang cenderung fragmentatif per-babaknya

(scene). Apabila itu dihubungkan dengan tangkapan erotisisme—yang nanti akan dibahas pada sub-bab berikutnya—maka akan berpengaruh pula bagi hasrat penikmat yang dibingkai melalui waktu yang umumnya diproses hanya dalam hitungan tak sampai 30 detik. Artinya, unsur erotisisme disajikan rata-rata tidak lebih dari 30 detik, berikut kengerian-kengerian yang terjadi di seputar erotisisme. Ini memang bukan kalkulasi yang mutlak. Namun demikian, konsep waktu menjadi penekanan khusus, sebelum ke makna-makna yang memang harus dipertanyakan kembali.

Dalam film *Darah Perawan Bulan Madu* misalnya, ditemukan bagian yang menampilkan perempuan yang hanya berselimut putih menonjolkan bentuk tubuh (erotik) sedang menunggu kekasihnya di kamar sebuah villa. Tak berselang lama ada suara gelas yang jatuh dari dapur dan tiba-tiba ada sosok yang mengganggu kekasihnya yang sedang mengambil air minum itu. Dengan tiba-tiba suasana erotis berubah menjadi kengerian yang ekstrim, berceceran darah di lantai. Model anti-klimaks seperti itu menjadi penekanan terus-menerus, yang agaknya, seperti telah diasumsikan sebelumnya, menjadi pola wajib dalam skenario film horor Indonesia. Dalam pandangan Bataille (1987), model ini memang lazim dipakai dan sangat mendasar. Ia memakai istilah transisi dari kontinuitas ke diskontinuitas, atau sebaliknya. Dimana esensinya adalah kejelian menyeluruh dalam membaca sajian.

2. Film Horor Tanpa Penonton

Seperti disebutkan pada banyak penelitian, bahwa film horor Indonesia pasca milenium, terutama dalam rentang studi penelitian ini, semakin mengarah ke komoditas. Ukurannya bukan ingatan jang-

ka panjang, melainkan konsumerisme sesaat yang disinyalir mengarah kepada tren. Posisi film horor Indonesia sebagai sebuah “seni” juga harus dipertanyakan kembali dengan mempertimbangkan bobot estetika maupun artistik sebuah film. Hal ini untuk memberi penegasan, bahwa film, yang diyakini memotret realitas harian kehidupan masyarakat, menjadi tak lebih dari sekadar ilusi. Kehadiran penonton itu pun juga menjadi semacam ilusi yang berkelindan dalam tiap sajian film horor. Tidaklah mengherankan bahwa film horor Indonesia yang masih menjadi perbincangan di antara orang-orang Indonesia pada masa kini adalah film horor tradisional, bukan yang urban, karena memang film-film horor tradisional tersebut sarat akan kengerian dan lebih banyak memakai alur klimaks. Cerita di dalam film terlihat utuh, dan mampu terbawa memori hingga ke alam mimpi.

3. Hiburan Sementara

Memang agaknya niscaya bahwa hiburan menjadi hal yang mendominasi, bahkan selama-lamanya. Dalam konteks kesementaraan ini, subjek ditantang untuk memaknai hiburan sementara menjadi pesan-pesan moral yang bisa mengatasi hidup manusia. Namun agaknya itu tidak bisa ditemukan dalam film horor Indonesia, yang sifatnya menghibur sementara (hanya di ruang bioskop saja). Hiburan dalam film horor Indonesia pun menjadi agak ran-cu jika alur anti-klimaks pada sisi komedi juga terkesan nanggung. Lebih tepat dikatakan bahwa ketika menikmati film horor Indonesia sesungguhnya hanya upaya penikmat membunuh waktu selama kurang lebih 90 menit di dalam gedung bioskop. Sesudah itu mereka lupa apa yang sebelumnya terjadi.

4. Manipulasi

Manipulasi dalam artinya yang sederhana adalah rekayasa. Film horor Indonesia pasca milenium adalah rekayasa industri film yang jenuh terhadap tema-tema misteri dalam film horor sebelumnya (tradisional), dan—sebagai upaya uji coba—mereka, pelaku industri film horor, merasa butuh menciptakan rekayasa itu. Sedikitnya empat poin analisis itu menjadi titik berangkat untuk menuju pisau bedah McGowan.

5. Obyek yang Tidak Mungkin

Dalam pandangan McGowan, hidup manusia sehari-hari tak pernah bisa terlepas dari hasrat dan fantasi (2007: 165). Tidak bisa dipungkiri, fantasi di ruang bioskop juga merupakan fantasi yang biasa-biasa saja, sama seperti sebuah fantasi ketika berada di realitas lain seperti di kafe atau gedung pertunjukan. Namun, menurut pandangan McGowan, fantasi ini kemudian terdistorsi oleh berbagai sistem formal, salah satunya komoditi, yang dibentuk oleh industri film, sehingga menciptakan ilusi-ilusi. McGowan menautkan hubungan subjek dan objek yang tidak mungkin (*impossible object*) dalam konteks tatapan (2007: 168). Hal ini menarik jika dikaitkan dalam fenomena film Tali Pocong Perawan 2 dimana *object* yang tidak mungkin itu adalah pocong yang dapat berbicara dengan manusia sekaligus tertawa terbahak. Kengerian itu sendiri pada akhirnya menjadi objek yang tidak mungkin, ilusi, manipulatif, tidak senyatanya ada.

Begitu pun dalam konteks alur ceritanya. Apabila makna semantik maupun pragmatik dikaitkan dengan hasrat dan fantasi menurut McGowan, maka akan timbul benang merah yang memper-

tautkan subjek-objek, hasrat-fantasi, ke makna-makna. Jalinan ini, jika diurai ke makna pragmatik, akan menciptakan kesederhanaan sekaligus kompleksitas.

Dalam film horor Indonesia yang menjadi studi kasus penelitian ini bisa dikatakan selalu menampilkan kesederhanaan dalam alur ceritanya. Film horor Indonesia cenderung tidak menyajikan sesuatu yang berat, melainkan yang mudah dipahami awam. Namun, kemudahan “tatapan” tersebut justru menimbulkan kompleksitas yang ambigu. McGowan mempunyai istilah yang disebut dengan “distorsi”, untuk menunjuk segala hal tentang film yang telah jauh dari realitas, hingga pada akhirnya berakibat pada makna yang sulit diraih subjek. Subjek adalah tak lain adalah sosok yang tergerogoti oleh dirinya sendiri karena tak mampu menaklukkan kuasa sebuah film.

Dalam pandangan Lacan awal, yang melengkapi pandangan Althusser, film yang berhasil adalah film yang memberikan pelajaran rasa ilusif yang otonom dan penguasaan subjek. Lacan memang meyakini bahwa kenikmatan penonton di ruang bioskop adalah kenikmatan ilusi, sebuah kenikmatan yang memberi kesaksian tentang penaklukan individu (subjek). Film pada akhirnya bukan kenikmatan bersama seperti halnya penonton musik yang melakukan head bang bersama-sama. Film akan menjadi sangat subjektif dimana kekuasaan (sebagai objek yang tak mungkin: film), sangat bergantung kepada subjek. Subjeklah yang menaklukkan dirinya, sekaligus menaklukkan “objek yang tidak mungkin” itu. Jika yang terjadi sebaliknya, maka, seperti yang dikatakan Lacan mengenai “rasa ilusif”, hanya akan membuahkan kecewa dan kesementaraan. Suatu film tak akan ada artinya apa-apa.

Sementara itu, makna semantik memiliki jalur yang sedikit lain. Kali ini tatapan berfokus pada kode. Dalam beberapa judul yang sengaja dipilih yang menggunakan kata “perawan” (kode), akan terlebih dahulu menciptakan asosiasi pada waktu subjek yang berlanjut pada pemahaman logika (penasaran). Kata perawan adalah kodifikasi semantik yang akan melahirkan makna apabila subjek berusaha mencari, dan/atau menemukan hasratnya dalam menikmati film horor. Kata “perawan” sangat kontras terhadap kengerian. Ia tampil bebas tanpa tafsir yang jelas, seperti sudah dijelaskan pengertiannya pada bab terdahulu. Pada pengamatan penulis terhadap lima judul film tersebut, justru tidak tergambar secara jelas pengembangan atas kode tersebut. Yang tampak justru kekaburan atas kaitan antara judul film dan kontennya. Makna semantik di sini hanyalah upaya manipulasi produser demi menarik minat masyarakat. Lantas gender menjadi sebuah wacana komodifikasi. Tampak jelas bahwa sasaran konsumennya adalah laki-laki. Erotisisme, dengan demikian, menampilkan tubuh perempuan sebagai bahasa. Masalah eksploitasi yang kerap dibahas dalam berbagai penelitian tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Sedangkan dua temuan dalam penelitian ini yang perlu diketengahkan adalah, bahwa konstruksi erotisisme dan kengerian yang berhubungan dengan makna yang dihasilkan oleh penonton sangat bergantung kepada:

1. Struktur Teks Visual Film

Setelah dilakukan penelitian, penelusuran data, dan perenungan mendalam mengenai erotisisme dalam kengerian, maka penulis setidaknya mempunyai dua intisari sederhana, bahwa ternyata objek (struktur visual film), berpengaruh

besar untuk mengungkap objektifitas subjek itu sendiri. Subjek yang datang ke gedung bioskop untuk menikmati film horor telah diatur sebelumnya oleh tontonan yang sudah berbentuk final: terkemas. Sifatnya sangat tidak interaktif dan berbeda ketika subjek berada di dalam kondisi pertunjukan langsung, misalnya teater. Tidak ada tepuk tangan yang menjadi respon seketika atas keberhasilan suatu tontonan. Teori film semasa Lacan dianggap gagal membaca hubungan objek dan subjek tersebut. Sebab itu penonton film adalah misteri psikoanalisis yang tidak bisa digeneralisasikan begitu saja.

Ada kesulitan tertentu dalam membaca hasil tangkapan erotisisme ini. Kesulitan utama adalah membaca struktur visual film horor Indonesia yang cenderung silang-sengkarut antara menampilkan realita atau ilusi. Selain struktur visual, alur cerita dalam film horor Indonesia juga merupakan sajian yang kompleks, bahkan cenderung acak-acakan, dimana film horor Indonesia sering tidak peduli pada unsur dramatik (narasi), sebab itu kehadiran per-scene nya seringkali sengaja dibuat anti-klimaks. Dapat dikatakan bahwa hasil tangkapan erotisisme dalam film horor Indonesia terkesan sangat fragmentatif, lebih tepatnya sporadis bagi subjek.

2. Sudut Pengambilan Gambar: Erotis dan Kengeriannya

Ditemukan pada penelitian ini bahwa pengambilan gambar (*angle*) sangat berpengaruh bagi tangkapan. Dalam hubungannya dengan tangkapan erotisisme, objek tubuh perempuan dengan pakaian minim misalnya, hampir selalu diambil dengan teknik *zoom in*, langsung menohok tatapan (*frog angle*). Ini juga berlaku bagi kengerian,

namun kengerian relatif lebih fleksibel, bisa diambil dari sudut jauh maupun dekat. Yang lebih condong menimbulkan rasa ngeri lebih kepada ilustrasi bunyi (*sound effect*) pada tiap adegan. Apabila durasi per-scene terbilang lama (kisaran menit), maka tangkapan yang dihasilkan pun juga akan lebih kuat. Sayangnya, seperti sudah disampaikan sebelumnya, bahwa tampilan pada bagian-bagian erotis dalam film horor Indonesia memang umumnya hanya kisaran detik, sehingga hasil tangkapannya pun serba nangung. Erotisisme dalam kengerian (dalam arti ketegangan yang dihasilkan dari adanya objek hantu, darah, dan lain-lain), belum bisa dikatakan menjamin keberhasilan (tangkapan) secara menyeluruh.

Penutup

Penelitian ini menghasilkan sedikitnya dua temuan yang didapatkan melalui pengamatan atas film objek penelitian dan elaborasi teoritik yang dipakai. Temuan-tersebut adalah: (1). Tangkapan erotisisme dalam film horor bergantung pada struktur teks visual film. Struktur teks visual film adalah struktur secara menyeluruh dari konstruksi film, hubungan unsur-unsur di dalamnya. Benturan antara realita dan ilusi, serta film yang diyakini sebagai objek yang aktif seperti dalam gaze, objek yang telah “mengatur” dirinya sendiri dan subjek yang “terkuci” sekaligus bebas melakukan interpretasi; (2) Sudut pengambilan gambar antara unsur-unsur erotis dan kengerian. Sudut pengambilan gambar di sini sangat berbeda dengan struktur teks visual film, meskipun sudut pengambilan gambar adalah bagian dari struktur teks visual film. Tangkapan erotis dan kengerian dalam film horor didominasi pengambilan angle

zoom in yang selalu tampil eksplisit dalam setiap scene yang mengetengahkan unsur erotis dan kengerian. Dua temuan itu meyakinkan penulis bahwa subjek dan objek pada akhirnya tidak memiliki perbedaan signifikan dalam hubungan aktif-pasif, melainkan selalu berfungsi sebagai pemantik untuk menghasilkan makna bagi film itu sendiri, maupun makna bagi penontonnya.

Ada lima poin lain yang mengelaborasi penemuan tersebut secara general. Pertama, fenomena industri film layar lebar Indonesia bergenre horor tidak bisa dilepaskan dari konteks komoditas, yang lebih mengutamakan pembacaan kuantitas (nilai bisnis) dan pembentukan tren, daripada kualitas sebuah film. Kedua, konstruksi erotisisme dalam film horor Indonesia sengaja dibangun dengan menitikberatkan perempuan sebagai objek, dan laki-laki sebagai subjeknya, namun ini sama-sekali tidak terkait gender. Ketika film sudah berubah menjadi sajian, hubungan subjek-objek ini berkelindan terus-menerus untuk mencoba menjaring makna-makna yang bersifat implisit, lebih kepada pengalaman imajiner individu, dan bukan antar individu, liyan, apalagi sosial. Meskipun penulis menduga kuat bahwa semua itu juga terpengaruh oleh the Other (tren, ajakan, dan keinginan yang bukan lahir otonom). Keempat, teks visual dalam arti teknis sangat mempengaruhi upaya penikmat film horor Indonesia untuk menghasilkan makna-makna. Dalam film horor Indonesia, teks visual lebih kuat keberadaannya dibanding alur cerita. Banyak opini menjelaskan hal itu. Kelima, kengerian dalam film horor Indonesia adalah sesuatu yang naif, ilusif, serta nangung. Tak terkecuali adegan erotis yang selalu muncul anti-klimaks dengan dibalut kengerian dan komedi yang serba terbatas kualitasnya. Penu-

lis meyakini bahwa film horor Indonesia sebetulnya merupakan sebuah genre yang potensial, hanya saja karena tuntutan kecepatan produksi dan target komersial, maka seluruh perjuangan atas idealismenya menjadi terkubur begitu saja. Seribu kali sayang.

Referensi

Bataille, Georges. 1987. *Eroticism*. Marion Boyars: London-New York

Carroll, Noel. 1990. *The Philosophy of Horror or Paradoxes of The Heart*. Routledge: New York

Fahy, Thomas. 2010. *The Philosophy of Horror*. The University Press of Kentucky.

Giannetti, Louis. 2001. *Understanding Movies*. 9th Edition. Prentice Hall: New Jersey

Harari, Roberto. 1995. *How James Joyce Made His Name: A Reading Theory The Final Lacan*. Other Press New York.

McGowan, Todd. 2007. *The Real Gaze: Film Theory After Lacan*. State University of New York Press: New York

_____. 2004. *The End of Dissatisfaction? Lacan and the Emerging Society of Enjoyment*. State University of New York Press: New York

_____. & Sheila Kunkle. Eds. 2004. *Lacan and Contemporary Film*. Other Press: New York

Baumann, Zygmunt. 1998. *On Postmodern Uses of Sex*. *Journal Theory, Culture, and Society*. SAGE, London, Thousand Oaks dan New Delhi

Moleong. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rusda Karya:

Bandung

Spradley, James P. 1997. *Metode Et-nografi*. Terj. Misbah Yulia Elisabet. Tiara Wacana: Yogyakarta

Sen, Khrisna. 2009. *Kuasa dalam Sine-ma: Negara, Masyarakat, dan Sine-ma Orde Baru*. Terjemahan dari Indonesian Cinema: Framing The New Order. 1994.

ULTIMART

Vol. XI, No.1 Juni 2018

JURNAL KOMUNIKASI VISUAL

ISSN : 1979 - 0716

PEDOMAN PENULISAN NASKAH JURNAL ULTIMART

I Ruang Lingkup

Redaksi menerima tulisan dalam bahasa Indonesia atau Inggris, berupa ringkasan hasil penelitian, hasil penelitian sementara, laporan penelitian atau esai dalam bidang Komunikasi Visual, terutama meliputi desain grafis, animasi, sinematografi, dan *game*. Naskah yang dikirimkan harus disertai dengan pernyataan bahwa naskah tersebut adalah karya sendiri dan belum pernah diterbitkan atau dikirimkan ke organisasi/ lembaga lain.

II Ketentuan Teknis

Redaksi telah menyediakan *template* penulisan dalam format Microsoft Word yang dapat diunduh melalui *link* :

http://www.4shared.com/file/FxH6TRPKce/Template_Ultimart_Journal.html.

Tulisan yang dikirimkan hendaknya mengikuti template tersebut dan dikirim dalam bentuk *softcopy* pada ultimartjournal@umn.ac.id

III Kepastian Pemuatan

Redaksi akan memberikan kepastian pemuatan atau penolakan naskah secara tertulis melalui surat elektronik. Penulis yang karyanya dimuat akan mendapatkan honorarium yang pantas dan nomor bukti pemuatan sebanyak dua eksemplar.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Scientia Garden Jl. Boulevard Gading Serpong, Tangerang Selatan

Telp. (021) 5422 0808 | Fax. (021) 5422 0800