

PERANCANGAN DESAIN KARAKTER UNTUK GAME
PATH OF IDENTITY BERDASARKAN KONSEP TRITANGTU SUNDA

DESIGNING OF CHARACTER DESIGN FOR GAME
"PATH OF IDENTITY" BASED ON THE CONCEPT OF TRITANGTU SUNDA

Fakhri Al Hazmi Luthfan¹, Asep Kadarisman, S.Sn., M.Sn²

¹. Mahasiswa Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

². Dosen Pembimbing S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹fakhrialhazmi@gmail.com, ²asep@tcis.telkomuniversity.ac.id,

Abstrak:

Character design adalah salah satu bentuk ilustrasi yang hadir dengan konsep "manusia" dengan segala atributnya (sifat, fisik, profesi, tempat tinggal bahkan takdir) dalam bentuk yang beraneka rupa, bisa hewan, tumbuhan ataupun benda-benda mati, dan kemampuannya dalam merepresentasikan dalam bentuk digital. Langkah-langkah atau proses yang dilakukan dalam mendesain sebuah karakter dalam game dan pengembangan karakter seperti memunculkan sifat dari karakter, penampilan setiap karakter, dan latar belakang dari karakter yang sesuai dengan konsep game yang berdasarkan konsep tritangtu sunda, yang bertujuan sebagai konten dalam game dan dapat merepresentasikan nilai-nilai Tritangtu Sunda kedalam sebuah karakter. Dalam mendesain karakter dibutuhkan beberapa faktor penting, yaitu konsep, warna, bentuk, perpaduan, kepribadian dan keunikan. Karakter-karakter harus mempunyai bentuk dan keunikannya sendiri, tetap menjaga nilai-nilai dan makna dari Tritangtu Sunda meski dalam gambar visual yang berbeda dan berkesan hidup. Dalam perancangan sebuah desain karakter terlebih dahulu akan dibuat berupa sketsa yang masih menggunakan media kertas. Dan digambar ulang beserta memberi warna dengan menggunakan software Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Hasilnya adalah terancangnya desain karakter untuk dijadikan konten dalam game "Path of Identity" yang muatannya dapat mempresentasikan nilai-nilai Tritangtu Sunda. Selain perancangan desain karakter, perancangan media promosi berupa Artbook berisi konsep visual yang bertujuan mengkomunikasikan produk untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas.

Kata Kunci : Desain Karakter, Konsep desain, Tritangtu

Abstract:

Character design is a form of illustration which has the concept of "human" with its own attributes (traits, physique, profession, origin, or even its fate) and with its various form, such as animal, plants, or inanimate objects, and its ability to represents in form of virtually digital. The step or process to design a character for a game and developing its character such as traits from each character, character appearances, and the character backgrounds according to Tritangtu Sunda as its game concept, that acts as in-game contents and can represents Tritangtu Sunda concepts into characters. In designing characters, there are important factors such as concept, color, shape, harmony, personality, and its uniqueness. Characters should have its own shape and uniqueness, keep preserve the meaning of Tritangtu Sunda even just slightly different in terms of visuals, easy to remember characters, and looks alive. The step when designing characters is to create sketches first using paper as its media, redraw them and put suitable colors into it using Adobe Illustrator and Adobe Photoshop. The result is a content in form of character designs for game called "Path of Identity" which will be representing the concept of Tritangtu Sunda. Aside from character design, promotional media such as art book contains of visual concepts which intends to promote product to be more known to wider audience.

Keywords: *Character design, Concept design, Tritangtu*

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia memiliki beragam suku bangsa. Seperti kebudayaan yang memiliki ciri khas masing-masing. Kebudayaan tersebut dibangun dengan jangka waktu yang tidak sebentar, dibangun melalui pemahaman dan pengalaman masyarakat seperti suku-suku yang ada di Indonesia. Salah satunya adalah suku Sunda yang memiliki kekayaan berbagai macam warisan budaya seperti Bahasa, kesenian, pakaian, perkakas, arsitektur (rumah adat), dan lain sebagainya. Ada juga warisan yang berupa perilaku seperti sistem pemerintahan, tata letak desa, upacara adat, atau cara bercocok tanam. Peninggalan budaya tersebut dianggap sebagai identitas dari suku Sunda, tidak jarang pula masyarakat Sunda modern membangun identitas Sunda berdasarkan dari peninggalan-peninggalan tersebut yang sifatnya *tangible* atau terlihat.

Selain warisan budaya yang berupa artefak dan perilaku, leluhur orang Sunda juga mewariskan warisan yang berwujud gagasan atau falsafah, serta pandangan hidup yang dijadikan sebagai pegangan dalam menjalani kehidupan ini. Gagasan tersebut dapat diketahui dalam beberapa ungkapan, salah satu yang terkenal bagi orang Sunda adalah *Tekad, Ucaph, dan Lampah (Tritangtu)* atau bisa dimaknai menjadi niat, ucapan, dan tindakan. Selain itu, orang Sunda terkenal dengan pameo *silih asah, silih asih, silih asuh* yang menjadi pegangan dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Masih banyak lagi gagasan-gagasan yang telah diwariskan dan bersifat *intangible* atau tidak terlihat secara fisik. Warisan inilah yang sebenarnya menjadi aspek dasar atau pondasi dari terciptanya identitas dari sebuah kebudayaan. Seperti yang di ungkapkan Jakob Sumardjo (2015: 5), "Identitas budaya tidak terletak pada benda-benda budaya itu sendiri, tetapi cara kerja, cara berpikir, cara membangun makna atas benda-benda budaya, dari zaman ke zaman" Dengan begitu, kita dapat memahami bahwa identitas yang sejati ada didalam diri individu atau masyarakatnya yang berbentuk gagasan (*intangible*), kemudian terwujud dalam budaya berbentuk makna pada artefak atau perilaku tertentu (*tangible*).

Saat ini mungkin sebagian besar orang Sunda modern tengah menjalani kehidupan dengan berpucuk pada kebudayaan global yang bercampur-campur. Bahkan mungkin sudah berakar pula pada kebudayaan global tersebut. Peribahasa Sunda menyatakan bahwa kebawah kita harus punya akar dan ke atas kita punya pucuknya, jangan sebaliknya, yakni ke bawah tak punya akar, ke atas tak punya pucuk, alias terombang-ambing tanpa tujuan yang pasti. Jakob Sumardjo (2015: 5) mengungkapkan, "Dengan demikian jelas permasalahannya, bahwa kita, masyarakat urban ini, telah melupakan akar-akar budaya lokal kita, tidak seperti masyarakat perdesaan terpencil yang sengaja atau tidak sengaja tetap berpegang teguh pada pikukuh nenek moyangnya". Mengingat arus budaya modern yang semakin hari semakin kuat, apakah kita akan menjadi masyarakat yang "berakar" dan "berpucuk" pada budaya modern, sambil tetap mengaku sebagai orang Sunda? atau akan berusaha melihat kebelakang dan mencari akar dari budaya Sunda sambil berpucuk pada budaya modern? sehingga menjadi orang Sunda modern yang tetap mengakar pada budaya Sunda.

Game sebagai salah satu produk desain, merupakan hiburan yang banyak digemari oleh masyarakat berbagai kalangan. Nilai jual dari *game* terletak pada cerita serta tampilan visual yang dimilikinya. Unsur-unsur yang membangun *game* seperti: karakter, lingkungan, *user interface*.

Berdasarkan beberapa unsur-unsur pembangun *game* seperti yang telah disebut di atas, karakter merupakan elemen visual yang paling penting. Karakter merupakan representasi dari pemain yang memainkan *game*. Maka dari itu melihat dari fenomena ini, perancang sebagai generasi muda ingin menyampaikan kepada generasi muda lainnya, khususnya generasi muda sunda, bahwa sebenarnya kita memiliki akar dan filosofi yang kuat dengan merujuk pada Tritangtu Sunda, hal yang harus dijaga kelestariannya.

Berangkat dari fenomena ini perancang bermaksud untuk merancang sebuah media yang dapat menyampaikan informasi mengenai Tritangtu Sunda dengan harapan hal ini dapat menjadi salah satu wujud pelestarian budaya lokal. Berdasarkan kompetensi ini dan latar belakang pendidikan yang penulis miliki, perancang akan merancang visual karakter yang nantinya akan dikembangkan sebagai konten dalam *game*. Dan sebuah *artbook* sebagai media pendukung yang berisikan konsep visual karakter yang sudah dapat merepresentasikan Tritangtu Sunda didalamnya. Sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah dari perancangan ini, yaitu :

1. Bagaimana merancang visualisasi karakter untuk kebutuhan game Path of Identity yang dapat merepresentasikan Tritangtu Sunda?
2. Bagaimana karakter dapat di aplikasikan pada *cutscene* dan *in-game*?

Tujuan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah :

1. Menghasilkan *visualisasi* karakter untuk kebutuhan *game* Path of Identity sebagai jembatan penghubung antara pemain dengan dunia *game*.
2. Dapat mempresentasikan nilai-nilai Tritangtu Sunda.

2. Teori

2.1 Kebudayaan

Dalam buku Sutrisno dan Putranto (2005) Raymond Williams berpendapat mengenai kata “kebudayaan” bahwa kata kebudayaan menjadi kompleks penggunaannya karena sekarang ini penggunaannya sering digunakan untuk mengacu pada sejumlah konsep penting dalam beberapa disiplin ilmu yang berbeda-beda dan dalam kerangka berpikir yang berbeda-beda. Serta terpengaruh oleh perubahan secara historis atau waktu ke waktu seperti Revolusi Industri atau Gerakan Nasionalisme.

2.2 Tritangtu

Menurut etimologi Sunda, *Tri* berarti tiga dan *tangtu* berarti pasti yang secara langsung dapat diartikan sebagai tiga yang pasti. Dalam kampung adat Sunda seperti Kasepuhan Ciptagelar, Kanekes (Baduy), Kampung Naga, dan lain sebagainya, *Tritangtu* dijadikan sebagai pedoman dalam menjalani kehidupan mereka sehari-hari. Terlihat dari produk budaya yang dihasilkannya. Sumardjo (2015) dalam bukunya menyatakan bahwa artefak budaya merupakan perwujudan dari pemikiran dari pembuatnya. Artefak Sunda seperti senjata kujang, boboko, rumah adat, dan benda lainnya terdapat suatu pola yang memiliki hubungan tertentu yang merujuk pada *Tritangtu*.

2.3 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual secara definisi adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai macam media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna, dan layout dengan tujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh target audien (Kusrianto, 2009:2).

2.3.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual

Dalam buku Desain Komunikasi Visual Terpadu (2006), Yongki Safanayong menjelaskan bahwa ada beberapa fungsi dari desain komunikasi visual sebagai berikut:

- *Inform*, sebagai sarana informasi yang mampu menjelaskan atau menerangkan.
- *Enlight*, sebagai penerangan untuk dapat membuka pikiran.
- *Persuade*, sebagai cara untuk membujuk yaitu menggunakan daya Tarik.
- *Protect*, sebagai pelindung seperti desain sampul atau kemasan.

2.3.2 Ilustrasi

Menurut Martha Thoma dalam Sofyan (1994: 171), Ilustrasi adalah lukisan yang berkembang dan terinspirasi dari karya kesusastraan yang dibuat untuk menghiasai naskah, dan untuk membantu menjelaskan cerita atau mencatat peristiwa.

Adapun fungsi-fungsi ilustrasi sebagai berikut:

- Memberikan gambaran tentang karakter-karakter dalam cerita.
- Memberikan gambaran tentang alat-alat yang digunakan dalam penulisan ilmiah.
- Memberikan gambaran tentang proses.
- Menghubungkan tulisan dengan kreativitas dan individualitas manusia.
- Menerangkan konsep yang disampaikan
- Memberikan rasa pada sebuah cerita seperti humor, romantic, dan sebagainya.

Ilustrasi dapat mempermudah penyampaian sebuah informasi atau pesan yang sulit disampaikan melalui lisan ataupun tulisan.

2.3.3 Warna

Warna merupakan alat ekspresi manusia. Warna dapat tercipta melalui cahaya, media untuk menangkap warna tersebut yaitu melalui mata. Berdasarkan percobaan Newton, warna terdiri dari tujuh warna pelangi yaitu warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, indigo dan ungu. (Darmaprawira, 2002)

Hideaki Chijiwa dalam bukunya *Color Harmony* membuat klarifikasi lain dari warna-warna, ia pun mengambil dasar dari karakteristiknya yaitu:

- a) Warna hangat : merah, kuning, coklat, jingga. Dalam lingkaran warna terutama warna-warna yang berada dari merah ke kuning.
- b) Warna sejuk : Warna dari hijau ke ungu melalui biru.
- c) Warna tegas : Warna biru, merah, kuning, putih, hitam.
- d) Warna tua/gelap : Warna tua yang mendekati warna hitam.
- e) Warna muda/terang : Warna-warna yang mendekati warna putih.
- f) Warna tenggelam : Semua warna yang diberi campurkan abu-abu.

2.4 Desain Karakter dalam Game

Dalam buku yang berjudul *Character Development And Storytelling for Games* Lee Sheldon menjelaskan bahwa karakter merupakan peranan yang paling penting untuk menjalankan dan mengatur dalam cerita, baik itu *player-character* (solo game), *many player-characters at once* (multiplayer), maupun *non-player character* (NPC). Lee Sheldon mengkategorikannya menjadi aspek tiga dimensi di dalam karakter atau *Three Dimensional of Character* yang melihat sosok karakter tidak dari luar saja tetapi aspek yang lebih dalam dalam seorang karakter. Berikut adalah *Three Dimensional of Character* menurut Lee Sheldon:

2.4.1 Physical of Character

Physical Dimension atau dimensi fisik pada sebuah karakter yaitu bagaimana penampilan dari seorang karakter yang dibuat, yang bukan hanya sekedar stereotip, akan tetapi penampilan karakter tersebut dapat mempengaruhi *game* tersebut.

2.4.2 Sociological of Character

Sociological Dimension atau dimensi pada sebuah karakter yaitu memperlihatkan dimana lingkungan dan budaya yang dimiliki karakter tersebut hidup.

2.4.2 Psychological of Character

Psychological Dimension atau dimensi psikologis pada karakter adalah setiap karakter diberikan adanya hubungan pada karakter lainnya didalam *game*, seperti kita yang memiliki hubungan dengan orang lain di kehidupan kita.

2.5 Non-Player Character (NPC)

Jeannie Novak dalam bukunya *Game Development Essentials* (2012:160) mengartikan NPC atau *Non-Player Character* sebagai karakter dalam dunia *game* yang tidak dimainkan atau dikontrol oleh pemain. Bahkan sebaliknya, karakter-karakter ini dibuat dan kendalikan oleh mesin kecerdasan buatan *game* atau Artificial Intelligence (AI).

2.6 Pipeline Perancangan Karakter

Didalam buku yang berjudul *NGANIMASI Bersama Mas Be! Milik Gotot Prakosa* (2012) menjelaskan bahwa desain karakter akan dibuat sesuai dengan tuntutan cerita. Bukan hanya sekedar penampilan luar yang menggunakan kostum dari era/zaman tertentu tetapi juga sekaligus mencerminkan sifat dan personaliti. Intinya membuat desain karakter lebih pada kebutuhan bagaimana sifat-sifat, personality, dan kepribadian yang sesuai dengan cerita yang dibuat. Pada buku *NGANIMASI Bersama Mas Be!* Ada beberapa tahap dalam perancangan karakter, yaitu:

2.6.1 Concept

Dalam membuat karya yang berhubungan dengan kreatifitas dibutuhkan riset yang memadai, ide awal dan konsep, termasuk didalamnya konsep cerita, konsep style, konsep desain karakter dan latar belakangnya yang matang sampai dengan eksekusinya.

2.6.2 Sketch

Setelah menentukan segala macam konsepnya maka diperlukan proses pembuatan sketsa karakter diatas kertas sebagai referensi visual. Proses desain karakter pertama adalah konstruksi anatomi mulai dari konstruksi kepala, konstruksi badan, berikut tangan dan kaki, pose dan line action. Kedua adalah rotasi karakter yaitu pembuatan gambar karakter yang bisa dilihat 360° dalam keadaan diam. Ketiga adalah ekspresi wajah yang dapat memperkuat situasi karakter.

2.7 Point of View Dalam Sebuah Game

Point of view adalah sebuah ruang menggabungkan property fisik dalam sebuah *game* termasuk perspektif, skala, batas, struktur, medan atau daerah, objek, dan style dari *game* itu sendiri. Dalam hal ini, salah satu property fisik yang penting adalah perspektif.

Salah satu perspektif yang ada dalam sebuah *game* adalah *point-of-view (pov)*. *point-of-view* ini dilihat dari mata seorang pemain *game*, ada 2 tipe *point-of-view* yaitu *first-person point-of-view* dan *third-person point-of-view*.

a) *First-person point-of-view*

Dalam sebuah *first-person point-of-view*, pemain melihat *game world* dari mata karakter atau *avatar* yang ada didalam *game*.

b) *Third-person point-of-view*

Dalam *third-person point-of-view*, pemain dapat melihat *avatar* mereka didalam *game*.

2.8 Proyeksi Isometrik

Isometrik jika masukkan kedalam kategori *point-of-view*, maka termasuk kedalam *third-person point-of-view* dikarenakan proyeksi isometrik memperlihatkan kepada pemain yang bukan hanya *avatar* mereka mainkan saja, melainkan *game world* atau *environment* yang ada disekitarnya dalam jarak pandang kemiringan 30-45 derajat.

2.9 Cutscene

Tujuan dari *cutscene/intro* adalah untuk membuka awal pengenalan sebelum pemain memulai *game*, suatu penting di dalam alur cerita *game* maupun suatu transisi antara tingkat satu dengan tingkat selanjutnya. Adanya *cutscene* atau *intro* pada *game* ini, membuat pemain secara perlahan akan masuk ke alur permainan atau kepada bagian selanjutnya dari *game*.

2.10 Artefak

Artefak adalah benda apa pun yang dihasilkan manusia, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan memiliki makna-makna tertentu. Artefak mencakup berbagai benda yang digunakan, seperti: perhiasan, rumah beserta parobotan dengan bermacam-macam modelnya, kendaraan, Koran/majalah, sampai makanan yang disajikan. Yang dijelaskan dalam buku berjudul Ilmu Pernyataan yang disusun oleh Herlina (49).

3. Pembahasan

3.1 Data Khalayak

Adapun segmentasi dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Demografi

| | |
|------------------|---|
| Usia | : 20 - 25 tahun |
| Jenis Kelamin | : Pria dan Wanita |
| Status tergolong | : Generasi muda Sunda dan <i>core gamer</i> |

- b. Psikografi

Secara psikografis, sasaran khalayak dari perancangan berdasarkan konsep Tritangtu Sunda ini adalah yang berusia 20 - 25 tahun berstatus sebagai generasi muda dari suku Sunda yang masih belum mengetahui dengan istilah Tritangtu sebagai dasar-dasar dari bentuk kebudayaan Sunda.

- c. Geografis

Segmentasi geografis dari perancangan ini ditujukan untuk generasi muda Sunda di Jawa Barat. Jawa barat sebagai segmentasi utama dari perancangan ini karena sebagian besar Provinsi Jawa Barat di diami oleh masyarakat dari Suku Sunda.

4. Konsep Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Berperan sebagai *character artist*, perancang dan *game designer* memiliki konsep yang sama dalam pembuatan *rhythm game* ini yaitu penyampaian Tritangtu Sunda berupa informasi lewat *game*. Perancang berfokus pada pembuatan *game character* pada suatu level sesuai dengan konsep dari *game designer* menerjemahkan Tritangtu Sunda kedalam karakter utama. Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan visual karakter dalam *game* Path of Identity adalah untuk mempresentasikan nilai-nilai Tritangtu Sunda dalam kebudayaan Sunda melalui karakter yang ada di dalam *game* tersebut baik dari segi fisik, psikologis, dan sosial. Ide besar dari perancangan karakter ini adalah menggabungkan unsur budaya dengan gaya kontemporer yang dapat menjadi jembatan untuk menyampaikan nilai-nilai Tritangtu Sunda kepada remaja khususnya generasi muda Sunda. Dari segi psikologis meliputi cara berpikir karakter sesuai kepribadiannya. Dari segi psikologi adalah bagaimana menciptakan *stereotype* dan *archetype* karakter yang memiliki ciri fisik yang mampu merepresentasikan kesundaan. Dan dari segi sosiologis, yaitu bagaimana pakaian, dan artefak yang digunakan, mampu merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan oleh perancang.

4.2 Konsep Kreatif

Dengan merancang desain karakter untuk *game* 2D “Path of Identity” ini yang menggambarkan seorang karakter utama atau *core character* dan beberapa karakter pendukung, diharapkan dapat tersampainya informasi mengenai nilai-nilai dari kebudayaan Sunda. Pada perancangan ini penulis berfokus pada merancang visual karakter utama dalam hal atribut yang memiliki makna yang diambil dari nilai-nilai Tritangtu dan karakter pendukung yang memiliki makna yang diambil dari nilai-nilai Tritangtu namun tidak se kompleks dari karakter utama.

4.3 Konsep Media

4.3.1 Media Utama

Media utama yang dijadikan perancangan desain visual karakter ini adalah untuk di aplikasikan pada konten dalam *game* yaitu untuk keperluan karakter *In-game* berupa bentuk Isometrik yang dapat dimainkan oleh pemain dan karakter pada *cutscene*. Dengan dirancangnya desain visual karakter ini, diharapkan dapat menarik target audience sehingga nilai-nilai Tritangtu dapat terepresentasikan.

4.3.2 Media Pendukung

Adapun media yang dapat mendukung media utama sebagai media promosi dapat berupa artbook yang berisikan konsep perancangan, sketsa, hingga visualisasi akhir karakter, ilustrasi karakter utama dalam bentuk isometrik, serta kelengkapan lainnya seperti sticker, x-banner, poster, mug, gantungan kunci, plakat acrylic berbentuk karakter.

4.4 Konsep Visual

4.4.1 Proyeksi Isometrik

Penggunaan visual yang digunakan dalam perancangan karakter utama untuk kebutuhan *In-game* yaitu dengan penggunaan proyeksi isometrik yang memiliki *point-of-view* atau persepektif *third-person point-of-view* menjadikan karakter dalam tampilan visual objek tiga dimensi lewat dua dimensi dengan kemiringan jarak pandang 30 derajat pada 2 arah yaitu arah kanan, dan arah kiri. Dengan penggunaan visual karakter mengikuti referensi karya sejenis yaitu *videogame* Harvest Moon: Back to Nature yang memiliki gaya penggambaran karakter dengan proporsi *chibi* yaitu dengan proporsi fisik, atribut, dan warna yang mengalami penurunan dari visual karakter orisinilnya. Karakter utama akan dimodifikasi dengan disederhanakan proporsi karakter, warna, atribut, dan yang menyesuaikan kebutuhan dalam *game*.

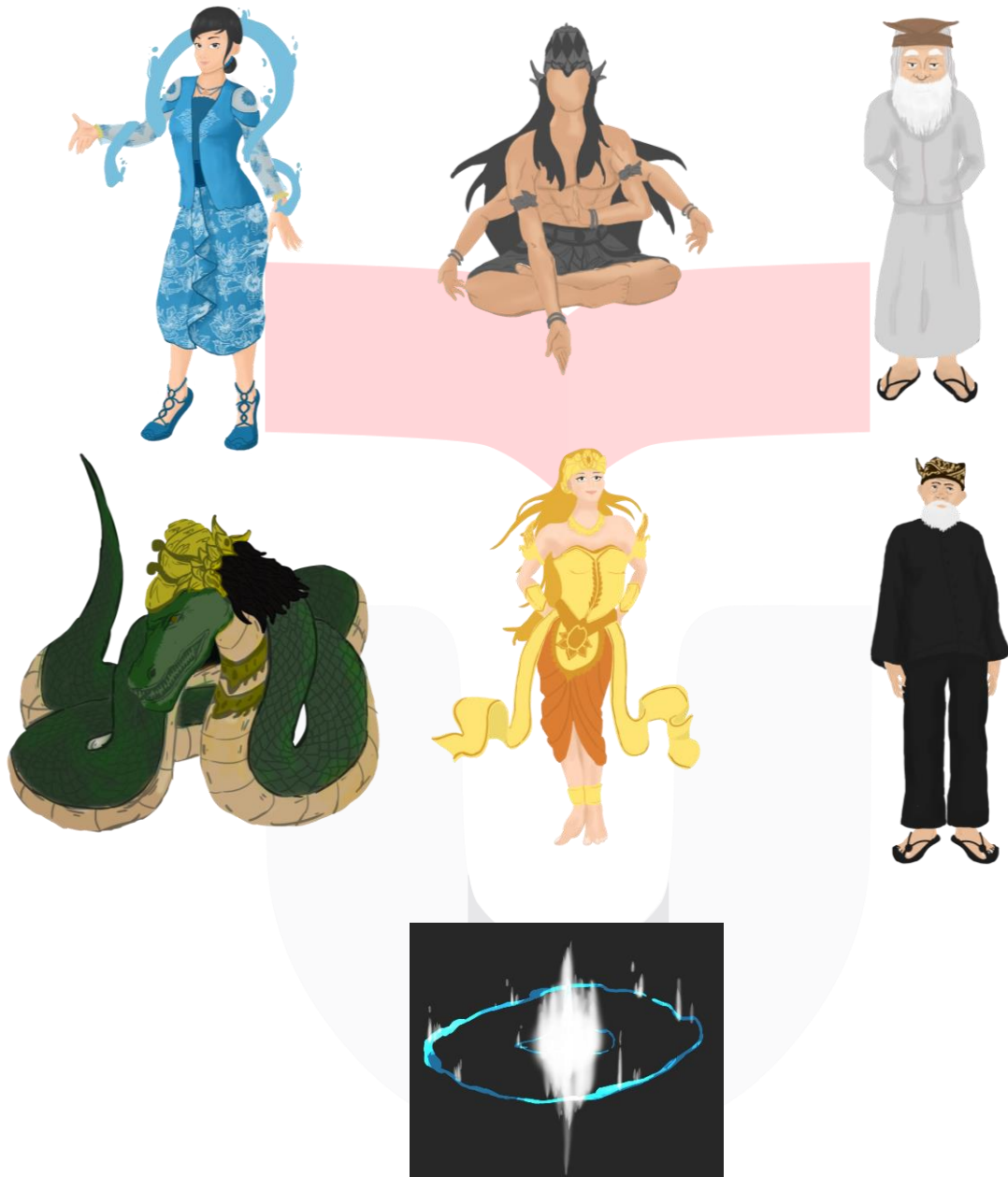
4.4.2 Cutscene

Penggunaan visual karakter pada *cutscene* sebagai jembatan antara pemain dengan alur cerita akan dirancang dengan mengikuti gaya visual *environment artist* yang dikerjakan dengan gaya atau style yang bersangkutan miliki. Dengan konsep *visual background* yang berlatar belakang lembah dan lereng hutan yang mengarah menuju kampung adat Sunda nantinya, jurang, dan kampung adat Sunda. Waktu pada siang hari. Referensi visual lingkungan alam diambil dari lingkungan alam sekitar Kasepuhan Ciptagelar.

4.4.3 Warna

Penggunaan pada warna yang digunakan dalam perancangan karakter menggunakan teori warna-warna yang memiliki sifat karakteristik, dan ada kaitan dengan tritangtu.

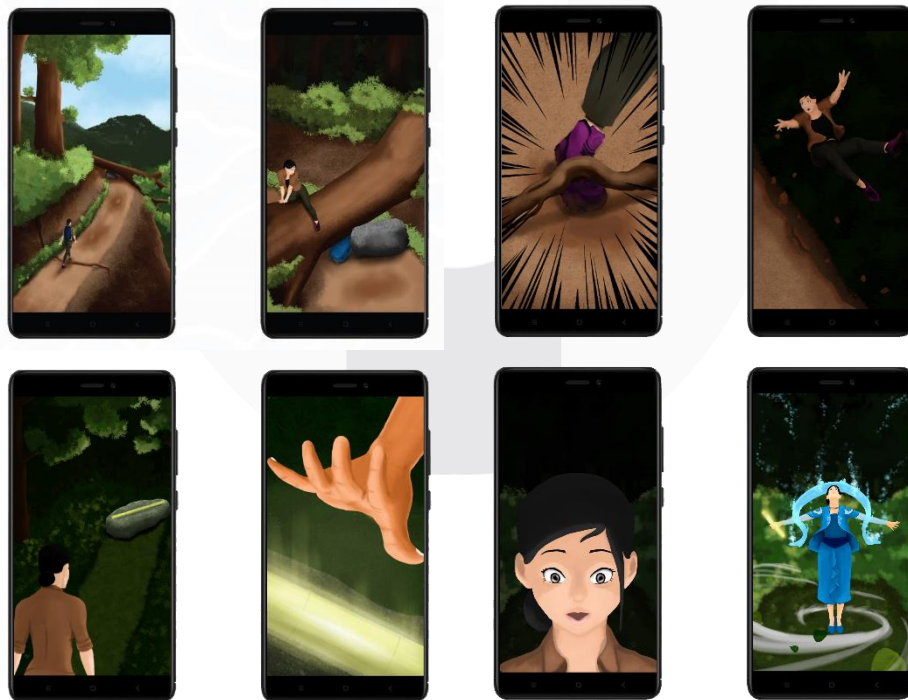
4.5 Hasil Perancangan



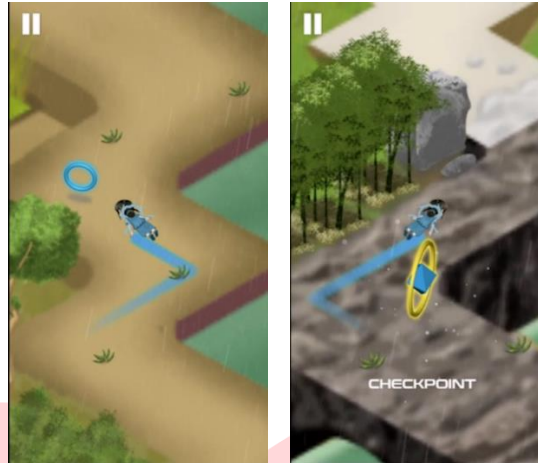
Gambar 1 Desain Karakter



Gambar 2 Desain Karakter pada Cutscene



Gambar 3 Pengaplikasian Desain pada Cutscene



Gambar 4 Pengaplikasian Desain Isometrik pada In-game

5. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan:

Berangkat dari fenomena yang ada, masyarakat modern saat ini khususnya generasi muda Sunda terlalu berpucuk dengan budaya modern saat ini, sehingga lupa akan akar budaya yang mereka milik. Pada akhirnya penulis ingin merancang media informasi yang dibutuhkan untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak karena media karakter dalam game lebih dapat mudah diterima oleh khalayak sasaran yaitu generasi muda Sunda. Karena gadget lebih sering dijumpai oleh remaja, dan media yang dirancangnya menggunakan gadget. Dengan adanya media perancangan visualisasi karakter yang dirancang dengan konsep budaya yang mengambil unsur-unsur pada Tritangtu Sunda yang diaplikasikan kedalam *game*, diharapkan lebih diketahui dan tersampainya pesan yang terkandung dalam karakter utama.

Daftar Pustaka

- Sumardjo, Jakob. 2015. Sunda: SUNDA Pola Rasionalitas Budaya. Bandung: Kelir.
- Sutrisno, Mudji. Hendar Putranto. 2005. Yogyakarta: Kanisius.
- Darmaprawira Sulasmi. 2002. Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya edisi Ke-2. Bandung: Penerbit ITB.
- Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Safanayong, Yongki. 2006. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: Arte intermedia
- Sheldon, Lee. 2004. Character Development & Storytelling for Games. Boston: Thomson Course Technology.
- Isbister, Katherine. 2006. Better Game Character by Design: A Psychological Approach. San Francisco: Elsevier.

Prakosa, Gotot. 2012. NGANIMASI Bersama Mas Be! Jakarta: PT. Elix Media Komputindo.

Novak, Jeannie. 2012. Game Development Essentials: An Introduction, Third Edition. New York: Delmar.

Leisure. Lukisan Waroge yang Selalu Ada di Rumah Adat Sindangbarang. www.republika.co.id. Diakses pada tanggal 20 juli 2018.

Andreyani, Sinta. 11140110234. Observasi Sindang Barang. www.youtube.com. Diakses pada tanggal 20 juli 2018.

