BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Believability berasal dari kata *believe* yang dalam *Kamus Inggris Indonesia, an English-Indonesian Dictionary* artinya (kata keterangan) percaya (Echols dan Shadiliy: 60). Sementara di dalam kamus Miriam Webster *believability* adalah kemampuan untuk menjadi percaya terutama dalam jenjang kemungkinan yang diketahui atau probabilitas (www.meriam-webster.com).

Believability merupakan istilah yang masih asing di dunia penelitian Indonesia khususnya bidang media hiburan seperti multimedia interaktif, animasi dan film, namun istilah ini telah digunakan peneliti barat di bidang yang sama sejak tahun 1994 sebagai istilah khusus pada karakter rekaan. Joseph Bates dari School of Computer Science Carnegie Mellon University dengan judul *Role of Emotion in Believable Agents* meneliti emosi pada karakter *believable agent* didalam suatu apliikasi *game*. Dari kampus yang sama peneliti bernama A. Bryan Loyall (1997) membuat tesis dengan judul *Believable Agents: Building Interactive Personalities*, disusul para peneliti lain dari berbagai kampus negara barat dengan konteks yang berragam.

Didalam tesisnya, Loyall (1997) membuat penelitian untuk merumuskan definisi *believability* berdasarkan hasil dari pembuatan *believable agents* pada karakter interaktif sebagai konteks penelitiannya. Definisi *believability* oleh Loyall didapat dari tujuan pembuatan karakter tersebut dan apa yang diketahui mengenai *believability* didalam karakter berbasis seni untuk membangun karakter yang interaktif, versi otentik atau independen (*autonomus*) yang memiliki kepribadian khusus. Hasil penelitiannya telah digunakan sebagai panduan untuk pembangunan karakter dengan penggunaan teknologi

seperti pembuatan karakter interaktif dengan teknologi digital. Loyall mengungkapkan definisi *believability* sebagai berikut :

> *Believable agents are personality-rich autonomous agents with the powerful properties of characters from the arts (Loyall,1997:1). What are the properties thatmakes the characters portrayed by Humphrey Bogart, Meryl Streep, and Charlie Chaplin powerful and believable? These characters appear to be aware, to have their own internal drives, and to have emotions and social relationships. Each of these properties is artistically chosen and combined by both the author and actor to express a particular personality* (Loyall, 1997:4).
>
> Terjemahan :
>
> Agen terpercaya adalah agen yang secara kerpibadiannya kaya, mandiri dan dengan sifat kuat karakter yang diambil dari seni (Loyall,1997:1). Atribut apa yang membuat karakter – karakter yang diperankan oleh Humphrey Bogart, Meryl Streep, dan Charlie Chaplin bersifat kuat dan dipercayai? Karakter – karakter ini menyadari dorongan internal yang dimilikinya dan memiliki emosi – emosi dan relasi sosial (didalam film). Setiap atribut ini dipilih secara artistik dan dikombinasikan oleh penulis maupun aktor yang memerankannya untuk mengekspresikan kepribadian yang khusus Loyall, 1997:4).

Dari definisi dan penjabaran Loyall diatas didapat poin – poin besar mengenai istilah *Believability* atau karakter rekaan yang dipercayai, yaitu:

1. Kepribadian yang kaya, yang berarti independen dan otentik (*autonomous*) karena didorong oleh motivasi internal yang dimilikinya.
2. Karakter dengan penggambaran yang kuat dan memikat (*powerfull and believable*) lewat atribut – atribut yang membangunnya yaitu memiliki dorongan internal tersendiri, dan memiliki relasi sosial dengan karakter lain.
3. Karakter dengan penggambaran yang khusus lewat elemen – elemen dasar seni untuk menciptakan karakter yang kuat dan kepribadian yang kaya

Dari pemahaman ini didapat bahwa *Believability* bersifat khusus, kontekstual, dan merupakan suatu konsep, strategi, atau kerangka yang diupayakan dengan tujuan

untuk membangun karakter yang kuat di dalam film atau multimedia. Hasilnya adalah karakter yang otentik dengan ciri kepribadian yang khusus didalam karya fiksi sehingga penonton bersimpatik terhadap karakter itu. Implementasi dari pembangunan karakter yang believable adalah menjadi media untuk merefleksikan diri bagi penonton secara individu.

Topik mengenai *believability* digunakan untuk pengamatan ataupun penciptaan desain karakter pada media komunikasi berbasis seni, informasi dan hiburan seperti karakter pada film, literatur sastra, *games*, aplikasi dan multimedia interaktif. Di barat terutama para peneliti yang berlatar belakang bidang media digital, seperti film, *games* atau multimedia interaktif, topik ini digunakan di dalam *game* dengan maksud memuat interaksi dan visualisasi karakter yang didesain mengikuti cara berfikir manusia atau penggunanya (*user*) sehingga muncul objek – objek humanoid atau desain latar yang memudahkan pengguna mengerti alur cerita dan alur permainannya.

Kedudukan istilah *believability* dapat menjadi konsep awal penciptaan tokoh/karakter ataupun untuk membedah desain karakter yang sudah ada. Lee, Michael Sangyeob, Heeter, dan Carrie (2012) dari Michigan State University (USA) meneliti muatan *believability* pada karakter games jenis Non-Player Characters (NPC) untuk mengetahui mutu game (nilai *Metacritic* tinggi dan rendah) dan fungsi game (karakter jahat dan karakter bersahabat) lewat survey online. Lalu A. Bryan Loyall (1997) yang poin – poin utama pada definisinya terhadap *believability* diambil pada penelitian ini. Loyall membuat tesis mengenai penciptaan karakter *believable agents* untuk suatu media interaktif. Risetnya dibagi menjadi dua bagian: studi mengenai definisi *believability* pada karakter berbasis seni hiburan seperti film, animasi dan literatur sastra. Dan yang kedua riset untuk penciptaan *believable agents* pada media hiburan berbasis seni dan komputer sebagai bagian dari sistem cerita yang interaktif, sosial *user interface*, atau sistem

pembelajaran. Sejumlah peneliti lain juga meletakkan *believability* sebagai pencapaian kualifikasi atau formula berupa kategori yang saling terintegrasi dalam membedah karakter menjadi narasi penelitian atau sebaliknya.

Penelitian menganalisis karakter fiksi dengan konteks yang berragam telah produktif dilakukan peneliti di bidang desain, sinematografi dan sastra di Indonesia. Unsur sinematografi diperlukan untuk membedah komponen – komponen believability seperti jenis pengambilan kamera dan sudut pengambilan yang dapat mengidentifikasi kedudukan sosial karakter dan ekspresi emosinya ketika menghadapi suatu peristiwa penting didalam film.

Variabel utama yang sejalan dengan poin – poin pembentuk *believability* pada penelitian ini adalah karakter utama film animasi populer Jepang karya Hayao Miyazaki, yakni Princess Mononoke dan Spirited Away. Spirited Away (2001) berada di urutan ke 11 dan Princess Mononoke di urutan ke 27 pada daftar film paling laris di bioskop dunia rentang tahun 1950 - 2015.

Film animasi Jepang merupakan salah satu produk asing dalam dunia perfilman animasi yang populer di Indonesia dan memberi dampak yang signifikan pada film – film animasi yang diproduksi animasi Indonesia. Peredaran komik Jepang dan film animasi yang masif secara global memberi nilai kepercayaan tersendiri bagi penonton dari berbagai regional. Bila Jepang terikat pada sejarah bahwa animasi Jepang merupakan bagian dari spirit propaganda pada masa perang, lain halnya animasi dan komik Jepang di negara diluar Jepang. Di Indonesia, keterikatan terhadap produk budaya populer ini kemungkinan di latarbelakangi oleh cara berfikir yang sama mengenai dunia transenden yang melibatkan unsur alam serta folklor yang sering hadir pada unsur fantasi baik di komik maupun animasi disamping karena ekspresi gaya visualnya yang memiliki ciri pembeda. Karakter animasi atau komik Jepang bagi para fanatiknya di Indonesia

dianggap mewakili angan – angan dan fantasi mengenai kehidupan ideal yang ingin mereka alami sendiri, tidak heran adanya komunitas gerakan meniru semirip mungkin (mental dan visual) karakter di dalam film atau komik ada di acara khusus di berbagai negara seperti acara Comic Con di NewYork, salah satunya di Indonesia, gerakan mimikri tersebut dinamakan *cosplay*. Kemunculan karakter yang intensitasnya kuat dapat sangat melekat secara psikologis pada penontonnya dan menarik kepercayaan khalayak untuk menganggap fiksi fantasi seolah - olah bagian dari kehidupan nyata mereka. *Cosplay* merupakan manifestasi dari nilai *Believability* pada karakter fiksi populer sebagai konsep yang dibangun secara berpola untuk membuat penonton terpengaruh baik dari mental maupun visualnya.



Gambar 1.1 Contoh *cosplay* karakter Ashitaka dan Mononoke.
Sumber : www.techgnotic.deviantart.com

Jepang adalah salah satu industri besar film animasi yang memonopoli pasar perfiman dunia dalam jangka waktu yang panjang. Diantara film – film animasi Jepang

dua dimensi yang beredar secara global tahun 1950 – 2015 yang termasuk daftar film paling laris di bioskop dunia, Spirited Away (2001) berada di urutan ke 11 dengan pencapaian profit hingga $289,096,678, kemudian Howl Moving Castle (2004) diurutan ke 18 dengan pencapapaian profit $235,184,110, Ponyo diurutan ke 23, Pokemon: First Movie di urutan ke 26, Princess Mononoke di urutan ke 27, The Secreet World of Arriety diurutan ke 29, The Wind Rises diurutan ke 34, Pokemon : Movie 2000 diurutan ke 36 (terakhir diedit oleh Trivialist 10-08-2016 pukul 06.48 diakses pada 10-08-2016 pukul 10:48 https://en.m.wikipedia.org/wiki/List_of_highest-grossing_animated_films). Enam dari delapan film – film tersebut merupakan karya Hayao Miyazaki yang diproduksi di studio Ghibli. Hayao Miyazaki adalah sutradara dan animator film fitur yang populer pada tahun 1979 – 2014 di Jepang, namanya semakin dikenal luas di dunia perfilman internasional sejak Princess Mononoke tayang di bioskop tahun 1997.

Hayao Miyazaki beradaptasi pada maraknya pasar perindustrian film internasional dengan mempertahankan teknik animasi dua dimensi dan dengan gaya visual yang khas. Ciri visual khas animasi pertelevisian Jepang seperti mata yang membulat, hidung dan dagu yang kecil dan struktur tubuh yang kurus, serta pencitraan yang menggunakan efek – efek dramatis pada karakter remaja perempuan (genre fiksi Jepang, *shoujo*) (Cavallaro:6) tampak diminimalis oleh Hayao Miyazaki sebagai gaya visualnya. Dari segi pengambilan kamera filmnya lebih mendekati spirit film *live action* atau film dengan tokoh manusia nyata, dari segi cerita bernuansa filosofis dengan alur yang tenang, tidak terlalu banyak menggunakan efek garis atau pencahayaan untuk memberi kesan dramatis seperti film Pokemon yang populer dan film – film yang serupa dengannya. Ia memiliki ciri khas yang signifikan yang membedakannya dengan film animasi Jepang pada umumnya. Item ini misalnya, garis yang tidak lurus kaku melainkan membundar halus dan menampilkan gempalan daging pada bagian – bagian tubuh

tertentu untuk mewakili sifat tertentu pada subjek. Miyazaki juga cenderung memperbesar porsi pada item pakaian atau tubuh karakter yang dianggap penting dan mewakili watak atau perannya di dalam film.

Di filmnya yang lain dan menjadi ciri khas, ia selalu mengangkat isu – isu yang relevan seperti isu superioritas wanita (Princess Mononoke), pentingnya menjaga kelangsungan pohon dan filosofinya terhadap kehidupan (My Neighbour Totoro), isu peperangan (The Wind Rises), isu perbudakan anak dan perempuan (Spirited Away), dan film – filmnya yang lain dengan nuansa yang sama yakni keterikatan manusia dengan alam dan berbagai dinamikanya dengan pengemasan yang sederhana dan tidak menimbulkan tendensi. Miyazaki seolah – olah ingin menyampaikan pesan lewat filmnya – filmnya bahwa isu – isu yang sensitif ini tidak mengenal ruang dan waktu, artinya filmya dapat dinikmati oleh anak – anak atau remaja dan dipahami inti dan kompleksitasnya ketika mereka dewasa, sehingga pesan komunikasinya akan selalu relevan.

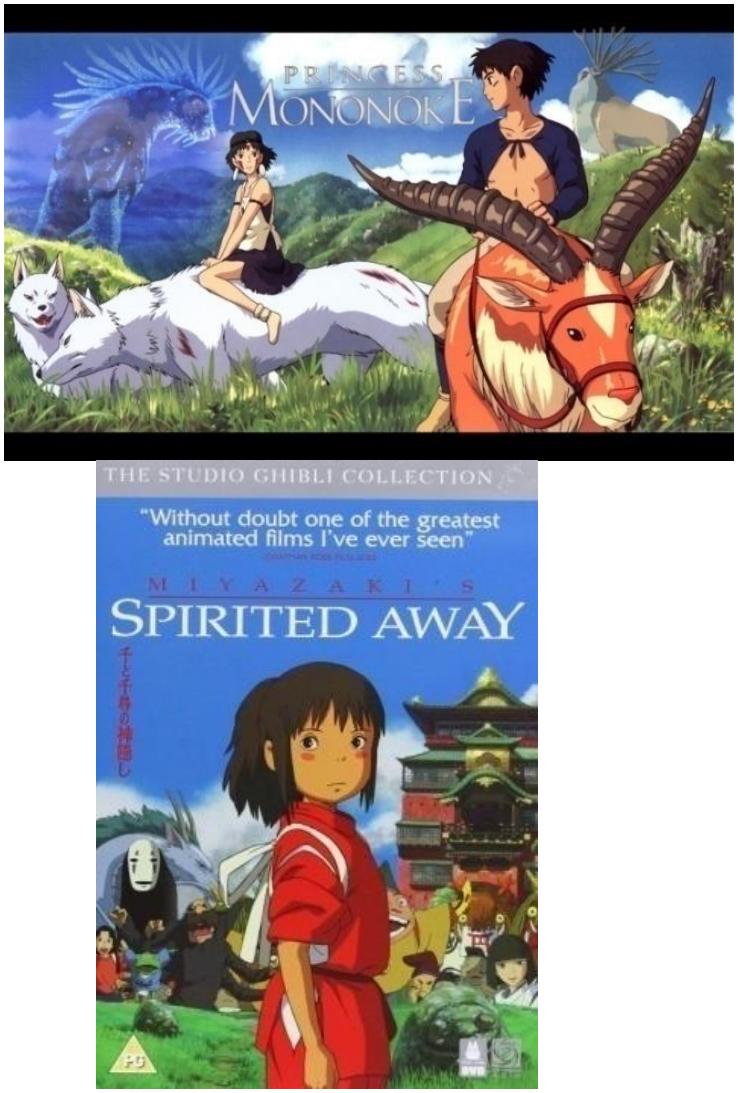


Gambar 1.2 Tokoh Ashitaka yang berbadan dan lengan tampak besar
Sumber : dokumen pribadi

Believability memiliki unsur – unsur yang berkaitan dengan manusia, hal ini dimaksudkan agar penonton lebih mengenali dirinya lewat tokoh/kerakter fiktif dalam film. Seringkali penonton menghubungkan dirinya pada watak dan kepribadian yang dimunculkan tokoh/karakter didalam karya fiksi secara mental, sehingga fantasi tidak lagi sebatas fiksi namun meningkat menjadi kepercayaan khusus karena sudah mempengaruhi cara pandang penontonnya.

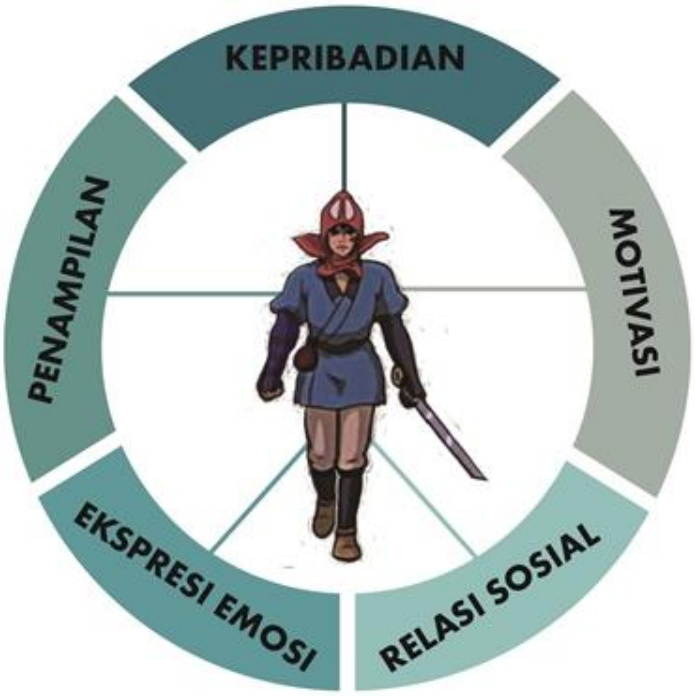
Film Hayao Miyazaki memiliki kualifikasi tertentu yang sejalan dengan tujuan penelitian dan posisi *believability* didalam penelitian ini. Kualifikasi yang sejalan diantaranya:

a. Film yang memiliki karakter utama yang kepribadiannya tumbuh dengan kata lain secara spesifik memiliki dinamika peristiwa dan beradaptasi dengan dinamika tersebut.
b. Karakter yang memiliki konflik dan dinamika antara karakter protagonis dan antagonis tanpa penegasan terhadap nilai yang baik dan buruk, sehingga penonton diberi ruang untuk membuat persepsi terhadap nilai – nilai tersebut.
c. Film yang mengangkat isu – isu kemanusiaan yang bersifat sosial dan relevan dengan masa kini. Di film Princess Mononoke (1997) konflik antara pengelola industri metal untuk senjata api dengan para dewa penghuni hutan memicu kehancuran dan adanya eksploitasi lahan hutan. Pada film Spirited Away (2001) secara tersirat mengangkat tema pengekangan dan eksploitasi terhadap tenaga kerja anak - anak.



Gambar 1.3 Dua film Hayao Miyazaki diambil sebagai produksi Ghibli yang popularitas dan kualitasnya diakui lembaga penghargaan film dunia.

Sumber : https://encrypted-tbn1.gstatic.com/images



Gambar 1.4 Gambaran komponen *believability* sebagai kerangka pembedahan

Dalam penelitian ini *believability* merupakan variabel kedua dengan kedudukan sebagai konsep atau kerangka untuk membedah tokoh utama dengan pengkategorian berdasarkan lima komponen pada peran protagonis dan antagonis dalam film Miyazaki.

Tokoh utama dalam hal ini mengandung pengertian tokoh dengan intensitas kemunculan lebih sering daripada yang lain serta tokoh yang dianggap penting karena mempengaruhi perkembangan cerita meski kemunculannya hanya beberapa kali. Berdasarkan kategori dalam tokoh utama ini didalamnya termasuk tokoh penyelamat atau pahlawan perempuan (Heroine), tokoh pahlawan atau penyelamat laki – laki (hero), serta tokoh antagonis sebagai pihak yang beroposisi.

Kelima kategori itu diantaranya komponen Penampilan; komponen Kepribadian (sifat dan watak); komponen Ekspresi Emosi; komponen Motivasi; serta komponen Relasi Sosial atau hubungan karakter dengan karakter lain di dalam film. Seluruh komponen ini tidak terpisah – pisah, masing – masing saling terintegrasi hingga dapat

membangun karakter yang memiliki atribut *believability*. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pula bagaimana integrasi itu terjadi, bagaimana relasi kedudukan komponen – komponen itu bekerja dari masing – masing karakter dan menjadi ciri khas bagi pembangunan karakter film Miyazaki.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah penjabaran lima komponen *believability* (yakni komponen Penampilan, komponen Kepribadian, komponen Ekspresi Emosi, komponen Motivasi dan komponen Relasi Sosial) digambarkan lewat elemen – elemen desain dan unsur sinematografi yang di elaborasi dengan narasi yang ada didalam film?
2. Bagaimanakah kedudukan antar tiap komponen pada film Miyazaki dengan jenis kategori berdasarkan batasan penelitian yang tercantum yang membangun konsep *believability* tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penjabaran lima komponen *believability* sebagai prinsip ciri visual Hayao Miyazaki secara umum dari ketiga film dengan kesamaan kategori tertentu yang menjadi ciri khas yang berulang pada ketiga film Miyazaki.
2 Untuk mengetahui hubungan antar tiap komponen pada film Miyazaki dengan jenis kategori berdasarkan batasan penelitian yang tercantum yang membangun konsep *believability.*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teori, penelitian ini akan memberikan pemahaman mengenai analisis karakter fiksi khususnya film fitur animasi karya Hayao Miyazaki, dengan menjadikan teori keilmuan psikologi sebagai teori pendukung didalam analisa. Penelitian ini juga akan menyumbangkan gagasan kepada para peneliti selanjutnya di ruang lingkup yang sama namun dalam konteks serta minat yang berbeda.
2. Secara praktis, penelitian ini akan memberikan arahan dan pemahaman mengenai pentingnya melibatkan teori pendukung lain di luar teori desain, yakni keilmuan psikologi sebagai materi dalam konteks karakterisasi, sehingga memudahkan proses kreatif para desainer karakter dan animator untuk menciptakan karakter yang menggugah secara emosional dan dianggap nyata oleh penonton dengan konsep yang sistematis.
3. Secara profesional, hasil penelitian diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan bagi bidang desain komunikasi visual khususnya visualisasi karakter film animasi, juga bagi mahasiswa, pembimbing serta lembaga magister UNIKOM.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada film fitur animasi Hayao Miyazaki yang memiliki kategori :

1. Film yang memiliki karakter utama yang kepribadiannya tumbuh dengan kata lain secara spesifik memiliki dinamika peristiwa dan beradaptasi dengan dinamika tersebut.

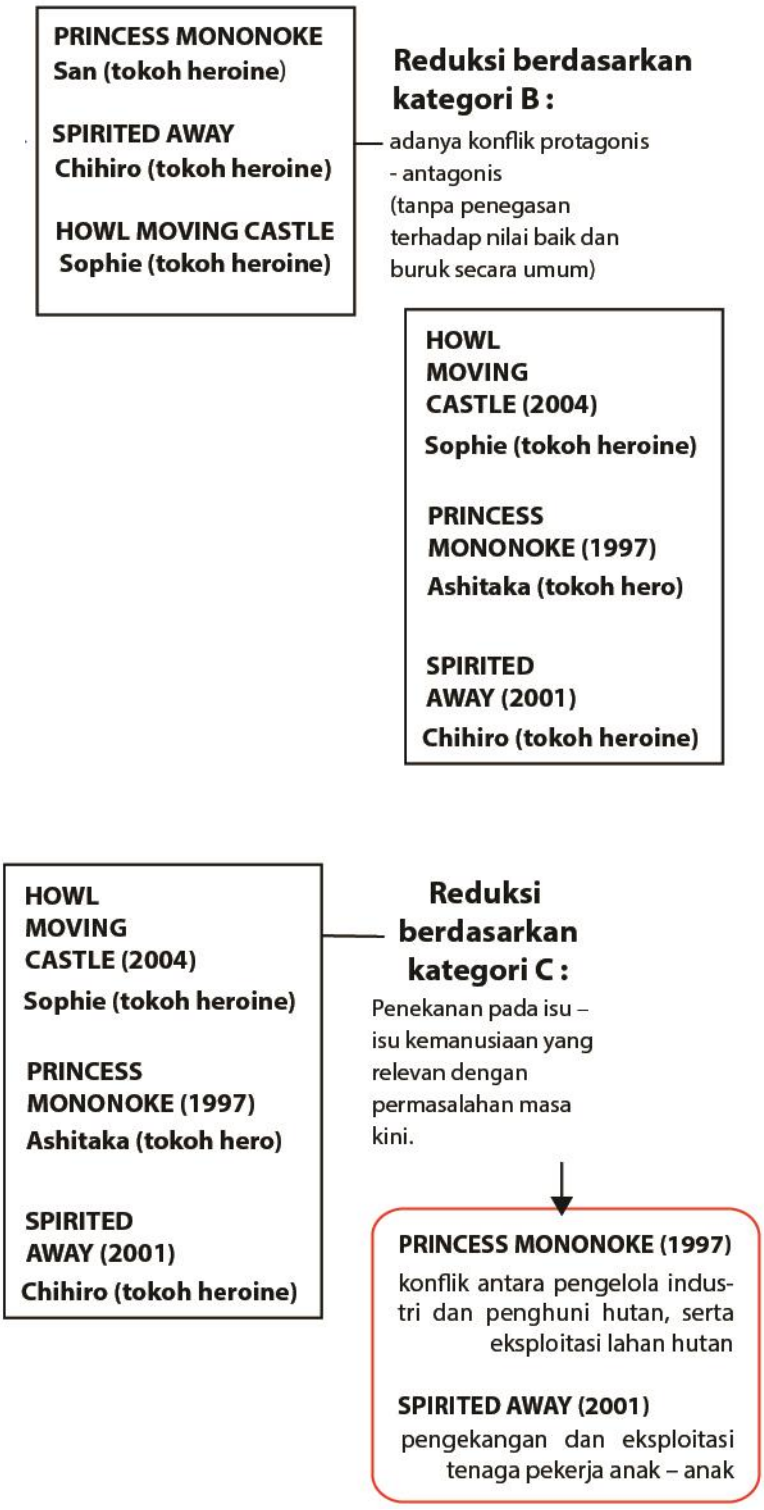
2. Karakter yang memiliki konflik dan dinamika antara karakter protagonis dan antagonis tanpa penegasan terhadap nilai yang baik dan buruk, sehingga penonton diberi ruang untuk membuat persepsi terhadap nilai – nilai tersebut. Antagonis dan Protagonis dalam penelitian ini dimaksudkan berarti konflik oposisi antar tokoh utama baik itu bentuknya konflik fisik maupun pemikiran, bukan konflik antara peran yang berlaku jahat dan peran yang berlaku baik.
3. Film yang mengangkat isu – isu kemanusiaan yang bersifat sosial dan relevan dengan masa kini.

> Any film dealing with growth, emotion, motivation, invention, social dynamics, or several other issues—or symply the cinematic expression of a thought or idea (Motz, 2013 :483 ph 6).

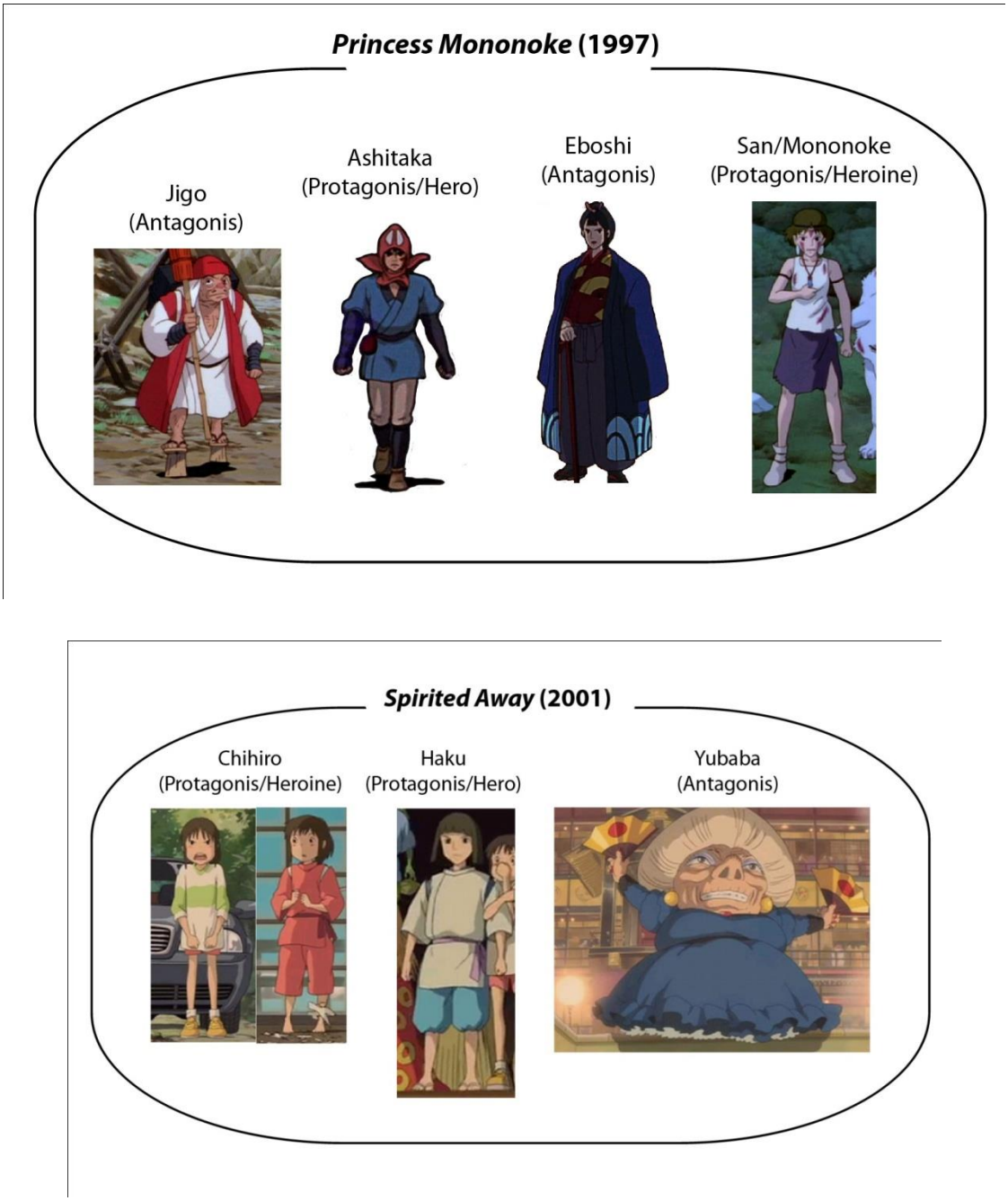
4. Film yang mendapat penghargaan dunia diluar negara Jepang, sebagai indikator tingginya respon dari penonton diluar Jepang dan melatarbelakangi kuatnya faktor *believability* didalam film.

Dibawah ini dipaparkan proses pemetaan pembatasan konteks penelitian.





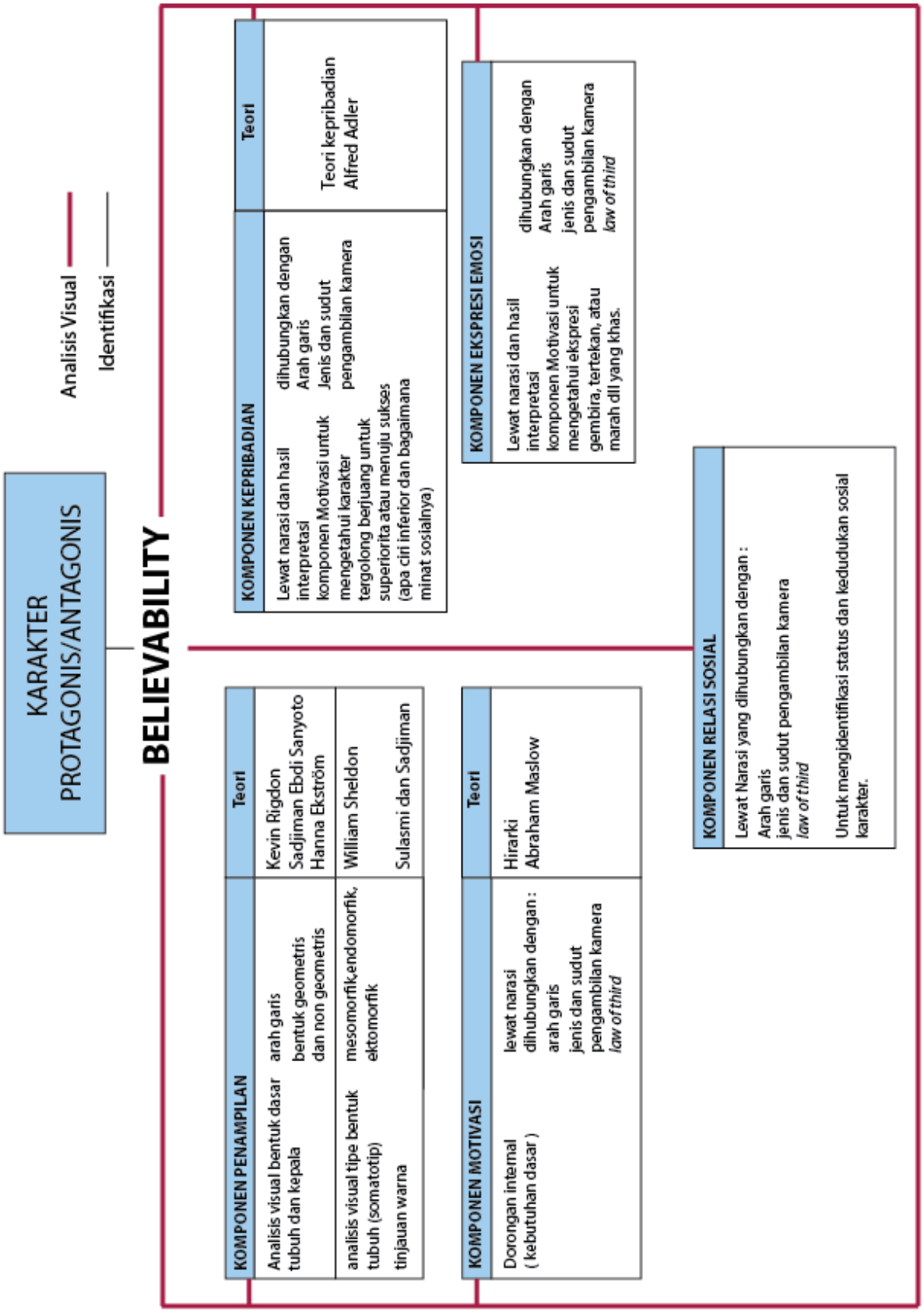
Gambar 1.5.1 Alur pembatasan konteks penelitian



Gambar 1.5.2 Pengelompokan sasaran karakter berdasarkan film.

Sumber : Dokumentasi peneliti.

1.6 Bagan Penelitian



Gambar 1.6 Bagan pembedahan objek penelitian dan teorinya.

Sumber : Dokumentasi peneliti.

Untuk menganalisis kedekatan cara pandang manusia dengan aspek mental dan aspek visual karakter yang dibangun dalam konteks *believability* peneliti membedahnya dengan 5 komponen *believability* (Penampilan; Kepribadian; Ekspresi Emosi; Motivasi; Sosial Relasi) yang dielaborasi dengan pendekatan primer yakni Desain Komunikasi Visual (ciri bentuk dasar, warna, proporsi dan komposisi), sinematografi (jenis dan sudut pengambilan kamera, law of thirds), narasi film serta teori pendukung untuk menganalisis aspek mental yakni perilaku dan kepribadian dari keilmuan psikologi.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi pemaparan definisi believability, sekilas penelitian tentang believability pada media games film dan multimedia, konteks dan kedudukannya dalam penelitian ini. alasan kesesuaian believability dengan karakter utama di film Princess Monoonke dan Spirited Away karya Hayao Miyazaki dipilih, kedudukan dan cara kerjanya di penelitian ini.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Berisi penjabaran teori – teori terkait, mengenai pengertian tokoh protagonis dan antagonis di dalam film, definisi film fitur animasi, pengertian istilah *believability* dalam film. Teori yang berkaitan dengan pendekatan desain dan narasi sebagai pendekatan primer, sinematografi dan psikologi sebagai pendekatan sekunder.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai komponen *believability* sebagai kerangka, alur berfikir dan pembatasan penelitian, alur penelitian, metode yang digunakan, kedudukan pendekatan, jenis dan sumber data, metode dan teknik pengumpulan data.

BAB 4 GAMBARAN UMUM KARAKTER FILM HAYAO

Berisi informasi – informasi khusus mengenai objek penelitian, popularitas dan kekhasan di film – filmnya. Sinopsis dan penjelasan karakter yang akan dianalisis.

BAB 5 ANALISIS KARAKTER HERO,HEROINE, ANTAGONIS BERDASARKAN KOMPONEN BELIEVABILITY

Berisi analisis setiap komponen, penjabaran dan tindakan analisis visual, pengkategorian berdasarkan kelima komponen, membedah dan membuat penjabaran berdasarkan pendekatan primer yakni keilmuan desain dan pendekatan sekunder yakni keilmuan psikologi.

BAB 6 KESIMPULAN

Berisi analisis kecenderungan protagonis dan antagonis pada masing – masing komponen.