

MEMBANGUN NARASI VISUAL MELALUI DESAIN KARAKTER: STUDI KASUS KARAKTER IKONIK

Alexander Shane Sapmayada¹

¹ Prodi Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Pradita University, Scientia Business Park, Jl. Gading Serpong Boulevard No.1 Tower 1, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810
Email Korespondensi: Alexander.shane@student.pradita.ac.id

Received: 10 November 2024

Revised: 20 November 2024

Accepted: 20 Desember 2024

Abstrak: Penelitian ini membahas peran penting desain karakter dalam membangun narasi visual yang efektif melalui studi kasus karakter ikonik dalam budaya populer. Desain karakter berfungsi sebagai medium naratif yang mampu menyampaikan cerita dan membangun koneksi emosional dengan audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui analisis konten pada platform diskusi online seperti *Fandom* dan *YouTube*, serta survei kuesioner terbuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual seperti bentuk, warna, dan *exaggeration* dalam desain karakter dapat memberikan petunjuk cerita (*visual cues*) dan mendukung alur cerita secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan teori visual *storytelling* yang menyatakan bahwa setiap elemen visual memberikan nilai dan pesan tertentu. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi desainer untuk menciptakan karakter yang tidak hanya memorable, Tetapi juga mampu menjadi media naratif yang kuat dan relevan.

Keywords: *Visual Storytelling*, Narasi Visual, Desain Karakter, Desainer

Abstract: This study discusses the important role of character design in building effective visual narratives through a case study of iconic characters in pop culture. Character design serves as a narrative medium that is able to convey stories and build emotional connections with the audiences. This study uses a qualitative method with a case study approach, where data is collected through content analysis on online discussion platforms such as *Fandom* and *YouTube*, as well as an open-ended questionnaire survey. The results of the study indicate that visual elements such as silhouette, palette, and exaggeration in character design can provide story clues and support the storyline consistently. The findings are in line with the theory of visual storytelling which states that each visual element provides certain values and messages. This study is expected to provide insights for designers to create characters that are not only memorable but also able to become strong and relevant narrative media.

Keywords: *Visual Storytelling*, Visual Narrative, Character Design, Designer

PENDAHULUAN

Desain karakter memegang peran penting dalam membangun narasi visual yang mampu menyampaikan cerita secara langsung kepada *audiens*. Dalam film, animasi, dan komik, karakter tidak hanya berfungsi sebagai penggerak alur, tetapi juga menjadi sarana penting untuk menyampaikan pesan dan makna cerita. Setiap elemen desain seperti bentuk tubuh, warna, ekspresi wajah, hingga detail kecil seperti pakaian atau pose berperan memberikan petunjuk cerita (*visual cues*) dan membangun koneksi emosional dengan audiens.

Visual *storytelling* menurut Ekatrina Walter dan Gioglio dalam *The Power of Visual Storytelling* (2014), adalah penggunaan gambar, video, dan elemen visual lainnya untuk menyusun cerita yang menggambarkan nilai tertentu. Elemen-elemen grafis ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan serta membangun keterhubungan mendalam dengan audiens. Dalam konteks ini, setiap elemen dalam karakter berperan penting karena mereka dapat memberikan potongan narasi yang ingin disampaikan melalui visual karakter.

Sementara itu, *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media* (2020) yang diedit oleh Sheree Josephson, James Kelly, dan Ken Smith, memperluas konsep ini dengan menyoroti peran karakter dalam narasi. Dalam buku ini, disebutkan bahwa karakter adalah agen yang mendorong alur cerita, di mana aksi mereka menjadi pendorong utama yang memajukan plot. Ini menekankan pentingnya desain karakter yang tidak hanya bersifat estetika, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan cerita yang bermakna. Namun, tidak semua karakter berhasil menyampaikan cerita dengan efektif. Tantangan bagi desainer adalah memastikan bahwa elemen-elemen visual mampu mendukung narasi dengan konsisten, bahkan tanpa teks atau dialog.

Dengan semakin berkembangnya industri kreatif dan meningkatnya konsumsi konten visual, penting untuk memahami bagaimana desain karakter dapat digunakan untuk membangun narasi yang kuat. Penelitian ini berfokus pada bagaimana elemen-elemen desain karakter dapat memberikan potongan-potongan cerita dan memperkuat alur cerita. Melalui studi kasus karakter-karakter ikonik dalam budaya populer, penelitian ini akan menganalisis

bagaimana setiap elemen visual tersebut bekerja sama dalam menyampaikan narasi dan menciptakan pengalaman bermakna bagi audiens. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi desainer dan kreator dalam menciptakan karakter yang tidak hanya memorable tetapi juga berfungsi sebagai media naratif yang kuat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis karakter ikonik dalam budaya pop. Metode riset yang digunakan adalah metode kualitatif yang lebih menitik beratkan kepada analisis terhadap kualitas data (Patriansah and Gion, 2023). Patriansah juga menjelaskan bahwa metode kualitatif dalam prosesnya hanya sekedar menguraikan secara kualitas dari data yang dianalisis (Patriansah, 2023). Sementara itu, objek penelitian ini berupa karakter dari berbagai media yang dianggap memberikan pengaruh signifikan dalam masyarakat. Pemilihan karakter dilakukan berdasarkan popularitas dan dampaknya terhadap narasi.

Data dikumpulkan melalui studi literatur analisis konten pada platform online seperti *Fandom* dan *YouTube*. Data yang diambil mencakup dokumentasi dan diskusi terhadap karakter yang bersangkutan. Survey juga dilakukan dengan mengirim kuesioner *online* berisi pertanyaan terbuka yang meminta responden untuk menyebutkan karakter yang menurut mereka paling ikonik dan memberikan alasan di balik pilihan mereka. Hasil dari kuesioner ini digunakan sebagai tambahan dalam menentukan karakter apa yang akan dianalisis lebih mendalam, serta menangkap persepsi public mengenai karakter ikonik. Sementara analisis konten digunakan untuk memperkuat data. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi pola visual dan naratif yang konsisten. Selain itu, perbandingan juga dilakukan terhadap elemen visual dan cerita dari karakter-karakter tersebut untuk memahami factor yang menjadikan mereka ikonik.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dari berbagai sumber, ditemukan tiga komponen utama yang menjadi kunci dalam membuat desain karakter yang baik, yaitu bentuk (*silhouette*), warna (*palette*), dan *exaggeration*. Tiga komponen ini memastikan karakter tidak hanya mudah dikenali, tetapi juga mampu menyampaikan cerita atau kepribadian mereka dengan jelas.

A. Bentuk (*Silhouette*)

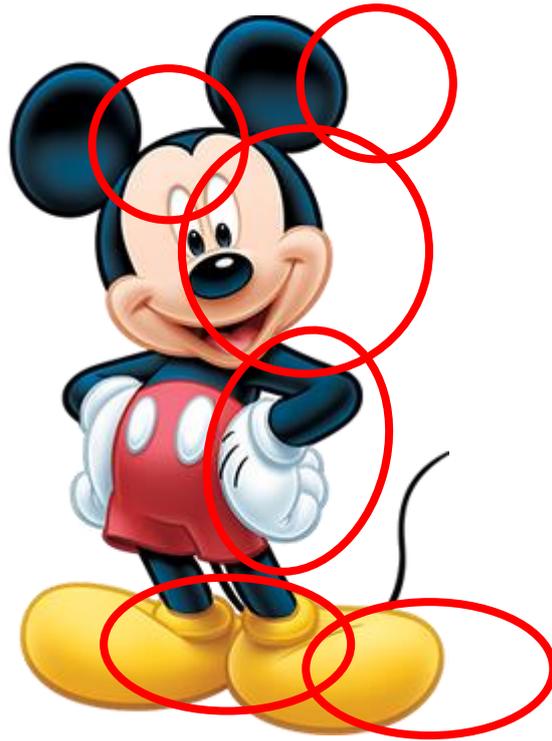
Desain karakter yang baik seharusnya mudah dikenali hanya dari siluetnya. Tapi lebih dari itu, penerapan *shape language* memungkinkan bentuk karakter untuk menyampaikan cerita tertentu. Contoh karakter yang berhasil memanfaatkan elemen ini adalah Mickey Mouse.



Gambar 1. Siluet Mickey Mouse

Sumber: <https://i.pinimg.com/474x/04/99/43/049943e7948e298a3178878179fdbb6b.jpg>

Mickey Mouse pada gambar 1 di atas dikenal sebagai salah satu karakter paling ikonik di dunia. Hal ini didukung oleh fakta bahwa Mickey Mouse adalah karakter dengan frekuensi terbanyak dari berbagai sumber, dari artikel online, video *YouTube*, dan survei kuesioner.



Gambar 2 Bentuk dasar Mickey Mouse
Sumber: Fandom, Mickey Mouse

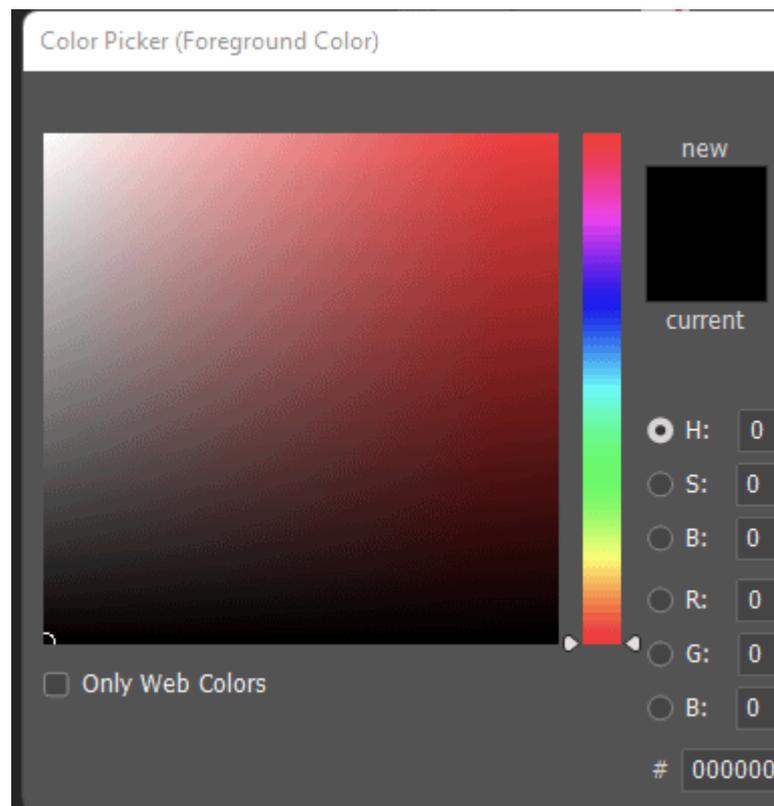
Desain Mickey Mouse pada gambar 2 di atas didominasi oleh bentuk lingkaran, seperti yang terlihat jelas pada gambar. Secara psikologis, lingkaran melambangkan sifat lembut, aman, dan tidak mengancam. Mengutip dari *The Walt Disney Family Museum*, lingkaran dan oval sangat cocok digunakan untuk karakter yang ramah. Lingkaran juga tidak memiliki sudut tajam, yang secara bawah sadar memberikan kesan bahwa karakter tersebut tidak berbahaya dan mudah didekati, bentuk mereka yang bulat menimbulkan perasaan lembut dan ramah (*soft and harmless*). Semua ini selaras dengan narasi Mickey Mouse sebagai karakter yang ramah dan bersahabat.

B. Warna (*Palette*)

Pemilihan warna adalah salah satu bagian dalam desain karakter. Seleksi warna yang tepat dan hierarki yang jelas akan mendukung identitas visual karakter dan memperkuat narasi yang disampaikan. Salah satu cara yang baik untuk menonjolkan cerita atau potongan kisah tentang karakter adalah dengan menggunakan warna dominan. Warna utama ini kemudian dapat didukung oleh

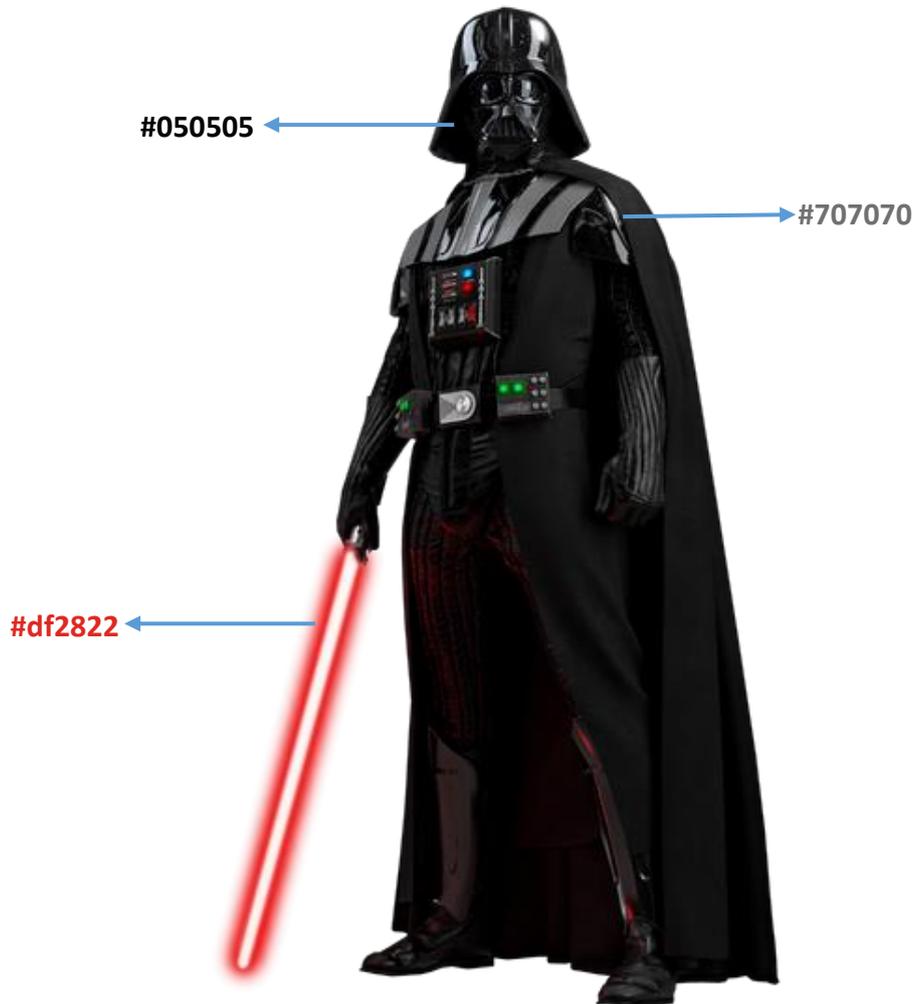
warna-warna pendamping menggunakan prinsip *color theory* untuk menciptakan palet harmonis. Penggunaan palet sederhana sering kali lebih baik, audiens bisa lebih mudah menangkap kesan dan sifat karakter tanpa terdistraksi oleh kerumitan visual. *Color theory* dapat membantu memilih warna-warna pendukung agar palet tetap harmonis dan sesuai dengan narasi yang ingin disampaikan.

Selain sebagai elemen estetika, warna memiliki pengaruh psikologis yang kuat. Warna dapat memicu emosi dan menciptakan perasaan tertentu pada audiens. Dengan memanfaatkan efek psikologis ini, desainer bisa mengomunikasikan sifat atau karakteristik tertentu dari tokoh yang dibuat. Contoh penerapan warna yang kuat bisa dilihat dari *Darth Vader*, salah satu karakter paling ikonik dan langsung bisa dikenali dengan afiliasi warnanya. Karakter ini sangat erat hubungannya dengan hitam dan merah. Dari perspektif *color theory*, hitam sebenarnya tidak dianggap sebagai warna, tapi lebih sebagai value yang sangat rendah dari suatu warna (*hue*) sehingga memunculkan tingkat warna yang sangat gelap. Untuk lebih jelas lihat gambar 3 di bawah.



Gambar 3 *Hue, value, dan saturation* warna dalam *color picker* Photoshop
Sumber: Reddit

Mengikuti logika ini, desain *Darth Vader* bisa dikatakan menggunakan palet *monochromatic* merah, dengan variasi value dan saturasi untuk memunculkan warna-warna yang berbeda.



Gambar 4 Palet warna *Darth Vader*
Sumber: Fandom, *Darth Vader*

Dalam *color psychology*, warna merah diasosiasikan dengan agresi, kemarahan, dan amukan. Hal ini terlihat pada *lightsaber* merah milik *Darth Vader*, begitu audiens melihatnya mereka langsung mendapatkan kesan bahwa ini adalah karakter yang penuh amarah dan kekerasan. Warna merah ini mencerminkan sifat agresif dan emosional yang mendefinisikan *Darth Vader*, sesuai dengan visi narasi yang ingin disampaikan oleh George Lucas dalam kisah *Star Wars*.



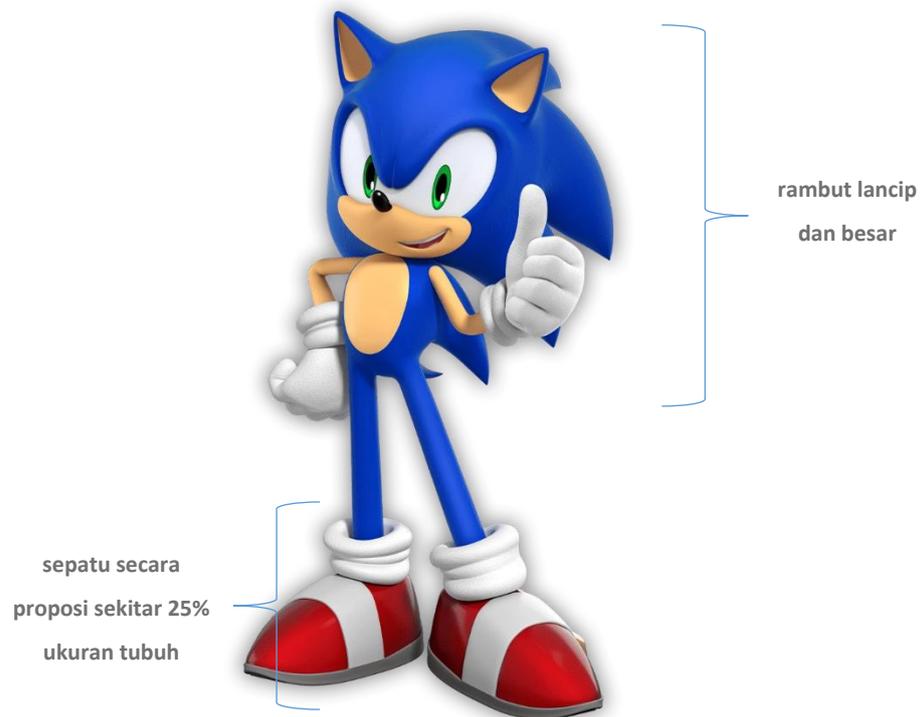
Gambar 5. *Darth Vader* sebagai sosok misterius
Sumber: Flickr, Pinterest

Warna hitam dalam desain *Darth Vader* membawa lapisan makna yang lebih dalam. Dalam *color psychology*, hitam sering dihubungkan dengan misteri, kejahatan (*evil*), dan kesedihan (*grief*). Warna hitam memberi kesan bahwa *Darth Vader* adalah karakter yang menyembunyikan perasaan atau rahasia, menciptakan jarak emosional dan memisahkannya dari dunia di sekitarnya, seolah-olah dia antisosial dan terasing. Selain itu, hitam juga erat kaitannya dengan kematian dan kehilangan, memberikan kesan muram dan penuh penderitaan. Dalam konteks *Darth Vader*, hal ini bisa diartikan sebagai manifestasi dari rasa kehilangan yang dia alami terhadap Padme, atau mencerminkan rasa duka dan kehancuran yang dia bawa kepada orang lain.

C. Exaggeration

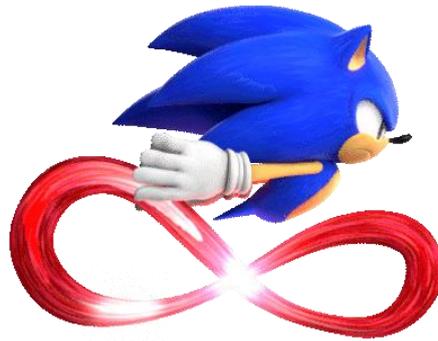
Beberapa sumber berargumen bahwa *exaggeration* atau melebih-lebihkan karakteristik desain karakter adalah aspek yang paling penting dalam desain karakter karena langsung berhubungan dengan *storytelling*. *Exaggeration* membantu mengomunikasikan sifat dan identitas karakter dengan lebih jelas

kepada audiens. Sama seperti bentuk dan warna yang bisa memicu emosi dan kesan tertentu, *exaggeration* dalam proposi memungkinkan audiens menangkap kepribadian karakter hanya dengan melihat bentuk fisiknya. Prinsipnya adalah mengambil aspek yang relevan dengan kepribadian karakter, lalu diamplifikasi agar lebih menonjol dan mudah dikenali. Misalnya, jika ingin menciptakan karakter yang kuat, dada dan lengan bisa diperbesar secara berlebihan untuk menegaskan kekuatannya. Sementara itu, karakter yang cerdas bisa ditampilkan dengan dahi yang lebar dan kacamata besar, memberikan kesan intelektual.



Gambar 6. Proposi Sonic *The Hedgehog*
Sumber: Fandom, Sonic

Salah satu contoh paling ikonik dari *pop culture* yang menggunakan *exaggeration* dengan baik adalah *Sonic The Hedgehog* pada gambar 6 di atas. Proporsi sepatu dan “rambut” Sonic adalah bagian yang paling ditunjukkan secara berlebihan dan mendominasi desainnya, sehingga langsung menomunikasikan sifat utamanya: cepat dan lincah.



Gambar 7 *Exaggeration* dalam pose lari Sonic
Sumber: Fandom, Sonic

Sepatu besar Sonic menggambarkan kecepatan seolah dia selalu siap berlari kapan saja, sementara rambut runcing dan dinamisnya menegaskan pergerakan cepat dan energi tinggi. Dengan proporsi yang didesain sedemikian, audiens bisa langsung menangkap bahwa Sonic adalah karakter yang penuh semangat, gesit, dan berjiwa bebas. Tanpa *exaggeration* ini, sifat dan identitas Sonic tidak akan terlihat jelas bagi audiens. Ketiga komponen itu merupakan detail-detail yang dapat memberikan potongan narasi untuk karakter tersebut. Sebagai tambahan, menurut salah satu artikel *Fiveable* tentang prinsip desain karakter untuk visual storytelling, detail karakter dapat berupa pakaian, aksesoris, dan ciri fisik. Contoh terkenalnya adalah topi dan cambuk Indiana Jones, yang menjadi aksesoris ikonik yang memperkuat narasinya sebagai seorang petualang. Begitu juga dengan luka dan bagian tubuh *cybernetic* pada Darth Vader, yang memberi petunjuk tentang latar belakang tragisnya.

KESIMPULAN

Meskipun ada berbagai argument mengenai aspek terpenting dalam desain karakter, satu hal yang disepakati adalah bahwa desain karakter harus bercerita. Setiap elemen visual dalam desain karakter menyampaikan cerita atau potongan narasi yang memungkinkan karakter tersebut terhubung secara emosional dengan audiens. Kunci utama dalam proses ini adalah pemahaman mendalam tentang teori dasar yang membentuk karakter-karakter itu dan bagaimana setiap elemen visual mempengaruhi persepsi audiens. Dengan memahami dasar-dasar dan teori, serta efek psikologis yang ada di setiap

elemen visual karakter, desainer seharusnya dapat menciptakan karakter yang tepat untuk keperluan narasi yang ingin disampaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual seperti bentuk, warna, dan *exaggeration* dalam desain karakter dapat memberikan petunjuk cerita (*visual cues*) dan mendukung alur cerita secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan teori visual *storytelling* yang menyatakan bahwa setiap elemen visual memberikan nilai dan pesan tertentu. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi desainer untuk menciptakan karakter yang tidak hanya memorable, Tetapi juga mampu menjadi media naratif yang kuat dan relevan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar banyak parainsan akademis di bidang Desain Komunikasi Visual yang mengkaji desain karakter yang dibahas dalam penelitian ini dengan berbagai bidang ilmu yang berbeda untuk mengkaji dan menganalisis lebih dalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- CharacterHub. (2024). *Good Vs. Bad Character Design: What Makes A Character Design Bad?*. CharacterHub. <https://characterhub.com/blog/character-resources/bad-character-design#detail>
- Deguzman, K. (2021). *What is Character Design - Tips on Creating Iconic Characters*. StudioBinder. <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-character-design-definition/>
- Fiveable. (n.d.). *Character Design Principles to Know for Advanced Visual Storytelling*. Fiveable. <https://library.fiveable.me/lists/character-design-principles>
- Josephson, S., Kelly, J., & Smith, K. (Eds.). (2020) *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media* (2nd ed.). Routledge.
- Patriansah, M., Sapitri, R., & Nugraha, M. I. (2023). Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Layanan Masyarakat 'Stop Hoax'indosiar. *Artchive: Indonesia Journal of Visual Art and Design*, 4(1), 92-111.
- Patriansah, M., & Dion, K. (2023). Analisis Prinsip Desain Logo PAL TV Dalam Perspektif Budaya Digital. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 5(2), 93-102.
- The Walt Disney Family Museum. (2020). *Tips & Techniques: Shape Language*. The Walt Disney Family Museum.
- Van Braam, H. (2024). *Color Psychology 101*. Color Psychology. <https://www.colorpsychology.org/>
- Walter, E. & Gioglio, J. (2014). *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*. McGraw-Hill Education.