

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Hero dan Superhero dalam Media*

Dalam sebuah cerita di novel maupun film ada 2 karakter yaitu protagonist dan antagonis. Karakter baik (protagonist) seringkali disebut pahlawan atau *Hero* (Oxford,2005,p729). Lawan dari pada pahlawan tersebut disebut juga dengan *villain*/penjahat (antagonis), yaitu karakter utama yang jahat atau seseorang yang buruk secara moral atau bertanggung jawab sebagai penyebab kesusahan atau kesukaran, kerusakan, kekacauan, persoalan, penyakit maupun kerugian.

Siapa saja bisa menjadi *Hero*, asalkan dia mempunyai ciri-ciri seperti yang dipaparkan di bab pendahuluan. Seorang polisi, Dewa, Tuhan bahkan orang biasa bisa menjadi seorang *Hero*. Berbeda dengan Superhero, tidak semua orang dapat menjadi *Superhero*. Karena *Superhero* adalah seseorang biasa yang memiliki ilmu atau kekuatan, atau supranatural untuk membantu dan melindungi yang lemah untuk kepentingan umum. *Superhero* rela berkorban tanpa mengharapkan imbalan. *Superhero* pada awalnya merupakan bentuk *Pop Culture* dari *Hero* itu sendiri (Wetzstein, 2001).

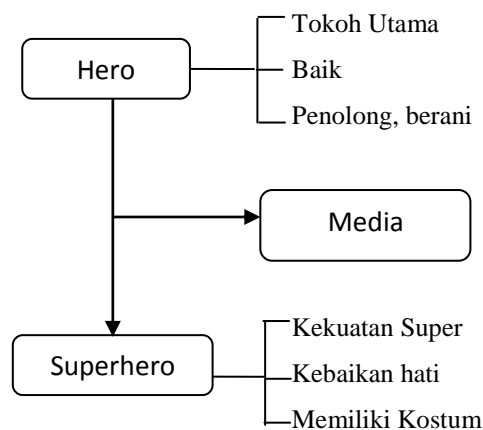
Pada Tahun 1938 DC Comics memunculkan karakter *Superhero* melalui komik. Melalui tokoh *Superman*, karakter *Superhero* ini sukses dan disukai banyak orang. Film *Superman* merupakan *Superhero* pertama yang sukses di media dan menjadi awal kesuksesan karakter *Superhero* dalam membentuk pahlawan Amerika dan melahirkan budaya pop karakter *Superhero*. Sejak saat itu karakter-karakter bertema sama terus bermunculan, tidak hanya di Amerika sendiri tetapi juga negara-negara lain yang terpengaruh dengan gaya kepahlawanannya (Lang,1988).

Superhero adalah sebuah genre fenomenal yang merupakan perpaduan dari genre fiksi-ilmiah, aksi serta fantasi. Film *Superhero* adalah kisah klasik perseteruan antara sisi baik dan sisi jahat, yakni kisah kepahlawanan sang tokoh super dalam membasmi kekuatan jahat. Karakter *Superhero* memiliki kekuatan serta kemampuan fisik ataupun mental jauh diatas manusia rata-rata. Cerita biasanya diawali dengan latar belakang sang *Superhero* mendapatkan

kekuatannya dan selalu diakhiri dengan duel melawan si tokoh jahat. Film *Superhero* pada umumnya juga penuh dengan adegan-adegan, atau aksi menawan yang kaya efek visual. Film-film *Superhero* biasanya juga menghabiskan biaya produksi yang sangat besar namun hingga kini terbukti masih menjadi formula yang sangat ampuh untuk menarik perhatian penonton dari kalangan manapun (<http://digilib.its.ac.id>).

Superhero selain memiliki kemampuan atau kesaktian diatas rata-rata manusia, memakai pakaian yang khas dan menyolok serta nama yang khas, dan digambarkan sebagai penolong dan pembasmi kejahatan (Hermanto, 2010). *Superhero* biasanya mempunyai ciri-ciri: punya kekuatan, ketrampilan dan alat yang luar biasa untuk melawan lawannya, kekuatan *Superhero* bervariasi seperti kemampuan super, kemampuan untuk terbang, peningkatan indra, memiliki senjata khusus atau teknologi, memiliki moral yang kuat termasuk resiko keamanan diri sendiri untuk orang lain dan tanpa imbalan, memiliki identitas rahasia untuk melindungi orang-orang yang dikasihi terhadap serangan musuh (Sumber: <http://en.wikipedia.org/wiki/Superhero>).

Hubungan mengenai *Superhero* dan media, akan dijelaskan melalui bagan dibawah ini:



Bagan 2.1 Hubungan *Superhero* dan Media

Sumber: Olahan Peneliti

Hero dan *Superhero* pada awalnya adalah materi yang sama, sama-sama menceritakan mengenai seorang tokoh utama yang memiliki kebaikan hati, dan menolong banyak orang sehingga berguna bagi banyak orang. Tetapi oleh media sosok *Superhero* menjadi berbeda, unik dan spesial. Dengan karakter spesial yaitu memiliki kekuatan super, berkostum. Melalui media karakter superhero menjadi populer dan dikonsumsi secara massif, sehingga tokoh *Superhero* menjadi populer melalui film, kostum, *game*, dll.

2.2. Superhero dan Film Animasi

Film *Superhero* dalam bentuk animasi kebanyakan merupakan bentuk adaptasi dari film live-action maupun komik. Film superhero pertama dalam bentuk animasi adalah *Batman: Mask of the Phantasm* yang rilis pada tahun 1993 yang merupakan bentuk adaptasi dari film *live action* dan komik. Sedangkan film animasi dengan ide cerita original yang pertama adalah *The Incredibles* yang dirilis *Pixar* pada tahun 2004(<http://en.wikipedia.org>).

Film animasi adalah film yang merupakan hasil pengolahan gambar tangan sehingga menjadi gambar yang bergerak yang pada awal penemuannya dibuat dari berlembar lembar kertas gambar yang kemudian diputar sehingga muncul efek gambar bergerak. Pengertian diatas menunjukkan bahwa film animasi berisi susunan gambar-gambar yang kemudian diproses sehingga menghasilkan ilusi gerakan.

Di era modern seperti sekarang ini, dengan bantuan komputer pembuatan film animasi menjadi lebih cepat dan mudah. Film animasi memiliki format penayangan yang unik dan menarik. Gambar yang dibuat adalah didasarkan pada imajinasi sang animator. Ide-ide kreatif tersebut yang menyebarkan film animasi banyak diminati mulai dari anak-anak hingga orang dewasa (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id>).

Animasi menghasilkan sesuatu yang terlihat hidup dan bergerak. Film animasi merupakan film-film hiburan untuk semua kalangan tetapi lebih banyak dari kalangan anak-anak. Definisi animasi dari kamus *Oxford*, berarti film yang seolah hidup, terbuat dari fotografi, gambaran, boneka, dan sebagainya dengan perbedaan tipis antarframes, untuk memberi kesan pergerakan saat diproyeksikan

(*The Little Oxford Dictionary 19*). Sedangkan *animate* yang merupakan kata kerja dari bahasa Inggris berarti memberi nyawa. Film pada awalnya berasal dari dunia fotografi, sedangkan animasi berasal dari dunia gambar, atau ilustrasi desain grafis.

2.2.1 Sejarah Animasi

Sebenarnya, sejak jaman dulu, manusia telah mencoba menganimasi gerak gambar binatang mereka, seperti yang ditemukan oleh para ahli purbakala di gua Lascaux Spanyol Utara yang sudah berumur dua ratus ribu tahun lebih. Mereka mencoba untuk menangkap gerak cepat lari binatang, seperti celeng, bison atau kuda, digambarkannya dengan delapan kaki dalam posisi yang berbeda dan bertumpuk (Hallas and Manvell 1973:23).

Hingga di tahun 1880-an, Jean Marey menggunakan alat potret beruntun merekam secara terus menerus gerak terbang burung, berbagai kegiatan manusia dan binatang lainnya. Sebuah alat yang menjadi cikal bakal kamera film hidup yang berkembang sampai saat ini. Dan di tahun 1892, Emile Reynaud mengembangkan mainan gambar animasi yang disebut Praxinoscope, berupa rangkaian ratusan gambar animasi yang diputar dan diproyeksikan pada sebuah cermin menjadi suatu gerak film, sebuah alat cikal bakal proyektor pada bioskop (Laybourne 1978:23).

Kedua pemula pembuat film bioskop, berasal dari Perancis ini, dianggap sebagai pembuka awal dari perkembangan teknik film animasi (Ensiklopedi AmericanavoLV1,1976:740). Sepuluh tahun kemudian setelah film hidup maju dengan pesat-nya di akhir abad ke 19. Di tahun 1908, Emile Cohl pemula dari Perancis membuat film animasi sederhana berupa figure batang korek api. Rangkaian gambar-gambar blabar hitam (*black-line*) dibuat di atas lembaran putih, dipotret dengan film negatif sehingga yang terlihat figur menjadi putih dan latar belakang menjadi hitam.

Sedangkan di Amerika Serikat Winsor McCay membuat film animasi "*Gertie the Dinosaur*" pada tahun 1909. Figur digambar hitam dengan latar belakang putih. Menyusul di tahun-tahun berikutnya para animator Amerika mulai mengembangkan teknik film animasi di sekitar tahun 1913 sampai pada awal

tahun 1920-an; Max Fleischer mengembangkan “*Ko Ko The Clown*” dan Pat Sullivan membuat “*Felix The Cat*”. Rangkaian gambar-gambar dibuat sesederhana mungkin, di mana figure digambar blabar hitam atau bayangan hitam bersatu dengan latar belakang blabar dasar hitam atau dibuat sebaliknya.

Perkembangan Teknik film animasi yang terpenting, yaitu di sekitar tahun 1930-an. Dimana muncul film animasi bersuara yang dirintis oleh *Walt Disney* dari Amerika Serikat, melalui film “*Mickey Mouse*”, “*Donald Duck*” dan “*Silly Symphony*” yang dibuat selama tahun 1928 sampai 1940. Pada tahun 1931 *Disney* membuat film animasi warna pertama dalam filmnya “*Flower and Trees*”. Dan film animasi kartun panjang pertama dibuat *Disney* pada tahun 1938, yaitu film “*Snow White and Seven Dwarfs*”. Demikian asal mula perkembangan teknik film animasi yang terus berkembang dengan gaya dan ciri khas masing-masing pembuat di berbagai negara di eropa, di Amerika dan merembet sampai negara negara di Asia. Terutama di Jepang, film kartun berkembang cukup pesat di sana, hingga pada dekade tahun ini menguasai pasaran film animasi kartun di sini dengan ciri dan gayanya yang khas (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id>).

2.2.2 Jenis-Jenis Animasi:

Animasi yang dulunya mempunyai prinsip yang sederhana, sekarang telah berkembang menjadi beberapa jenis, yaitu (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/04/jenis-jenis-animasi/>).

a. Animasi 2D

Animasi ini yang paling akrab dengan keseharian kita. Biasa juga disebut dengan film kartun. Kartun sendiri berasal dari kata *Cartoon*, yang artinya gambar yang lucu. Memang, film kartun itu kebanyakan film yang lucu. Contohnya banyak sekali, baik yang di TV maupun di Bioskop. Misalnya: *Looney Tunes*, *Pink Panther*, *Tom and Jerry*, *Scooby Doo*, *Doraemon*, *Mulan*, *Lion King*, *Brother Bear*, *Spirit*, dan banyak lagi. Meski yang populer kebanyakan film *Disney*, namun bukan *Walt Disney* sebagai bapak animasi kartun. Contoh lainnya adalah *Felix The Cat*, si kucing hitam. Umur si kucing itu sudah lumayan tua, dia diciptakan oleh Otto Messmer pada tahun 1919. Namun sayang, karena distribusi

yang kurang baik, jadi kita sukar untuk menemukan film-filmnya. Bandingkan dengan *Walt Disney* yang sampai sekarang masih ada misalnya *Snow White and The Seven Dwarfs* (1937) dan *Pinocchio* (1940).

b. Animasi 3D

Perkembangan teknologi dan komputer membuat teknik pembuatan animasi 3D semakin berkembang dan maju pesat. Animasi 3D adalah pengembangan dari animasi 2D. Dengan animasi 3D, karakter yang diperlihatkan semakin hidup dan nyata, mendekati wujud manusia aslinya. Semenjak *Toy Story* buatan *Disney (Pixar Studio)*, maka berlombalombalah studio film dunia memproduksi film sejenis. Bermunculanlah *Bugs Life*, *AntZ*, *Dinosaurs*, *Final Fantasy*, *Toy Story 2*, *Monster Inc.*, hingga *Finding Nemo*, *The Incredible*, *Shark Tale*, *Cars*, *Valian*. Kesemuanya itu biasa juga disebut dengan animasi 3D atau CGI (*Computer Generated Imagery*).

c. Animasi tanah Liat (*Clay Animation*)

Jenis ini yang paling jarang kita dengar dan temukan diantara jenis lainnya. Padahal teknik animasi ini bukan termasuk teknik baru seperti pada saat *Toy Story* membuka era baru animasi 3D. Bahkan, boleh dibilang nenek moyangnya animasi. Karena animasi pertama dalam bentuk *clay animation*. Meski namanya *clay* (tanah liat), yang dipakai bukanlah tanah liat biasa. Animasi ini memakai *plasticin*, bahan lentur seperti permen karet yang ditemukan pada tahun 1897. Tokoh-tokoh dalam animasi *Clay* dibuat dengan memakai rangka khusus untuk kerangka tubuhnya, lalu kerangka tersebut ditutup dengan *plasticine* sesuai bentuk tokoh yang ingin dibuat. Bagian-bagian tubuh kerangka ini, seperti kepala, tangan, kaki, bisa dilepas dan dipasang lagi. Setelah tokoh-tokohnya siap, lalu difoto gerakan per gerakan. Foto-foto tersebut lalu digabung menjadi gambar yang bisa bergerak seperti yang kita tonton di film. Animasi *Clay* termasuk salah satu jenis dari *Stop-motion picture*. Film Animasi *Clay* Pertama dirilis bulan Februari 1908 berjudul, *A Sculptors Welsh Rarebit Nightmare*. Untuk beberapa waktu yang lalu juga, beredar film *clay* yang berjudul *Chicken Run*.

d. Animasi Jepang (Anime).

Film-film yang dibahas diatas adalah kebanyakan buatan Amerika dan Eropa. Namun, Jepang pun tak kalah soal animasi. Jepang sudah banyak memproduksi

anime (sebutan untuk animasi Jepang). Berbeda dengan animasi Amerika, anime Jepang tidak semua diperuntukkan untuk anak-anak, bahkan ada yang khusus dewasa.

Film animasi biasanya hanya menyampaikan pesan-pesan moral dan sosial. Seperti kekeluargaan, persahabatan, dll (Kusnadi, 1985). Animasi merupakan sebuah gambar yang bersifat representasi atau simbolik. Sebuah animasi bisa dijabarkan sebagai sebuah cerita yang panjang. Animasi memiliki potensi setara dengan sejuta kata-kata. Sebuah animasi lahir dari beribu pikiran yang terpendam. Animasi tersebut diharapkan bisa membentuk suatu suasana penuh emosi, dan mengendalikan gagasan seakan-akan nyata. Menurut John Fiske, animasi merupakan contoh pesan yang berupaya menyampaikan begitu banyak informasi secara sederhana dan langsung (Fiske, 1990). Animasi juga sebagai visualisasi pesan yang tidak terbaca, namun bisa mengurai cerita, berupa gambar, dan tulisan, yaitu bentuk grafis dimana terkandung informasi dengan cara yang memikat. Pada perkembangannya, animasi tidak sekedar gambar yang jenaka, tetapi sudah memiliki arti yang lebih luas yaitu suatu karya seni yang proses kreatifnya direncanakan untuk bertindak lucu dan menyampaikan pesan atau menciptakan dialog dengan bahasa gambar dihadapan masyarakat sebanyak mungkin secara akrab dan komunikatif serta bisa dinikmati tanpa harus berpikir secara mendalam (Yustiniadi, 1996).

Film animasi pada dasarnya didasarkan pada cerita-cerita berbau fantasi. Oleh karena itu, anak-anak sangat menyukai film animasi yakni film kartun sebab mereka menggunakannya sebagai wadah untuk berfantasi dengan gambarnya yang unik dan lucu. Fantasi bahkan menjadi unsur yang mendukung meningkatnya kreatifitas anak.

Film animasi khususnya film kartun juga digunakan sebagai tempat terjadinya proses pembentukan identitas diri anak maksudnya adalah bila seorang anak menggemari film berbau peperangan maka dalam kesehariannyapun anak-anak dimungkinkan akan meniru prilaku seperti tokoh kartun tersebut. Salah satu tokoh kartun yang dikagumi anak-anak adalah *Superhero* (<http://publikasi.umy.ac.id>).

Superhero yang muncul di film pun beragam, mulai dari *Superman*, *Spiderman*, dll. Berjalannya waktu karakter *Superhero* tidak saja ditampilkan

dalam bentuk *action* saja, tetapi dalam bentuk animasi atau kartun. Animasi bukan teknologi yang baru lagi dan telah digunakan dalam berbagai film-film menarik.

2.2.3 Prinsip Animasi

Modal utama seorang animator adalah kemampuan meng*capture* momentum ke dalam runtutan gambar sehingga seolah-olah menjadi bergerak atau hidup. Sedikit berbeda dengan komikus, ilustrator, atau karikaturis yang menangkap suatu momentum ke dalam sebuah gambar diam (*still*). Animator harus lebih memiliki 'kepekaan gerak' daripada 'hanya' sekedar kemampuan menggambar. Gambar yang bagus akan percuma tanpa didukung kemampuan meng-'hidup'-kan. Sebagaimana definisi dasar animasi yang berarti: membuat seolah-olah menjadi hidup.

Ada berbagai macam teori dan pendapat tentang bagaimana seharusnya animasi itu dibuat. Tetapi setidaknya ada 12 prinsip yang harus dipenuhi untuk membuat sebuah animasi yang 'hidup'. Berikut ke-12 prinsip yang dipaparkan Ardiansyah (<http://dkv.binus.ac.id>).

1. *Solid Drawing*

Menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang signifikan dalam menentukan baik proses maupun hasil sebuah animasi, terutama animasi klasik. Seorang animator harus memiliki kepekaan terhadap anatomi, komposisi, berat, keseimbangan, pencahayaan, dan sebagainya yang dapat dilatih melalui serangkaian observasi dan pengamatan, dimana dalam observasi itu salah satu yang harus dilakukan adalah: menggambar.

Meskipun kini peran gambar yang dihasilkan sketsa manual sudah bisa digantikan oleh komputer, tetapi dengan pemahaman dasar dari prinsip 'menggambar' akan menghasilkan animasi yang lebih 'peka'.

2. *Timing & Spacing*

Grim Natwick seorang animator *Disney* pernah berkata, "Animasi adalah tentang *timing* dan *spacing*". *Timing* adalah tentang menentukan waktu kapan sebuah gerakan harus dilakukan, sementara *spacing* adalah tentang menentukan percepatan dan perlambatan dari bermacam-macam jenis gerak.

Contoh *Timing*: Menentukan pada detik seberapa sebuah bola yang meluncur kemudian menghantam kaca jendela. Contoh *Spacing*: Menentukan kepadatan gambar (yang pada animasi akan berpengaruh pada kecepatan gerak) ketika bola itu sebelum menghantam kaca, tepat menghantam kaca, sesudahnya, atau misalnya ketika bola itu mulai jatuh ke lantai. *Spacing* (pengaturan kepadatan gambar) akan mempengaruhi kecepatan gerak bola, percepatan dan perlambatannya, sehingga membuat sebuah gerakan lebih realistis.

3. *Squash & Stretch*

Squash and stretch adalah upaya penambahan efek lentur (plastis) pada objek atau figur sehingga -seolah-olah ‘memuai’ atau ‘menyusut’ sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup. Penerapan *squash and stretch* pada figur atau benda hidup (misal: manusia, binatang, creatures) akan memberikan ‘*enhancement*’ sekaligus efek dinamis terhadap gerakan/ action tertentu, sementara pada benda mati (misal: gelas, meja, botol) penerapan *squash and stretch* akan membuat mereka (benda-benda mati tersebut) tampak atau berlaku seperti benda hidup.

Contoh pada benda mati: Ketika sebuah bola dilemparkan. Pada saat bola menyentuh tanah maka dibuat seolah-olah bola yang semula bentuknya bulat sempurna menjadi sedikit lonjong horizontal, meskipun nyatanya keadaan bola tidak selalu demikian. Hal ini memberikan efek pergerakan yang lebih dinamis dan ‘hidup’. Contoh pada benda hidup: Sinergi bicep dan trisep pada manusia. Pada saat lengan ditarik (seperti gerakan mengangkat barbel) maka akan terjadi kontraksi pada otot bicep sehingga nampak ‘memuai’, hal inilah yang disebut *squash* pada animasi. Sedangkan *stretch* nampak ketika dilakukan gerakan sebaliknya (seperti gerakan menurunkan lengan), bicep akan nampak ‘menyusut’.

4. *Anticipation*

Anticipation boleh juga dianggap sebagai persiapan/ awalan gerak atau ancang-ancang. Seseorang yang bangkit dari duduk harus membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri. Pada gerakan memukul, sebelum tangan ‘maju’ harus ada gerakan ‘mundur’ dulu. Dan sejenisnya.

5. *Slow In and Slow Out*

Sama seperti *spacing* yang berbicara tentang akselerasi dan deselerasi. *Slow In* dan *Slow Out* menegaskan kembali bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. *Slow in* terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. *Slow out* terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat.

Contohnya dalam gerakan misalnya mengambil gelas. Tangan akan memiliki kecepatan yang berbeda ketika sedang akan menjamah gelas, dengan ketika sudah menyentuhnya. Ketika tangan masih jauh dari gelas, tangan akan bergerak relatif cepat. Sedangkan ketika tangan sudah mendekati gelas, maka secara refleks tangan akan menurunkan kecepatannya (terjadi perlambatan) atau dalam konteks ini kita menyebutnya *slow out*.

6. *Arcs*

Dalam animasi, sistem pergerakan tubuh pada manusia, binatang, atau makhluk hidup lainnya bergerak mengikuti pola/jalur (maya) yang disebut *Arcs*. Hal ini memungkinkan mereka bergerak secara '*smooth*' dan lebih realistis, karena pergerakan mereka mengikuti suatu pola yang berbentuk lengkung (termasuk lingkaran, elips, atau parabola). Pola gerak semacam inilah yang tidak dimiliki oleh sistem pergerakan mekanik/robotik yang cenderung patah-patah.

7. *Secondary Action*

Secondary action adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk memperkuat gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistis. *Secondary action* tidak dimaksudkan untuk menjadi 'pusat perhatian' sehingga mengaburkan atau mengalihkan perhatian dari gerakan utama. Kemunculannya lebih berfungsi memberikan *emphasize* untuk memperkuat gerakan utama.

Contoh: Ketika seseorang sedang berjalan, gerakan utamanya tentu adalah melangkahkan kaki sebagaimana berjalan seharusnya. Tetapi seorang animator bisa menambahkan *secondary action* untuk memperkuat kesan hidup pada animasinya. Misalnya, sambil berjalan 'seorang' figur atau karakter animasi

mengayun-ayunkan tangannya atau bersiul-siul. Gerakan mengayun-ayunkan tangan dan bersiul-siul inilah secondary action untuk gerakan berjalan.

8. *Follow Through and Overlapping Action*

Follow through adalah tentang bagian tubuh tertentu yang tetap bergerak meskipun seseorang telah berhenti bergerak. Misalnya, rambut yang tetap bergerak sesaat setelah berhenti berlari. *Overlapping action* secara mudah bisa dianggap sebagai gerakan saling-silang. Maksudnya, adalah serangkaian gerakan yang saling mendahului (*overlapping*). Pergerakan tangan dan kaki ketika berjalan bisa termasuk didalamnya.

9. *Straight Ahead Action and Pose to Pose*

Dari sisi *resource* dan pengerjaan, ada dua cara yang bisa dilakukan untuk membuat animasi. Yang pertama adalah *Straight Ahead Action*, yaitu membuat animasi dengan cara seorang animator menggambar satu per satu, *frame by frame*, dari awal sampai selesai seorang diri. Teknik ini memiliki kelebihan: kualitas gambar yang konsisten karena dikerjakan oleh satu orang saja. Tetapi memiliki kekurangan: waktu pengerjaan yang lama. Yang kedua adalah *Pose to Pose*, yaitu pembuatan animasi oleh seorang animator dengan cara menggambar hanya pada *keyframe-keyframe* tertentu saja, selanjutnya *in-between* atau interval antar *keyframe* digambar/ dilanjutkan oleh asisten/ animator lain. Cara yang kedua ini lebih cocok diterapkan dalam industri karena memiliki kelebihan: waktu pengerjaan yang relatif lebih cepat karena melibatkan lebih banyak sumber daya.

10. *Staging*

Seperti halnya yang dikenal dalam film atau teater, *staging* dalam animasi juga meliputi bagaimana ‘lingkungan’ dibuat untuk mendukung suasana atau ‘*mood*’ yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan *scene*.

11. *Appeal*

Appeal berkaitan dengan keseluruhan *look* atau gaya visual dalam animasi. Sebagaimana gambar yang telah menelurkan banyak gaya, animasi (dan ber-

animasi) juga memiliki gaya yang sangat beragam. Sebagai contoh, anda tentu bisa mengidentifikasi gaya animasi buatan Jepang dengan hanya melihatnya sekilas. Anda juga bisa melihat kekhasan animasi buatan *Disney* atau *Dreamworks*. Hal ini karena mereka memiliki *appeal* atau gaya tertentu.

Ada juga yang berpendapat bahwa *appeal* adalah tentang penokohan, berkorelasi dengan ‘kharisma’ seorang tokoh atau karakter dalam animasi. Jadi, meskipun tokoh utama dari sebuah animasi adalah monster, demit, siluman atau karakter ‘jelek’ lainnya tetapi tetap bisa *appealing*.

12. *Exaggeration*

Exaggeration adalah upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis. Dibuat untuk menampilkan ekstrimitas ekspresi tertentu, dan lazimnya dibuat secara komedik. Banyak dijumpai di film-film animasi sejenis *Tom & Jerry*, *Donald Duck*, *Doraemon* dan sebagainya. Contoh: 1) Bola mata *Tom* yang ‘melompat’ keluar karena kaget, 2) Muka *Donald* yang membara ketika marah, 3) Air mata *Nobita* yang mengalir seperti air terjun ketika menangis.

2.3. Superhero dalam Konteks Sosialnya

Seiring dengan kondisi perang dunia kedua yang merupakan era depresi di Amerika, komik *Superhero* seakan menjadi sebuah sukses besar, sehingga semakin banyak tokoh-tokoh *Superhero* yang diciptakan dengan berbagai macam kekuatan dan kemampuan tertentu. *Superhero-Superhero* yang muncul pada era depresi perang dunia kedua merupakan produk pada waktu tersebut dan merefleksikan kehidupan selama perang dunia kedua (Kakalios, 2005).

Berjalannya waktu cerita *Superhero* tidak hanya mewarnai komik, tetapi juga diadaptasi ke film. *Superhero* hadir di media dengan bermacam bentuk, model dengan kekuatan dan keunikan masing-masing. Setiap *Superhero* yang diciptakan pun memiliki latar belakang yang mempengaruhinya, berikut ulasannya.

Tokoh *Superman* muncul pada saat masyarakat Amerika sedang berada ditengah-tengah depresi yang hebat dan lahirnya *Superhero* itu sendiri adalah

jawaban dari kebutuhan masyarakat Amerika dimasa itu. Dimana pahlawan-pahlawan di kehidupan nyata sudah terbukti terlalu rapuh untuk menemui tanggung jawab (Lang, 1988). *Superman* secara luas telah dianggap sebagai ikon budaya yang melambangkan kekuatan budaya Amerika Serikat.

Tahun 1960 an, tokoh *Spiderman* muncul sesuai dengan keadaan masyarakat pada tahun itu. Tokoh *Spiderman* memiliki kepribadian lebih manusiawi dibandingkan film *Superhero* umumnya yang tanpa cela. *Spiderman* digambarkan sebagai *Superhero* yang memiliki kebutuhan dan kelemahan layaknya manusia. Pada tahun 1960 an , negara Amerika saat itu memiliki angka kriminalitas yang tinggi dan keberadaan aparat keamanan tidak dapat diandalkan lagi, sehingga memicu munculnya tokoh *Superhero Spiderman*. Begitu juga dengan *Captain America*, tentara hasil percobaan pemerintah yang dilatar belakangi oleh kondisi perang dunia ke II.

2.4. Popculture dalam Film Sebagai Media

Sebelum masuk ke pemahaman mengenai budaya populer, kita pahami dulu apa arti dari kata budaya dan populer. Budaya adalah keberbedaan kelompok-kelompok sosial yang memberikan mereka identitas. Media signifikan dalam merepresentasikan identitas. Dengan memproduksi secara massa, telah menghasilkan budaya massa yang telah menjadi budaya populer. Budaya massa telah menggantikan budaya rakyat (*folk culture*) yang merupakan budaya masyarakat yang sebenarnya. Budaya massa didominasi oleh produk dan konsumsi barang-barang material bukan oleh seni-seni sejati (*true arts*) dan hiburan masyarakat dan penciptaan budaya massa didorong oleh motif laba.

Pertama, budaya dapat digunakan untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis (Williams, 1983: 90). Rumusan ini merupakan rumusan budaya yang paling mudah dipahami, misalnya, bilamana kita bisa berbicara tentang perkembangan budaya Eropa Barat dengan merujuk pada faktor-faktor intelektual, spiritual, estetis para filsuf besar, seniman, dan penyair-penyair besar.

Kedua, budaya berarti pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu (Williams, 1983: 90). Jika kita membahas perkembangan

budaya Eropa Barat dengan menggunakan definisi ini, berarti kita tidak melulu memikirkan faktor intelektual dan estetisnya saja, tetapi juga perkembangan sastra, hiburan, olah raga, dan ritus religiusnya.

Ketiga, selain itu Williams juga mengatakan bahwa budaya-pun bisa merujuk pada karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik (Williams, 1983: 90). Dengan kata lain, teks-teks dan praktik-praktik itu diandaikan memiliki fungsi utama untuk menunjukkan, menandakan (*to signify*), memproduksi, atau kadang menjadi peristiwa yang menciptakan makna tentu. Budaya dalam definisi ketiga ini sinonim dengan apa yang disebut kaum strukturalis dan poststrukturalis sebagai "praktik-praktik penandaan" (*signifying practices*). Dengan menggunakan definisi ini kita bisa memikirkan beberapa contoh budaya pop. Sebut saja misalnya; puisi, novel, balet, opera, dan lukisan.

Sedangkan kata "pop" diambil dari kata "populer". Terhadap istilah ini Williams memberikan empat makna yakni: (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Williams, 1983: 237).

Budaya pop adalah budaya yang menyenangkan dan disukai banyak orang. Raymond Williams (1974) mengamati cara dimana televisi dan teknologinya telah menjadi medium dominan dari budaya populer. Ia menghubungkan medium tersebut dengan konsep-konsep budaya tinggi dan budaya 'rendah'. Pandangan-pandangannya didorong oleh gagasan tentang pelbagai determinan ekonomi yang membentuk cara institusi-institusi memproduksi budaya populer televisi, yang menjadi institusi sosial itu sendiri. (Burton, 2008)

Budaya pop adalah "budaya massa" dengan tujuan menegaskan bahwa budaya massa secara komersial tidak bisa diharapkan. Ia diproduksi massa untuk konsumsi massa. Audiensnya adalah sosok-sosok konsumen yang tidak memilih. Budaya itu sendiri dianggap hanya sekedar rumusan, manipulatif (misalnya, politik kanan/kiri yang tergantung pada siapa yang menganalisisnya). Budaya ini dikonsumsi oleh tanpa dipikirkan panjang. John Fiske mengungkapkan "antara 80-90% produk baru gagal walaupun diiklankan dengan kuat....beberapa film gagal kembali modal meskipun hanya biaya promosinya sangat besar (Fiske, 1989;

31). Simon Firth mengemukakan bahwa 80% album *single* mengalami kerugian. Statistik seperti ini seharusnya mengundang pertanyaan tentang gagasan "konsumsi budaya" sebagai aktivitas yang pasif dan otomatis. Teks dan praktik budaya populer dilihat sebagai fantasi publik, dan sebagai dunia impian kolektif. Seperti diungkapkan oleh Richard Maltby, budaya pop memberi ruang bagi eskapisme yang bukan hanya lari dari, atau ke tempat tertentu, tetapi suatu pelarian dari utopia kita sendiri" (Maltby, 1989; 14). Maltby mengungkapkan, kalau hal ini disebut kejahatan budaya pop karena merampas angan-angan kita kemudian mengemas dan menjualnya kembali kepada kita, maka ia juga adalah prestasi, budaya pop yang telah membawa kita pada berbagai angan-angan selain pada angan-angan yang sudah kita kenal (Maltby, 1989: 14).

Popular Culture atau sering disebut budaya pop mulai mendapat tempat dalam kehidupan manusia Indonesia. Dominic Strinati mendefinisikan budaya pop sebagai "lokasi pertarungan, di mana banyak dari makna ini (pertarungan kekuasaan atas makna yang terbentuk dan beredar di masyarakat) ditentukan dan diperdebatkan (Tanudjaja, 2007)

Budaya pop adalah budaya pertarungan makna dimana segala macam makna bertarung memperebutkan hati masyarakat. Sekarang ini, model praktis dan pemikiran pragmatis mulai berkembang dalam pertempuran makna itu. Budaya pop sering diistilahkan dengan budaya McDonald atau budaya MTV. Kepraktisan, pragmatisme, dan keinstanan dalam pola kehidupan menjadi salah satu ciri khasnya. Disini, media, baik cetak atau elektronik, menjadi salah satu ujung tombak *public relation* untuk menerjemahkan budaya pop ala MTV langsung ke jantung peradaban masyarakat itu. Televisi, misalnya, adalah media yang efisien dalam mengkomoditaskan segala sesuatu dan menjualnya dalam bentuk praktis agar dapat dengan mudah dicerna dan ditelan oleh masyarakat (Fertobhades, 2006).

Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa. Budaya massa adalah budaya populer yang diproduksi untuk pasar massal. Budaya massa memandang konsumen sebagai

orang yang pasif, manipulatif dan bisa di eksploitasi, dan sentimental (Strinati, 2003).

2.5. Ideologi dalam Media Massa

Ideologi adalah ide-ide tentang hakikat dan operasi hubungan kekuasaan dalam budaya dan masyarakat. Hal ini juga merujuk pada pelbagai kepercayaan dan nilai dominan yang diterima begitu saja (*taken for granted*). Kuncinya adalah tentang berbagai aspek media berkontribusi terhadap kelangsungan pelbagai kepercayaan dan nilai tersebut tanpa dipertanyakan (Burton, 2008). Sebuah ideologi adalah kumpulan kepercayaan dan ketidakpercayaan (penolakan) yang diekspresikan dalam kalimat-kalimat yang bernilai, kalimat-kalimat permohonan dan pernyataan eksplanatoris. Audiens massa dalam budaya populer sebagai korban pasif. Individu dan audiens mencapai kesenangan atau kenikmatan dalam mengkonsumsi media massa. Ideologi adalah penipuan dalam dunia sosial dan sifatnya tersembunyi, implisit dan tidak tampak. Ia memberi jaminan secara konstan akan ikatan sosial, membuktikan kehadiran yang permanen tentang “diantara kita” dan menutup fakta intoleransi sosial.

2.6. Television Codes

Television codes adalah teori yang dikemukakan oleh John Fiske (1987), atau biasa disebut dengan kode-kode yang digunakan di dunia pertelevisian. Menurut Fiske, kode-kode yang muncul atau digunakan dalam acara televisi tersebut saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan serta referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda juga. Dalam kode televisi, peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah di encode oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam 3 level sebagai berikut:

1. Level Realitas (*reality*)

Yang termasuk kode realitas adalah *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (perilaku, kelakuan), *speech* (cara berbicara), *gesture* (sikap tubuh), *expression* (ekspresi)

2. Level Representasi (*representation*)

Camera (kamera), *lighting* (pencahayaan), *music* (musik), dan *sound* (suara), *narrative* (narasi), *conflict* (konflik), *character* (karakter), *action* (aksi), *dialogue* (dialog), *setting* (latar), dan casting (pemeran)

3. Level Ideologi (*ideology*)

Individualism, patriarchy, race, class, materialism, capitalism

Karena film *Megamind* adalah film animasi 3D, maka dalam menganalisis peneliti akan menganalisis film ini berdasarkan kode televisi John Fiske dan prinsip animasi seperti yang dipaparkan sebelumnya.

2.7. Representasi

Representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya (Fiske, 2004).

Menurut Stuart Hall, representasi adalah proses sosial dari “*representing*”. Ia juga produk dari proses sosial “*representing*”. Representasi menunjuk baik pada proses maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi juga bisa merupakan proses perubahan konsep ideologi yang abstrak dalam bentuk yang konkret. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia: dialog, tulisan, video, film, fotografi dan sebagainya. Representasi adalah produksi makna melalui bahasa (Hall, 1997).

Ada 2 proses representasi. Representasi mental. Yaitu konsep tentang “Sesuatu ” yang ada dikepala kita masing-masing (peta konseptual). Representasi mental ini masih berbentuk sesuatu yang abstrak. Kedua, bahasa yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam “bahasa” yang lazim, supaya kita dapat

menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dan simbol-simbol tertentu.

Proses pertama memungkinkan kita untuk memaknai dunia dengan mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara sesuatu dengan sistem “peta konseptual” kita. Dalam proses ke dua, kita mengkonstruksi seperangkat rantai korespondensi antara “peta konseptual” dengan bahasa atau simbol yang berfungsi merepresentasikan konsep-konsep kita tentang sesuatu. Relasi antara peta konseptual dan sesuatu, dan bahasa atau simbol adalah jantung dari produksi makna lewat bahasa. Proses yang menghubungkan ketiga elemen ini secara bersama-sama itulah disebut representasi (Hall, 1997) jadi kesimpulan dari representasi adalah penggambaran terhadap suatu realitas yang kemudian dikomunikasikan atau diwakilkan dalam berbagai macam tanda baik dalam bentuk suara maupun gambar.

2.8. Semiotika

Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam “teks” media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna (Fiske, 2004, p282).

Dalam teori semiotika, pokok studinya adalah tanda, atau studi ini atau bagaimana cara tanda-tanda itu bekerja juga dapat disebut semiologi. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti pada dirinya sendiri, dengan kata lain jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata dan kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitan dengan pembacanya, pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sebagai konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Segala sesuatu yang memiliki sistem tanda, dapat dianggap teks, contohnya didalam film, televisi, iklan, majalah, koran, brosur, novel, bahkan didalam surat cinta sekalipun (Fiske, 2004).

Tiga bidang studi utama dalam semiotika adalah (Fiske, 2004, p60)

1. Tanda itu sendiri, hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara-cara tanda, yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara-cara tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya. Barthesian memaknai tanda dengan kalimatnya “*the dead of the author*” atau matinya pengarang. Mengenai hal ini Gayatri Chakravorty Spivak (Spivak, 2002) menjelaskan “*Barthes is writing here not of the death of writer or of the subject, or yet of the agent, but of the author*. Jadi kematian author seperti kata Barthes, dan kelahiran teks adalah dua sisi koin yang menjadi satu, dua kutub peristiwa tekstual yang tidak terpisahkan. Gayatri menjelaskan bahwa tatkala barthes mengatakan *the author is dead*, tidak sedang berbicara tentang kematian pengarang (*writer, composer, orator*) sebagai penyaji teks, melainkan tentang kematian pemegang *authority* makna teks, atau seorang author sebagai lembaga pengarang, telah mati (*as the institution is dead*).

2. Sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode yang dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.

3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri (Fiske, 2004, p60).

2.9. Nisbah Antar Konsep

Genre *Superhero* pertama kali diperkenalkan di media lewat karakter *Superman* pada tahun 1938 yang muncul melalui buku komik *Superhero*, dan diterbitkan oleh DC Comics. Tokoh *Superman* menjadi awal kesuksesan karakter *Superhero* dalam membentuk pahlawan Amerika dan melahirkan budaya pop karakter *Superhero*. Sejak saat itu karakter-karakter bertema sama terus bermunculan, tidak hanya di Amerika sendiri tetapi juga negara-negara lain yang terpengaruh dengan gaya kepahlawanannya.

Superhero merupakan bentuk *Pop Culture* dari *Hero*. *Superhero* adalah tipe karakter yang didedikasikan untuk melindungi publik. *Superhero* memanfaatkan kemampuannya untuk memerangi tindakan kriminal. *Superhero* memiliki kemampuan atau kesaktian di atas rata-rata manusia, memakai pakaian yang khas dan menyolok serta nama yang khas, dan digambarkan sebagai penolong dan pembasmi kejahatan. Film *Superhero* adalah kisah klasik perseteruan antara sisi baik dan sisi jahat, yakni kisah kepahlawanan sang tokoh super dalam membasmi kekuatan jahat.

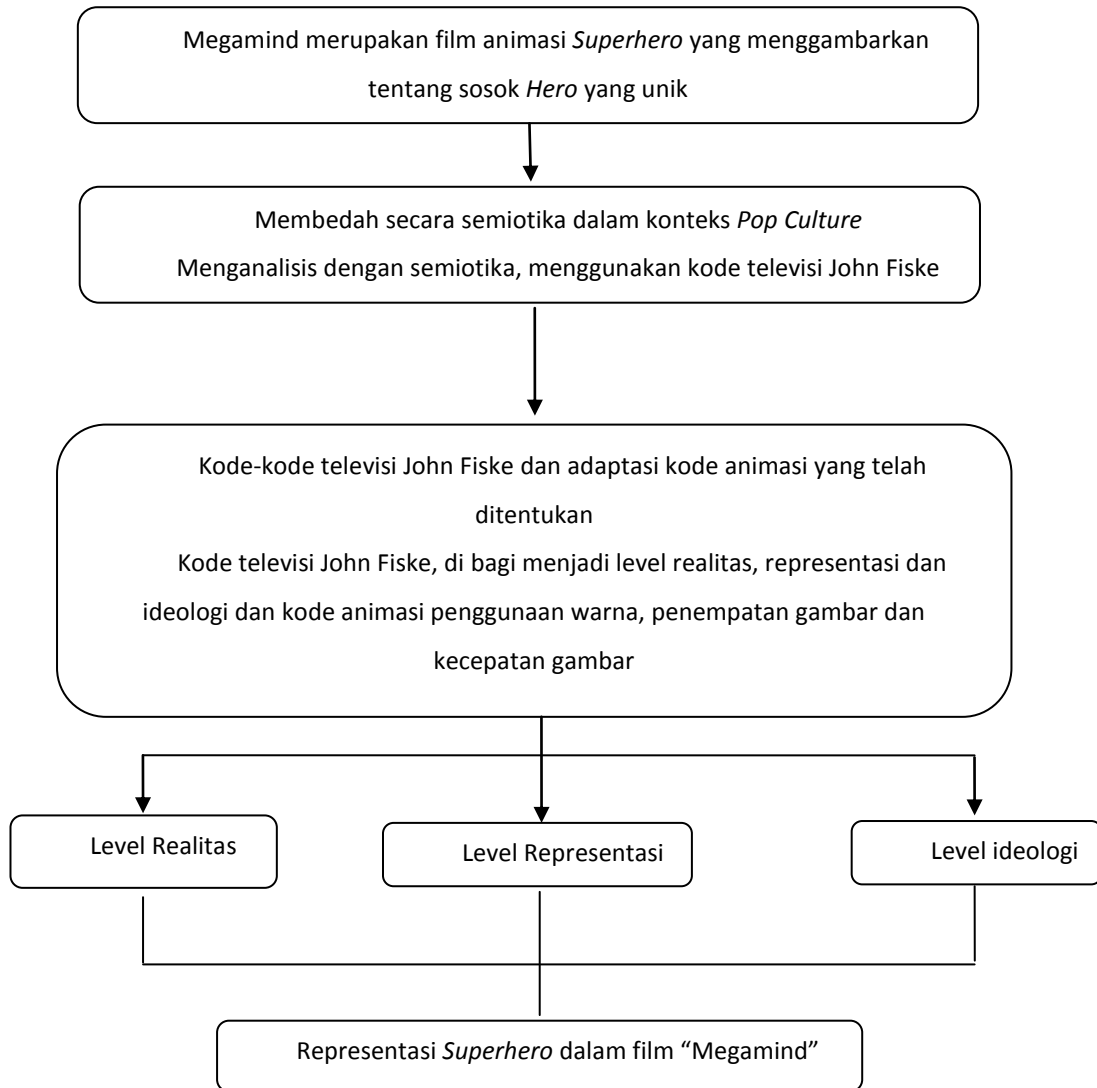
Animasi adalah sesuatu rangkaian gambar dengan memanfaatkan teknik animasi sehingga menghasilkan sesuatu yang terlihat hidup dan bergerak. Film animasi merupakan film-film hiburan untuk semua kalangan tetapi lebih banyak dari kalangan anak-anak. Film animasi biasanya hanya menyampaikan pesan-pesan moral dan sosial. Seperti kekeluargaan, persahabatan, dll.

Budaya pop adalah budaya pertarungan makna dimana segala macam makna bertarung memperebutkan hati masyarakat. Budaya pop sering diistilahkan dengan budaya McDonald atau budaya MTV. Kepraktisan, pragmatisme, dan keinstanan dalam pola kehidupan menjadi salah satu ciri khasnya. Disini, media, baik cetak atau elektronik, menjadi salah satu ujung tombak *public relation* untuk menerjemahkan budaya pop ala MTV langsung ke jantung peradaban masyarakat itu.

Semiotika adalah studi mengenai pertandaan dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda, bagaimana makna dibangun dalam “teks” media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkonsumsi makna. Tiga bidang studi utama dalam semiotika adalah tanda itu sendiri, sistem atau kode yang mengorganisasikan tanda, dan kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja.

Representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya. Fiske berpendapat bahwa realitas merupakan produk yang dibuat oleh manusia. Fiske kemudian memilahnya ke dalam tiga level pengkodean tayangan di televisi, yang dalam kasus penelitian ini juga diberlakukan pada film, antara lain: level realitas, level representasi, dan level ideologi.

2.10. Kerangka Pemikiran



Bagan 2.2. Kerangka Pemikiran Peneliti