

2. KAJIAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Visual Storytelling*

Storytelling adalah proses penyampaian pesan atau cerita secara naratif, berdasarkan urutan-urutan kejadian tertentu (Crawford, 2005). Cerita adalah alat yang kuat dan efektif dalam menyampaikan pesan karena sifat alamiah dari cerita yang mampu menarik perhatian, mudah diingat, serta merangsang emosi dan imajinasi pendengar atau pembaca. Visual berasal dari kata “*videre*” dalam bahasa latin yang bermakna segala sesuatu yang berkaitan dengan penglihatan.

Menurut Cahyadi (2023) *visual storytelling* adalah konsep dalam menceritakan cerita maupun menyampaikan pesan melalui elemen visual seperti gambar, klip video, animasi, dan komposisi visual. *Visual storytelling* adalah metode kuat untuk berkomunikasi dengan audiens tanpa menggunakan kata-kata maupun narasi verbal yang panjang. Informasi yang bisa dijabarkan secara verbal, dirangkum dan diimplementasikan dalam sebuah visual yang mampu bercerita dan menyampaikan pesan.

Peran konsep *visual storytelling*:

1. *Show, Don't Tell*

Visual storytelling yang baik mampu menggugah emosi dan keterlibatan audiens secara lebih kuat dibandingkan dengan penyampaian informasi menggunakan kata-kata. *Show, Don't Tell* adalah salah satu teknik penulisan sebuah cerita yang mengimplikasikan bahwa menunjukkan atau memperlihatkan sesuatu kepada audiens adalah cara penyampaian pesan yang lebih baik dibandingkan penyampaian pesan verbal secara gamblang. Dengan memperlihatkan, tidak hanya “informasi” yang didapat oleh audiens, melainkan juga “pengalaman” (Writers.com, 2022).

2. Mengkomunikasikan Pesan dengan Lebih Efektif

Informasi verbal seperti deskripsi situasi dan penyampaian cerita, bisa disampaikan tanpa harus menjelaskannya dengan kalimat verbal secara gamblang, melainkan dengan merangkumnya menjadi sebuah tampilan visual yang mampu menceritakan apa yang ingin diceritakan. *Visual storytelling* menjadi metode penyampaian pesan

yang efektif dikarenakan mampu memberikan lebih banyak informasi dalam waktu yang lebih singkat.

3. Mengarahkan Perhatian dan Fokus

Visual Storytelling mampu mengarahkan perhatian audiens ke elemen-elemen penting di dalam penyampaian sebuah cerita.

4. Menciptakan Identitas dan Meningkatkan Daya Tarik Visual

Visual storytelling mampu berperan sebagai identitas visual (*artstyle*) yang unik bagi suatu proyek. Gaya visual, palet warna, dan elemen desain khusus untuk membuat proyek lebih mengesankan dan mudah diidentifikasi. Selain itu, dalam dunia media yang penuh dengan informasi dan konten visual, *visual storytelling* membantu suatu proyek untuk lebih menonjol, menarik, dan berkesan

5. Menciptakan Pengalaman lebih Mendalam

Visual storytelling tidak hanya menyampaikan informasi kepada audiens, tetapi juga memberikan pengalaman serta emosi dan mood yang lebih kuat.

2.1.2. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata "*ilustratie*" dalam bahasa Belanda yang merujuk pada karya seni rupa berbentuk gambar ataupun lukisan dua dimensi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari pencipta ilustrasi pada penikmat karya ilustrasi (Ma Chung, 2022). Dalam konteks modern, ilustrasi adalah gambar yang digunakan sebagai alat untuk menjelaskan suatu konsep ataupun cerita. Ilustrasi adalah salah satu bentuk seni yang juga memegang peranan penting dalam dunia komunikasi visual (Wang, 2022). Ilustrasi memiliki posisi dalam dunia desain modern, yang meliputi gambar yang bercerita, sentuhan kehidupan, dan rasa estetis yang ada dalam aspek kehidupan manusia.

Menurut Gramedia (2021), ilustrasi memiliki berbagai peranan dalam aspek-aspek hidup manusia. Berikut beberapa peranan ilustrasi :

- a. Sebagai aspek estetis (mempercantik tampilan)
- b. Meningkatkan efektivitas komunikasi pesan
- c. Menjadi sarana penyaluran emosi dan ekspresi
- d. Menjadi daya tarik

a. **Visual Storytelling** melalui Ilustrasi

Ilustrasi lekat dengan komunikasi visual. Ilustrasi adalah aspek vital dalam komunikasi visual, sebagai media penyampaian informasi serta penyampaian ekspresi, rasa, dan emosi. Ilustrasi adalah perpaduan antara desain grafis dan seni, dimana ilustrasi berfungsi sebagai desain yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan dan menyelesaikan masalah, serta ilustrasi sebagai seni yang memiliki rasa dan emosi. Ilustrasi adalah amplifikasi artistik dari informasi berupa teks, yang memiliki fungsi yang tidak bisa dilakukan oleh informasi berupa teks maupun verbal. Karena berupa gambar visual, ilustrasi tidak hanya menyampaikan informasi dan pesan, tapi juga mengekspresikan orientasi estetik dari pembuatnya, serta menyampaikannya dalam tampilan visual yang memukau mata dan merangsang imajinasi serta emosi (Wang, 2022).

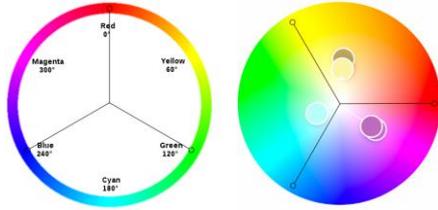
Visual Storytelling sendiri adalah bagian dari komunikasi pesan, yaitu cara menyampaikan cerita melalui visual. Ilustrasi adalah salah satu media *visual storytelling*, karena definisi ilustrasi dan *visual storytelling* yang berkorelasi satu sama lain, dan keberadaan ilustrasi sebagai penyampaian dari *visual storytelling* itu sendiri. dengan ilustrasi, konsep-konsep bisa dijelaskan dengan baik, kata-kata bisa tersampaikan tanpa menjadi abstrak, dan kesan, pesan, cerita, emosi, rasa, dan ide yang disampaikan oleh ilustrasi, bisa diterima oleh penontonnya dengan tanpa disadari dan disengaja. Di era sekarang dimana dunia dipenuhi dengan media dan informasi, ilustrasi akan selalu menjadi salah satu pilihan media komunikasi. Posibilitas ilustrasi juga tidak terbatas dan tidak akan mati karena kebutuhan media komunikasi dan informasi yang akan selalu ada.

2.1.3. **Warna**

Warna adalah salah satu pengalaman dari indra penglihatan. Warna terbentuk dari cahaya yang dipantulkan secara subjektif atau psikologis (Binus, 2022). Agar warna dapat tercipta dan dikenali, terdapat 2 unsur penting yaitu cahaya dan mata, dimana cahaya berfungsi sebagai sumber dan media pengantar informasi warna, serta mata sebagai media reseptor informasi warna yang akan diproses oleh otak (Kahfi, 2021). Setiap warna mempunyai tiga sifat yang disebut juga sebagai dimensi atau ruang warna. Tiga sifat tersebut meliputi :

- a. *Hue* adalah istilah yang digunakan dalam menyebutkan keluarga atau nama dari warna. Keluarga warna terdiri dari warna panas (Merah, Jingga, dan Kuning ke Hijau) dan warna dingin (Hijau ke Biru, Nila, dan Ungu). 7 warna pelangi yang kita kenal

(Merah, Jingga, Kuning, Hijau, Biru, Nila, dan Ungu) adalah bagian dari keluarga warna yang disebut juga dengan *Hue*.



Gambar 2.1. Hue dalam *Color Wheels*

Sumber: *Is there a name/formulae for the hue-circle scaling Adobe is using with "Kuler"*. (2020, March 5).

<https://graphicdesign.stackexchange.com/questions/134456/is-there-a-name-formulae-for-the-hue-circle-scaling-adobe-is-using-with-kuler>

- b. *Saturation* (Intensitas) adalah istilah lemah kuatnya suatu warna berdasarkan kekusaman dan kecerahan warna tersebut. Saat saturasi suatu warna berada pada titik terendah, warna itu akan menjadi kusam dan makin mendekati putih dan hitam, dan saat saturasi warna berada pada titik tertinggi, warna itu akan memiliki intensitas yang kuat dan membuatnya makin menonjol.

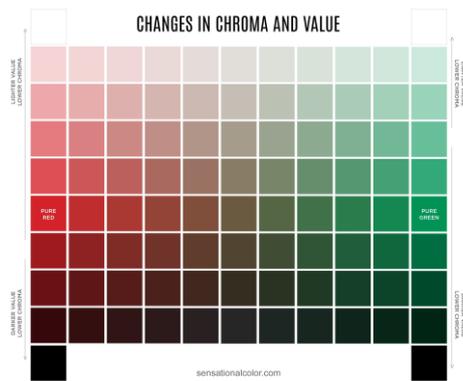


Gambar 2.2. Contoh *Saturation* dalam warna merah

Sumber: Draw Paint Academy. (2019). *Color saturation - The ultimate guide for artist*.

<https://drawpaintacademy.com/color-saturation/>

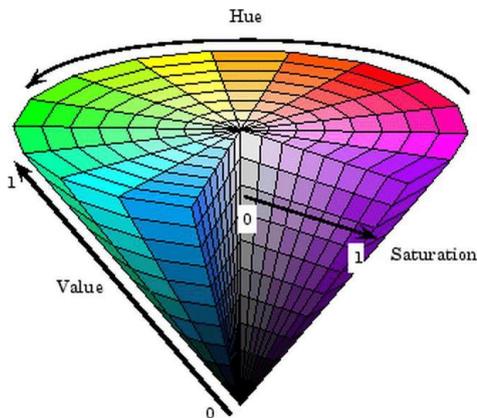
- c. *Value* (*Brightness*) adalah istilah gelap terangnya suatu warna. Istilah value merujuk pada pemberian cahaya (warna putih) dan pemberian kegelapan (warna hitam) pada suatu warna. Semakin suatu warna berpadu dengan warna putih (cahaya), maka warna tersebut disebut memiliki *value* yang terang. Sebaliknya, semakin suatu warna berpadu dengan warna hitam (kegelapan), maka warna tersebut disebut memiliki *value* yang gelap.



Gambar 2.3. Contoh *Value* dalam Warna Merah dan Hijau

Sumber: Sensational Color. (2020). *Hue Value Chroma*.

<https://www.sensationalcolor.com/hue-value-chroma/>



Gambar 2.4. Diagram *Hue, Saturation, dan Value*

Sumber: Erdogan, K. Yilmaz, N. (2015). Advances in computing, electronics, and electronical technology. *Shifting colors to overcome not realizing objects problem due to color vision deficiency*. https://www.researchgate.net/figure/HSV-color-space-Hue-saturation-value_fig1_284698928. doi: 10.15224/978-1-63248-034-7-27.

Keluarga warna terdiri dari banyak sekali warna, yang dikelompokkan menjadi warna dasar, sekunder, dan tersier. Warna dasar atau warna primer adalah warna-warna utama yang terdiri atas merah, biru, dan kuning. Warna dasar ini nantinya dapat dikombinasikan menjadi turunan warna lainnya, seperti warna sekunder dan tersier (Binus, 2015).



Gambar 2.5. Warna Primer dalam *Color Wheel*

Sumber: Binus University. (2015). *Jenis warna berdasarkan posisinya dalam color wheel.*

<https://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-warna-berdasarkan-posisinya-dalam-color-wheel/>

Warna sekunder adalah campuran dari dua warna primer, contohnya adalah merah dan biru yang menghasilkan warna ungu (Binus, 2015).



Gambar 2.6. Warna Sekunder dalam *Color Wheel*

Sumber: Binus University. (2015). *Jenis warna berdasarkan posisinya dalam color*

wheel. <https://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-warna-berdasarkan-posisinya-dalam-color-wheel/>

Warna tersier adalah pencampuran dari warna primer dan sekunder atau tiga warna primer dalam sebuah ruang warna (Binus, 2015).



Gambar 2.7. Warna Tersier dalam *Color Wheel*

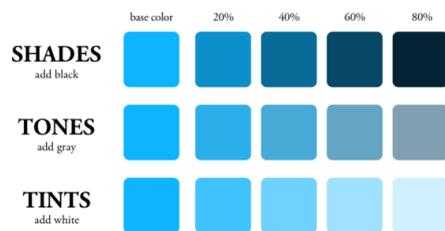
Sumber: Binus University. (2015). *Jenis warna berdasarkan posisinya dalam color*

wheel. <https://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-warna-berdasarkan-posisinya-dalam-color-wheel/>

a. Kombinasi Warna

Kombinasi warna (*Color Harmony*) adalah perpaduan kombinasi antara warna-warna yang menciptakan harmoni dan keselarasan (Kahfi, 2021). Dalam kombinasi warna, digunakan ketiga sifat warna untuk mencakup seluruh warna yang ada, memberi pilihan yang tak terbatas pada kombinasi-kombinasi warna ini. Kombinasi warna ini ada untuk mengarahkan penggunaan warna dalam media komunikasi visual, menjadikannya petunjuk pengaplikasian warna supaya menciptakan visual yang lebih menarik dan enak dilihat, serta kemampuan komunikasi pesan yang lebih efektif. Berikut adalah jenis-jenis kombinasi warna yang bisa dijadikan acuan :

- Kombinasi Warna Monokromatis (*Monochromatic Color Harmony*)
Kombinasi warna yang hanya menggunakan 1 *hue* warna, yang dimainkan saturasi dan *value* nya. Kombinasi warna ini menghasilkan keselarasan dalam hal konsistensi dan kesamaan warna, dikarenakan hanya terdiri dari 1 *hue* warna.



Gambar 2.8. Contoh Pengaplikasian Kombinasi Monokromatik dalam Warna Biru
Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

- Kombinasi Warna Analog (*Analogous Color Harmony*)
Kombinasi Warna yang menggunakan warna-warna dalam lingkaran warna yang memiliki lokasi bersebelahan. Kombinasi warna ini adalah kombinasi warna yang lebih kohesif dari monokromatik karena melibatkan *Hue Shift* atau pergantian keluarga warna, memberikan hasil yang lebih dinamis, namun tetap selaras dan terpadu.



Gambar 2.9. Kombinasi Warna Analog dalam *Color Wheel*

Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

- Kombinasi Warna Kontras/Komplemen (*Complementary Color Harmony*)
Kombinasi warna yang menggunakan 2 warna yang berseberangan dan bertentangan posisinya di dalam *color wheel*. Kombinasi warna ini menciptakan kontras yang maksimal, dimana warna panas bertemu dengan warna dingin dan sebaliknya.



Gambar 2.10. Kombinasi Warna Komplemen dalam *Color Wheel*

Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

- Kombinasi Warna Kontras Terbagi (*Split Complementary Color Harmony*)
Kombinasi warna yang menggunakan 3 warna di dalam *color wheel* yang letak dan posisinya membentuk segitiga sama kaki. Kombinasi warna ini juga mengedepankan kontras yang dipadukan dengan *hue shift* yang memberikan hasil yang dinamis.



Gambar 2.11. Kombinasi Warna Kontras Terbagi dalam *Color Wheel*

Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

- Kombinasi Warna Kontras Segitiga (*Triadic Color Harmony*)
Kombinasi warna yang menggunakan 3 warna di dalam *color wheel* yang letak dan posisinya membentuk segitiga sama sisi. Dikarenakan jarak yang sama antara 1 pilihan warna dengan yang 2 pilihan warna lainnya, kombinasi warna ini memberikan visual yang kaya akan warna. Kombinasi warna ini juga memiliki kontras dan dinamik yang baik, meski tidak sekontras kombinasi warna kontras dan kontras terbagi.



Gambar 2.12. Kombinasi Warna Kontras Segitiga dalam *Color Wheel*

Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

- Kombinasi Warna Kontras Berpasangan (*Tetradic Color Harmony*)
Kombinasi warna yang menggunakan dua pasang warna dalam *color wheel* yang kontras dan berseberangan, ditambah dengan warna yang berdekatan dengan warna tersebut, sehingga posisi keempat pilihan warna ini membentuk persegi panjang. Kombinasi warna ini memiliki kekayaan warna dan kontras yang baik juga.

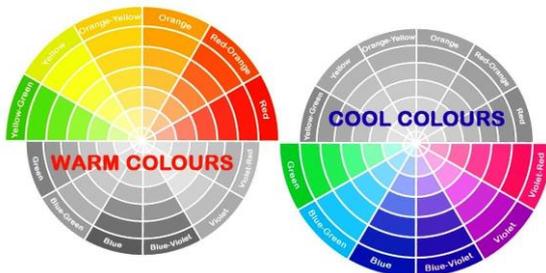


Gambar 2.13. Kombinasi Warna Kontras Berpasangan dalam *Color Wheel*

Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

b. Sifat Warna

Warna berdasarkan sifatnya, dibedakan menjadi 2 yaitu warna panas dan warna dingin. Sifat ini bisa kita kenali berdasarkan implementasi visual kita terhadap warna tersebut yang bisa kita asosiasikan dengan informasi lain yang kita miliki (Kahfi, 2021). Sifat warna ketiga bisa muncul di antara sifat warna panas dan warna dingin tersebut, yaitu warna hangat. Warna hangat ada sebagai transisi antara warna panas dan warna dingin (Binus, 2022). Warna panas terdiri dari warna kuning, kuning jingga, jingga, merah jingga, dan merah. Warna hangat terdiri dari warna kuning hijau dan merah ungu. Sedangkan warna dingin terdiri dari warna ungu, biru ungu, biru, biru hijau, dan hijau.



Gambar 2.14. Warna Panas dan Warna Dingin dalam *Color Wheel*

Sumber: Kahfi, A. Y. (2021). *Teori warna: pengenalan dan penerapan warna dalam dunia fashion*. Anyflip.

Warna panas dan warna dingin memiliki karakteristik dan kesannya masing-masing. Berikut adalah kesan dan karakteristik yang dapat ditimbulkan dari penggunaan sifat-sifat warna ini :

1. Merah, jingga, dan kuning memiliki sifat warna yang bersifat panas, sehingga menghasilkan kesan serta efek panas bila digunakan.

2. Biru, ungu, dan hijau memiliki sifat warna yang dingin, sehingga menghasilkan kesan serta efek dingin bila digunakan.
3. Warna hijau akan menjadi hangat serta memiliki sifat hangat apabila penggunaannya diarahkan ke arah hijau kekuningan, dan ungu akan menjadi hangat serta memiliki sifat hangat apabila penggunaannya diarahkan ke arah ungu kemerahan. Penggunaan warna hangat hijau kekuningan dan ungu kemerahan akan menghasilkan kesan serta efek hangat saat digunakan.
4. Penggunaan warna panas memberi kesan dan karakteristik semangat, agresif, kuat dan aktif. Sedangkan penggunaan warna dingin memberi kesan dan karakteristik tenang, diam, dan pasif.
5. Penggunaan warna panas secara maksimal akan menstimulasi kesan dan karakteristik semangat atau amarah, sedangkan penggunaan warna dingin secara maksimal akan menstimulasi kesan dan karakteristik melankolis atau kesedihan.
6. Penggunaan warna panas akan terasa lebih dekat serta memperbesar ukuran suatu bidang bila digunakan. Sedangkan penggunaan warna dingin akan terasa lebih jauh serta memperkecil ukuran suatu bidang bila digunakan.
7. Warna panas dan warna dingin saling bertentangan dan berkomplemen satu sama lain sehingga penerapannya secara bersamaan akan menghasilkan kontras.

2.1.4. Psikologi Warna

Warna terbukti dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Studi tentang psikologi warna mempelajari tentang perubahan emosi dan tingkah laku manusia ketika dihadapkan dengan warna-warna yang berbeda. Setiap warna memiliki kemampuan yang berbeda dalam memengaruhi rasa, kesan, emosi, dan sudut pandang yang dapat diberikan oleh manusia. Warna satu dengan warna lainnya memberikan kesan, nuansa, dan suasana yang berbeda antara satu dengan lainnya (Nugroho, 2008). Penerapan warna pada media komunikasi didasarkan pada kemampuan mata manusia untuk menangkap warna, serta kemampuan otak dan hati manusia untuk menelaah dan mengimplementasikan warna tertentu dengan maksud dan nuansa tertentu. Warna memiliki peranan yang sangat penting dalam komunikasi visual sebagai salah satu aspek visual yang paling mudah ditangkap oleh mata, serta karakteristik dan emosi berbeda-beda yang dimiliki oleh tiap warna yang ada (If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling, 2015).

- **Merah**

Pada umumnya, merah merupakan warna yang kuat dan agresif. Warna ini dapat meningkatkan gairah dan semangat. Merah sendiri terbagi lagi menjadi banyak *shade* yang tentunya memiliki sifat yang berbeda pula. *Shade* merah yang cenderung hangat menampilkan kesan mengundang dan romantis. Sementara *shade* merah yang mengarah ke dingin, seperti warna merah victorian, cenderung terkesan mewah, antik, dan penuh dengan kekuatan (*If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*, 2015). Secara garis besar, warna memiliki sifat positif dan negatif yang juga bergantung pada kebudayaan setempat, Di daerah China, warna merah dilambangkan sebagai warna keberuntungan dan kebahagiaan, Maka dari itu, tahun baru China selalu identik dengan warna merah (Marks, et.al., 2009).

- **Kuning**

Kuning seringkali ditemukan pada *warning sign*. Hal ini disebabkan dari warna kuning yang memiliki sifat peringatan dan kewaspadaan. Secara visual, warna kuning tergolong dalam warna yang agresif. Warna kuning, secara positif, diasosiasikan dengan matahari yang penuh dengan energi dan kekuatan. Sama seperti warna merah, warna kuning sangat mudah untuk mencuri atensi. Warna kuning juga memberikan kesan keceriaan dan kebahagiaan. Namun, di sisi lain, kuning dapat diartikan sebagai obsesi, kecemasan, dan ketidaksabaran. Saturasi pada warna sangat mempengaruhi kesan yang diberikan. Semakin terang warna kuning, semakin elegan pula kesannya. Putih kekuningan memberi kesan canggih. Kuning pastel memberikan kesan polos dan tidak berdosa (*If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*, 2015).

- **Biru**

Biru adalah warna favorit dari mayoritas manusia. Hal ini disebabkan dari sifatnya yang berbeda-beda tergantung sudut pandang dari pengamatnya. Secara positif, biru memberikan rasa tenang. Namun sebaliknya, biru juga dapat memberikan kesan pasif, kesendirian, dan tenggelam dalam kesedihan. Menurut penelitian, warna biru membuat orang lebih introspektif dan tidak banyak bertindak (*If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*, 2015). Warna biru terang memberikan kesan tenang dan aman. Sebaliknya, biru gelap memberikan rasa tenggelam dan depresif (Darmaprawira, 2002).

- **Jingga**

Jingga adalah warna sekunder yang terbentuk dari merah dan kuning. Sama seperti kedua warna pembentuknya, warna jingga mengambil karakteristik yang ceria serta penuh semangat dan energi (Marks, et.al., 2009). Secara umum, warna jingga memiliki sifat dan karakter yang

baik. Warna jingga yang buram adalah warna yang paling monoton. Warna jingga sangat jauh dari kesan mengejutkan dan menyala-nyala. Warna ini adalah warna yang hangat dan ramah. Biasanya, agen *real estate* menanam bunga *marigolds* berwarna oranye agar rumah dapat terjual dengan lebih cepat (*If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*, 2015).

- **Hijau**

Hijau memiliki dua arti yang berkebalikan. Hijau dapat diartikan sebagai daya hidup dan kesehatan. Sebaliknya, hijau juga dapat diartikan sebagai penyakit dan sesuatu yang berbahaya. Rumput yang hijau memberikan kesan yang sehat dan asri. Namun, cairan hijau memberikan kesan beracun dan berbahaya. Jika dihubungkan dengan badan manusia, hijau biasanya bersifat sakit atau jahat (*If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*, 2015). Beberapa orang juga mengaitkan warna ini dengan rasa iri dan cemburu (Marks, et.al., 2009).

- **Ungu**

Pada periode lama, ungu diasosiasikan dengan sensualitas. Namun, lama kelamaan ungu menjadi warna dengan kesan mistis dan paranormal yang kuat. Dalam analisis pada berbagai film, warna ungu kerap muncul ketika akan ada kematian atau kehilangan. Kematian tersebut tidak hanya terbatas pada tokoh manusia atau hewan. Namun bisa juga berupa mimpi, cinta, atau ilusi yang sirna (*If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*, 2015). Beberapa orang juga mengaitkan warna ungu dengan kekayaan dan kebangsawanan, dapat dilihat dari jubah-jubah raja yang kerap digambarkan dengan warna ungu (Marks, et.al., 2009).

2.1.5. Sinematografi

Sinematografi adalah seni penataan cuplikan video untuk film. Berasal dari bahasa inggris *Cinema*, sinematografi terdiri dari hal-hal teknis visual yang diperlukan untuk merancang visual suatu film. Komposisi, pencahayaan, pengaturan lensa, dan lain-lain digunakan dalam visual sebuah film untuk membuat visual film tersebut mampu menjadi *visual storytelling* yang bertujuan untuk bercerita dan mengkomunikasikan pesan dan cerita dengan baik dan efektif. Sinematografi adalah bagian dari *Visual Storytelling*, dan sinematografi memiliki tujuan untuk menerjemahkan ide dan emosi yang semula berupa informasi tertulis di naskah, menjadi suatu visual dalam layar yang memuat informasi-informasi tersebut (Lancaster, 2019).

Misi dari sinematografi adalah menerjemahkan cerita verbal yang berasal dari naskah menjadi sebuah visual yang sesuai dengan cerita yang ingin disampaikan. Sinematografi memiliki banyak sekali teknik pembuatan visual dalam upayanya untuk menciptakan visual yang menarik dan mampu bercerita. Beberapa aspek sinematografi tersebut adalah :

a. Perspektif pengambilan shot

Dalam pengambilan gambar sebuah film, perspektif mengacu pada sudut pandang atau cara pandang yang digunakan untuk merekam adegan. Perspektif ini sangat penting karena dapat mempengaruhi bagaimana penonton merasakan dan memahami cerita. Berikut adalah beberapa contoh perspektif dalam pengambilan shot film beserta penjelasannya:

1. *Close-Up (CU)*

Close-Up adalah pengambilan gambar dari jarak dekat, biasanya hanya menampilkan wajah atau bagian tertentu dari objek (seperti tangan) Berfungsi untuk menekankan emosi atau detail penting, memperlihatkan ekspresi wajah atau reaksi karakter.

2. *Medium Shot (MS)*

Medium Shot menangkap subjek dari pinggang ke atas Berfungsi untuk menunjukkan interaksi antara karakter, memberikan konteks yang lebih luas daripada *Close-Up*, tetapi tetap fokus pada subjek utama.

3. *Long Shot (LS)*

Long Shot menampilkan subjek secara penuh, biasanya dari kepala hingga kaki, dengan latar belakang yang cukup luas. Berfungsi untuk memberikan gambaran keseluruhan tentang setting atau lokasi, menunjukkan hubungan antara subjek dan lingkungannya.

4. *Extreme Close-Up (ECU)*

Extreme Close-Up sangat dekat dengan subjek, menampilkan detail yang sangat spesifik seperti mata, mulut, atau objek kecil. Berfungsi menekankan detail yang sangat penting atau menciptakan rasa intensitas atau ketidaknyamanan.

5. *Extreme Long Shot (ELS)*

Penjelasan: *Extreme Long Shot* menangkap pemandangan yang sangat luas, sering kali menampilkan lanskap atau lingkungan dalam skala besar. Berfungsi

untuk memperlihatkan latar belakang atau pengaturan yang luas, memberikan rasa skala atau jarak yang besar.

6. *Over-the-Shoulder Shot (OTS)*

Pengambilan gambar dari belakang bahu seseorang, biasanya menampilkan sebagian dari kepala dan bahu subjek, serta objek atau karakter yang dilihatnya. Berfungsi dalam menunjukkan percakapan untuk menunjukkan sudut pandang karakter dan membangun koneksi antara mereka.

7. *Point of View Shot (POV)*

Pengambilan gambar dari sudut pandang karakter, seolah-olah penonton melihat melalui mata karakter tersebut. Berfungsi untuk membantu penonton merasakan pengalaman atau perspektif karakter, sering digunakan untuk menambah ketegangan atau empati.

8. *High Angle Shot*

Pengambilan gambar dari sudut tinggi, melihat ke bawah pada subjek. Berfungsi untuk memberikan efek kecil atau lemah pada subjek, menekankan kerentanan atau inferioritas.

9. *Low Angle Shot:*

Pengambilan gambar dari sudut rendah, melihat ke atas pada subjek Berfungsi untuk membuat subjek terlihat besar, kuat, atau menakutkan, menekankan kekuatan atau dominasi.

10. *Dutch Angle/Tilted Shot*

Kamera diposisikan miring, sehingga garis horizontal di layar tidak sejajar. Berfungsi menciptakan perasaan disorientasi, ketegangan, atau ketidakstabilan, sering digunakan dalam adegan yang menegangkan atau aneh.

11. *Bird's Eye View/Aerial Shot*

Pengambilan gambar dari atas, biasanya dengan menggunakan drone atau helikopter. Berfungsi untuk menyediakan perspektif yang luas dan unik, sering digunakan untuk menunjukkan pemandangan besar atau keseluruhan lokasi.

12. *Two-Shot*

Menampilkan dua karakter dalam satu bingkai, sering kali dalam *Medium Shot* atau *Close-Up*. Berfungsi menunjukkan hubungan atau interaksi antara dua karakter, sering digunakan dalam dialog.

Masing-masing perspektif ini memiliki fungsi spesifik dalam mendukung narasi visual dan emosional dari film, membantu sutradara untuk menyampaikan cerita dengan cara yang paling efektif.

b. *Lighting*

Lighting dalam sinematografi adalah seni dan teknik menggunakan cahaya untuk menerangi subjek dan lingkungan dalam sebuah produksi film atau video. Pencahayaan memainkan peran penting dalam menciptakan suasana, suasana hati, dan efek visual yang mendukung narasi dan tema cerita. Berikut adalah definisi dan fungsi *lighting* dalam sinematografi:

1. Pencahayaan Dasar (*Basic Illumination*)

Memberikan pencahayaan yang cukup agar subjek dan objek dalam adegan terlihat dengan jelas oleh kamera.

2. Menciptakan Suasana dan *Mood*

Mengatur suasana hati dan emosi adegan. Misalnya, cahaya lembut dan hangat dapat menciptakan suasana romantis, sementara cahaya keras dan dingin dapat menciptakan suasana tegang atau menakutkan.

3. Menggambarkan Waktu dan Tempat

Menunjukkan waktu dalam sehari, seperti siang, sore, atau malam hari, serta lokasi tertentu, misalnya di dalam ruangan atau di luar ruangan. Ini bisa dicapai dengan mengatur suhu warna cahaya dan arah pencahayaan.

4. Menyoroti Elemen Penting

Menekankan elemen atau karakter penting dalam adegan dengan cara memberikan pencahayaan khusus atau tambahan pada mereka, sehingga menarik perhatian penonton ke area tersebut.

5. Menciptakan Dimensi dan Kedalaman

Dengan menggunakan teknik seperti pencahayaan tiga titik (*three-point lighting*), sinematografer dapat memberikan ilusi kedalaman dan dimensi pada gambar dua dimensi, membuat subjek tampak lebih nyata dan hidup.

6. Menonjolkan Tekstur dan Detail

Menggunakan pencahayaan untuk menonjolkan tekstur dan detail pada objek atau kostum, yang dapat menambah kekayaan visual pada adegan.

7. Mengontrol Fokus dan Komposisi

Cahaya dapat digunakan untuk mengarahkan pandangan penonton ke bagian tertentu dari *frame*, membantu dalam komposisi visual dan memastikan penonton memperhatikan elemen penting dalam adegan.

c. *Depth of field*

Depth of field (DoF) adalah istilah dalam fotografi dan sinematografi yang merujuk pada rentang jarak dalam sebuah gambar di mana objek tampak tajam dan jelas fokus. Dalam sinematografi, *depth of field* berperan penting dalam menentukan bagaimana gambar atau adegan dirasakan oleh penonton. *Depth of Field* adalah rentang jarak dalam ruang gambar di mana elemen-elemen dalam gambar tampak tajam dan terfokus. Ini berarti bahwa elemen-elemen di luar rentang ini akan tampak kabur atau buram.

2.1.6. Desain Karakter

Karakter adalah tokoh yang menjadi pelaku dan subjek suatu cerita. Karakter mampu menjadi media penyampaian cerita sekaligus pelaku di dalam cerita tersebut. Karakter lah yang membuat suatu cerita menjadi ada, dan karakter menjadi jembatan bagi audiens untuk memahami dunia dan informasi yang asing dalam suatu penyampaian cerita (Dasu et al., 2023). Dalam menyampaikan suatu cerita, informasi-informasi yang mampu memicu imajinasi seseorang perlu dirangkum dan disampaikan melalui cara yang dapat dimengerti oleh audiens.

Desain Visual Karakter akan mendukung karakter tersebut untuk menjadi pelaku cerita, sinkron dengan dunia tempat cerita tersebut terjadi, dan menjadi penyampaian pesan secara tersirat kepada audiens. Sebagai contoh, postur karakter, raut wajah, pakaian, aksesoris, dan lain sebagainya mampu memberi pesan kepada audiens untuk memahami lebih lanjut karakter tersebut. Data-data dan informasi yang semula berupa poin-poin penting bagi kepribadian dan karakteristik karakter tersebut, perlu diterjemahkan pula secara visual melalui desain visual karakternya. Tampilan visual karakter tersebut akan mendukung *visual storytelling* karakter tersebut.



Gambar 2.15. Contoh Desain Karakter

Sumber: *Kazutaka Sugiyama's character designs*. (2022, Oct 4).

<https://myanimelist.net/forum/?topicid=2049430>

2.1.7. Prinsip Desain

Prinsip-prinsip desain adalah dasar dan acuan dari desain supaya mampu menjadi visual yang menarik sekaligus mampu menyampaikan pesan dengan baik dan efektif. Prinsip-prinsip desain ini pun perlu diterapkan dalam *Visual Storytelling* agar memaksimalkan estetika visual / *visual appeal* serta agar mampu menyampaikan pesan dan cerita dengan lebih efektif. Berikut adalah 9 prinsip desain (Fleck, 2021).

a. Hierarki Visual (*Visual Hierarchy*)

Hierarki Visual adalah urutan tingkat kepentingan elemen-elemen visual. Dalam merancang suatu visual, kita perlu mengarahkan mata pembaca dan penonton untuk melihat visual sesuai urutan kepentingan. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat suatu elemen lebih menonjol dari elemen lain, melalui skala, bentuk, warna, dan lainnya. Inti dari hierarki visual adalah memastikan bahwa elemen terpenting pada suatu rancangan visual tampil paling menonjol di antara yang lain, diikuti oleh elemen visual terpenting berikutnya.

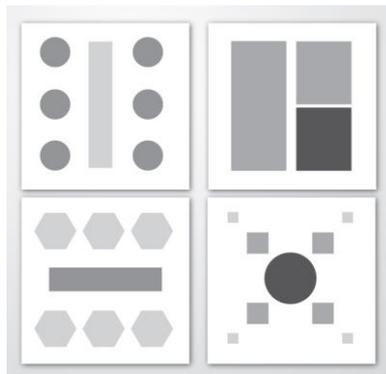


Gambar 2.16. Contoh Hirarki Visual

Sumber: Appleton Creative. (2022). *Understanding visual hierarchy helps your customers understand you.* <https://www.appletoncreative.com/understanding-visual-hierarchy-helps-your-customers-understand-you/>

b. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan dalam suatu komposisi visual berarti memastikan bahwa keseluruhan tampilan visual terlihat seimbang, membuat visual tersebut menarik dan nyaman untuk dipandang. Keseimbangan dalam komposisi visual dapat diciptakan dengan beberapa cara. Salah satu cara untuk menciptakan keseimbangan adalah dengan simetri, baik simetris maupun asimetris. Inti dari keseimbangan adalah, keseluruhan tampilan visual terlihat seimbang, tidak berat sebelah, dan memiliki *visual appeal* yang baik.



Gambar 2.17. Contoh *Balance* dalam Dunia Desain

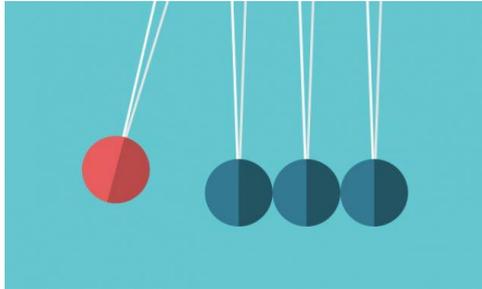
Sumber: Desain Studio. (2010). *Keseimbangan dalam desain grafis.*

<http://www.desainstudio.com/2010/07/keseimbangan-dalam-desain-grafis.html>

c. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan adalah elemen desain yang memastikan bahwa suatu elemen memiliki kemampuan untuk menonjol dan menarik perhatian pembaca. Elemen tertentu perlu

menjadi poin utama (*focal point*) suatu komposisi visual, didukung dengan elemen-elemen lain yang menjadi elemen pelengkap.



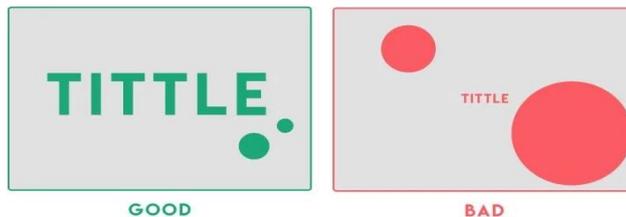
Gambar 2.18. Contoh *Emphasis* dalam Dunia Desain

Sumber: Kelas Animasi. (2010). *Konsep membuat desain grafis*.

<https://kelasanimasi.com/konsep-membuat-desain-grafis/>

d. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi adalah skala besar kecilnya elemen visual yang ada. Mengatur proporsi besar kecil elemen akan berdampak pada penekanan dan hierarki visual, menjelaskan tingkat kepentingan suatu elemen.



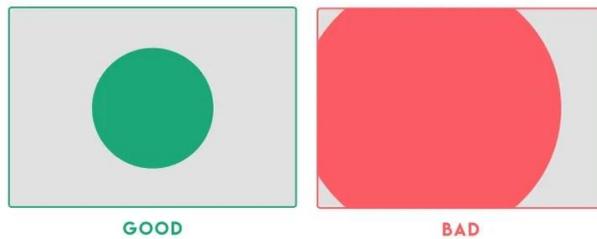
Gambar 2.19. Contoh Proporsi yang Baik dan Buruk

Sumber: Maxipro. (2022). *12 Prinsip desain grafis beserta gambar dan contohnya*.

<https://maxipro.co.id/prinsip-desain-grafis/>

e. Ruang Negatif (*Negative Space*)

Ruang Negatif, atau kadang disebut juga *White Space*, adalah ruang dalam komposisi visual yang tidak ditempati oleh elemen-elemen desain (kecuali latar belakang warna ataupun pola dan tekstur halus). Ruang negatif memberi suatu komposisi visual ruang untuk bernafas, memberi tempat bagi mata manusia untuk lebih mudah menavigasi suatu visual dan tidak membuat suatu visual menjadi sesak, penuh, dan berantakan.



Gambar 2.20. Contoh Ruang Negatif yang Baik dan Buruk

Sumber: Maxipro. (2022). *12 Prinsip desain grafis beserta gambar dan contohnya.*

<https://maxipro.co.id/prinsip-desain-grafis/>

f. Kontras (*Contrast*)

Kontras berarti berbeda dengan jelas. Dalam komposisi visual, kontras memiliki peran untuk menonjolkan suatu elemen, dan memberi perbedaan yang jelas antara satu elemen dengan elemen lainnya. Kurangnya kontras akan menghasilkan visual yang tidak dinamis dan monoton, serta keterbacaan pesan yang minim. Kontras memiliki peran penting dalam keefektifan penyampaian pesan dan kemenarikan tampilan visual.



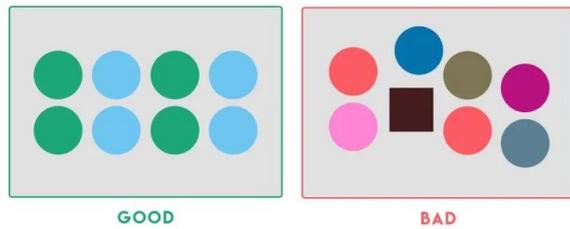
Gambar 2.21. Contoh Kontras yang Baik dan Buruk

Sumber: Maxipro. (2022). *12 Prinsip desain grafis beserta gambar dan contohnya.*

<https://maxipro.co.id/prinsip-desain-grafis/>

g. Repetisi (*Repetition*)

Repetisi artinya pengulangan, yang berarti penggunaan ulang elemen visual yang sudah digunakan, menciptakan keberadaan elemen-elemen visual yang sama dan serupa. Fungsi dari repetisi adalah memperkuat elemen tertentu serta memberi kesan kesatuan, konsistensi, dan kesinambungan pada suatu komposisi.



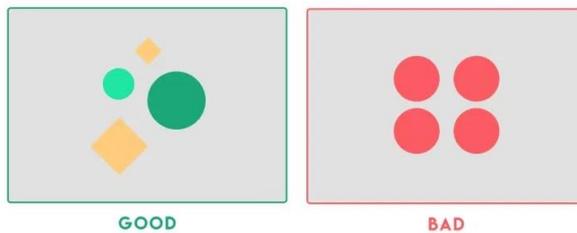
Gambar 2.22. Contoh Repetisi yang Baik dan Buruk

Sumber: Maxipro. (2022). *12 Prinsip desain grafis beserta gambar dan contohnya.*

<https://maxipro.co.id/prinsip-desain-grafis/>

h. Variasi (*Variety*)

Variasi berarti hal baru yang berbeda, dan merupakan kebalikan dari repetisi. Variasi ada untuk memberi sentuhan baru pada komposisi dengan menghadirkan hal baru untuk membuat komposisi menjadi menarik dan tidak membosankan.



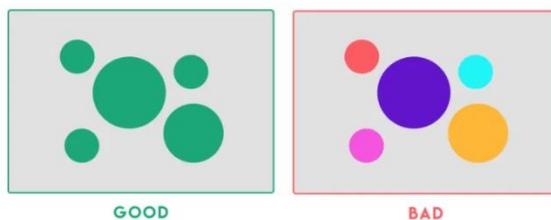
Gambar 2.23. Contoh Variasi yang Baik dan Buruk

Sumber: Maxipro. (2022). *12 Prinsip desain grafis beserta gambar dan contohnya.*

<https://maxipro.co.id/prinsip-desain-grafis/>

i. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan berarti memastikan bahwa keseluruhan rancangan visual terpadu dalam keharmonisan, baik secara visual maupun konseptual. Kesatuan penting untuk menciptakan visual yang nyaman dilihat dan dinavigasi.



Gambar 2.24. Contoh Kesatuan yang Baik dan Buruk

Sumber: Maxipro. (2022). *12 Prinsip desain grafis beserta gambar dan contohnya.*

<https://maxipro.co.id/prinsip-desain-grafis/>

2.1.8. Video Game

Video game adalah hiburan digital yang dapat dimainkan melalui *gadget* dan bersifat interaktif (Kompas, 2022). Selain sebagai sarana hiburan, kini *video game* juga banyak dimanfaatkan untuk mengumpulkan pundi-pundi uang. Maka dari itu, tidak heran *video game* sangat digemari oleh masyarakat. *Video game* sendiri terbagi menjadi 2 jenis apabila ditinjau dari dimensi grafisnya.

a. Video game 3 Dimensi

Video game 3 dimensi adalah *game* yang visualnya memiliki dimensi lebar, tinggi, dan kedalaman. Biasanya, jenis *game* ini memiliki *view* seperti dunia nyata, yaitu 360° *view*. Karena berdimensi 3, tentunya karakter dan *environment* dari *game* ini lebih nyata dan berdimensi daripada jenis 2 dimensi.



Gambar 2.25. Contoh *Video Game* 3 Dimensi

Sumber: *The Last of Us Part I*. (2024, May 16).

https://en.wikipedia.org/wiki/The_Last_of_Us_Part_I

b. Video game 2 Dimensi

Video game 2 dimensi adalah *game* yang objek dan visualnya hanya berupa bidang datar dengan koordinat sumbu x dan y saja. Maka dari itu, pergerakan *video game* 2 dimensi hanya berupa gerakan vertikal, horizontal, dan diagonal.



Gambar 2.26. Contoh *Video Game* 2 Dimensi

Sumber: *2D top down game*. (2020, March 14). <https://www.anhadsawhney.com/2d-game>

2.1.9. Eternal Dream Studio

Eternal Dream Studio (PT. Eternal dream Games Internasional) adalah studio *game* pertama dan satu-satunya yang didirikan di Lampung oleh Lucky Putra Dharmawan dan Yovin Yogantara pada September 2017. Berdirinya Eternal Dream Studio dipelopori oleh Lucky Putra Dharmawan yang memiliki mimpi untuk bekerja dalam bidang *Game Development*. Melalui *game*, Eternal Dream Studio mengangkat nilai kebahagiaan dan pesan-pesan yang mendalam untuk memberikan pengalaman bermain yang menyentuh dan menyampaikan pesan serta mempengaruhi pandangan pemain terhadap dunia sekitar.

Eternal Dream Studio adalah Studio *game* yang cukup terkenal dan mempunyai *brand awareness* yang baik di dalam dunia industri *game* di Indonesia. Nama Eternal Dream Studio cukup banyak diketahui oleh pekerja dan orang-orang yang bergelut di industri *game* Indonesia. Sedangkan sesuatu yang mengangkat nama Eternal Dream Studio menjadi studio yang cukup dikenal adalah karya mereka yang memberi mereka prestasi-prestasi. Dari segi produk, beberapa produk *game* dari Eternal Dream Studio terkenal dikalangan para penikmat *game* Indonesia.

Eternal Dream Studio fokus dalam membuat *game mobile* (*game* yang dapat dimainkan di *smartphone* dan sejenisnya). Contoh *game mobile* garapan Eternal Dream Studio adalah *The Sun Shine Over Us*, yang merupakan sebuah *narrative video game* dengan tema kesehatan mental. Selain *game mobile*, Eternal Dream Studio juga mulai membuat *web game* dan *PC game* yang dipasarkan melalui *Steam*.

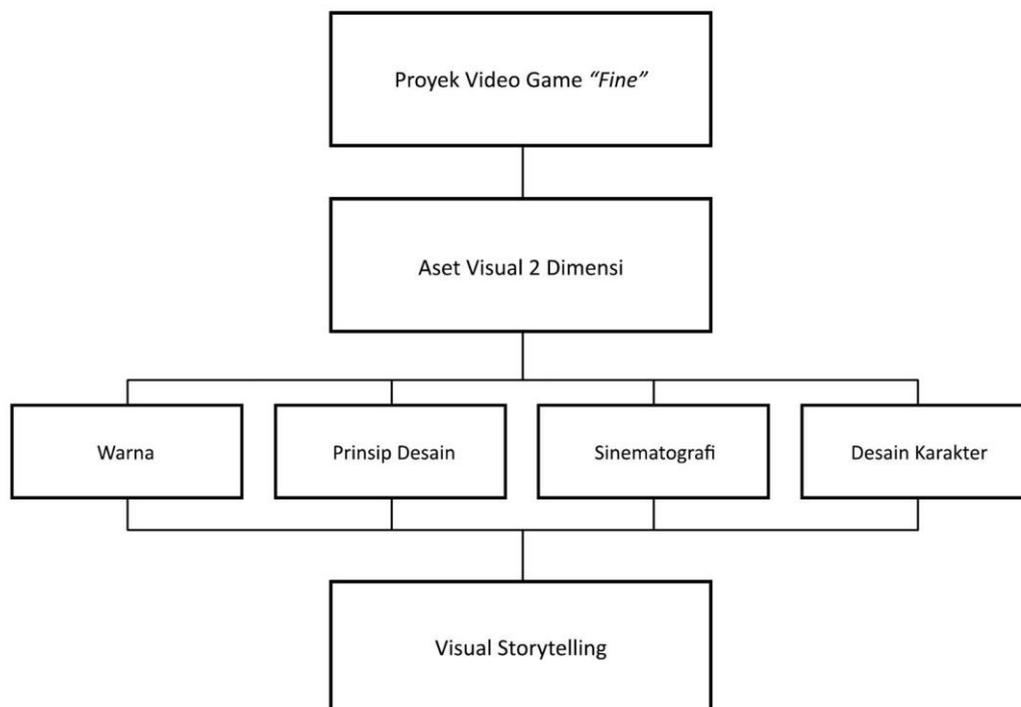
2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian berjudul “Analisis Pentingnya Penggunaan Teknik Komposisi Kamera dan Tata Cahaya dalam Penerapan *Visual Storytelling* Pada Karya *Music Video* Michaelachel “Be

Free” Oleh Production House JA Films” merupakan penelitian yang dilakukan oleh Amadeo Eka Tanoto yang merupakan mahasiswa Universitas Kristen Petra Program Studi Desain Komunikasi Visual angkatan 2019. Penelitian ini berfokus pada penggunaan komposisi kamera dan tata cahaya untuk menerapkan *visual storytelling* yang baik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komposisi dan tata cahaya berpengaruh signifikan terhadap psikologis penonton.

Penelitian ini hanya berfokus pada analisis penerapan komposisi dan cahaya, sedangkan penelitian berjudul “*Visual Storytelling* Melalui Ilustrasi dalam Pembuatan Aset 2D *Narrative Video Game “Fine”* pada Proyek *Intern Eternal Dream Studio*” ini akan menganalisa komponen-komponen lainnya juga, seperti warna, ilustrasi, proporsi, dan lain-lain. Selain itu, subjek yang dianalisis juga berbeda. Penelitian terdahulu menganalisis *music video*, sedangkan penelitian kali ini akan menganalisis aset *game 2D*.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.27. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran yang mencakup komponen-komponen penting, seperti teori, fakta, dan observasi, yang akan menjadi landasan dalam penulisan karya ilmiah (Sampoerna University, 2022). Penelitian ini dimulai dari proyek *video game "Fine"* yang dapat diamati aset-aset 2 dimensinya. Aset visual ini terbentuk dari banyak aspek, seperti ilustrasi, warna, sinematografi, desain karakter, komposisi, tipografi, dan prinsip desain lainnya (hirarki visual, keseimbangan, ruang negatif, dsb). Aspek-aspek visual ini akan dianalisis satu per satu sehingga dapat menciptakan *visual storytelling* yang dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan pada audiens.