
STUDI EKSPRESI WAJAH KARAKTER PADA ANIMASI 3DCG “CARS” SEBAGAI DAYA TARIK VISUAL REMAJA

Kayla Kaltsum* , Agustiana Gusti Legoh**

*Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Narasi Visual Desain,
Institut Teknologi Bandung

** Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Narasi Visual Desain,
Institut Teknologi Bandung
e-mail: kaltsumkayla@gmail.com

KATA KUNCI

Animasi 3DCG,
Ekspresi, Remaja

ABSTRAK

Seiring kemajuan teknologi, semakin banyak remaja yang aktif mengakses internet. Mereka cenderung tertarik pada animasi dari era 2000-an, terutama yang menampilkan karakter berbentuk antropomorfis atau benda mati yang diberi kehidupan layaknya manusia. Salah satu contohnya adalah animasi “Cars” (2006), yang menggambarkan dunia mobil dengan tokoh utama seorang pembalap sombok yang terjebak di sebuah kota kecil. Film ini memanfaatkan teknologi 3DCG, sebuah inovasi visual yang berkembang di awal abad ke-21, dengan tampilan karakter yang ekspresif sehingga mudah dipahami oleh remaja. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi daya tarik remaja setelah menonton utam animasi tersebut dan apakah mereka masih paham dengan penyampaian ekspresi karakter “Cars” tersebut. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi terhadap remaja mengenai pemahaman mereka terhadap ekspresi karakter dalam animasi “Cars”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas remaja dapat memahami ekspresi yang disampaikan dalam animasi tersebut, yang juga menjadi faktor utama daya tariknya bagi visual remaja. Dengan implikasi, animasi “Cars” (2006) dengan teknologi modern dan karakter ekspresif terbukti efektif menarik perhatian remaja.

KEYWORDS

*3DCG Animation,
Expressions,
Teenagers*

ABSTRACT

As technology advances, more and more teenagers are actively accessing the internet. They tend to be interested in animations from the 2000s, especially those featuring anthropomorphized characters or inanimate objects that are given human-like life. One example is the animation “Cars” (2006), which depicts the world of cars with the main character of a cocky racer trapped in a small town. The film utilizes 3DCG technology, a visual innovation that developed in the early 21st century, with expressive character displays that are easily understood by teenagers. This study aims to analyze the perceived attractiveness of teenagers after watching the animation and whether they still understand the expressive delivery of the

“Cars” characters. Using a descriptive qualitative approach, the researcher collected data through interviews and observations of teenagers regarding their understanding of character expressions in the animation “Cars”. The results show that the majority of teenagers can understand the expressions conveyed in the animation, which is also a major factor in its appeal to teenagers' visuals. By implication, the animation “Cars” (2006) with modern technology and expressive characters proved to be effective in attracting teenagers' attention.

PENDAHULUAN

Teknologi perkembangan *new media* semakin lama semakin memuncak. Pengguna internet di Indonesia sebanyak 204,7 juta ⁽¹⁾. Anak muda merupakan pengguna terbanyak dalam pemakaian internet. Terdapat 80 persen dari jumlah usia 20 sampai 29 tahun yang memiliki angka tertinggi dalam penggunaan internet di Indonesia. Total 22, 3 juta jiwa setara dengan 82 persen termasuk ke dalam kategori usia 20-24 tahun. Sedangkan usia 25-29 tahun terdapat 80 persen atau 24 juta pengguna internet. Aktivitas yang dilakukan anak muda berupa menonton film, mendengarkan musik dan menonton acara secara *online*. Sehingga sumber hiburan pilihan utama bagi pengguna internet berikut yang menjadi indikasi dominan pada usia muda. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial dan internet sebagai media baru di kalangan anak muda. Perihal tersebut mengindikasikan pola gaya hidup baru. Menurut data tersebut perilaku anak muda ditandai dengan penggunaan media digital sebagai media komunikasi utama (2). Media baru memanfaatkan teknologi dalam jaringan

perangkat lunak sebagai sumber penyebaran informasi⁽²⁾. Alasan tersebut mengindikasikan bahwa teknologi *new media* menjadi magnet bagi ketertarikan populasi pada pertengahan abad 21.

Salah satu bidang perkembangan teknologi *new media* yang menjadi daya tarik populasi dalam periode 2000 sampai 2024 adalah bidang industri hiburan. Contoh *new media* dalam industri hiburan yaitu animasi 3D. Pengembangan animasi 3D yang dihasilkan komputer dimulai pada tahun 1990-an. Sehingga teknik tersebut berkembang setiap tahunnya. Dengan perbaikan yang terus dilakukan⁽³⁾. Sehingga timbulnya banyak persaingan antar perusahaan. Persaingan yang dimaksud merupakan persaingan dalam menarik minat audiens melalui animasi 3D. Konsumen lebih minat konten yang sesuai dengan preferensi dan format yang mereka sukai dalam era 2000-an ⁽⁴⁾. Salah satu perusahaan besar dalam pembuatan animasi 3D adalah Pixar Animation Studios.

Pixar pertama kali membuat animasi dengan teknologi 3D pada tahun 1986. Pada tahun 2024, perusahaan Pixar telah memproduksi

sekitar 27 film. Salah satu karyanya adalah film “Cars” yang dirilis pada 9 Juni 2006. Animasi ini menggunakan teori *Anthropomorphism*. Teori ini mengacu pada penggunaan karakteristik manusia dalam suatu objek. Penggunaan karakteristik manusia dalam representasi lain sering dianggap sebagai refleksi dari aspek bawah sadar manusia, karena keterbatasan pemahaman manusia tentang realitas yang ada di sekitarnya⁽⁵⁾. Antropomorfisme memberikan ikatan emosional yang kuat. Sehingga memenuhi kebutuhan karakteristik yang penting dalam strategi pemasaran⁽⁵⁾. Untuk meningkatkan pemasaran yang tinggi. Maka penampilan objek animasi dalam beremosi, berekspresi dan bergesur sesuai dengan sifat manusia.

Manusia memiliki kemampuan unik untuk membayangkan dan menggunakan simbol secara kreatif. Sehingga dalam karakter animasi, ekspresi wajah sering digunakan untuk mengekspresikan karakter. Bahkan pada makhluk non-manusia seperti hewan, tumbuhan dan objek lainnya⁽⁶⁾. Karena bentuknya mobil yang tidak mempunyai tangan maupun kaki dalam animasi “Cars”. Sehingga hanya diperlukan emosi dari ekspresi wajah. Penampilan wajah yang menyerupai manusia dapat menciptakan ilusi kehidupan dan keakraban yang lebih besar. Meningkatkan daya tarik karakter kepada penonton dan memperkuat keyakinan akan keaslian tokoh tersebut⁽⁶⁾. Dengan begitu ekspresi dalam animasi “Cars” lebih fokus

dalam menganimasikan wajah terutama bagian mata. Pembuatan ekspresi wajah pada animasi “Cars” menggunakan teknik grafis komputer 3D.

Perbandingan antara animasi tahun 2006 dengan 2024 yaitu kemajuan teknologinya lebih canggih, sehingga meningkatkan kualitas visual cerita, memungkinkan animasi yang lebih detail dan dinamis. Seperti animasi “Cars” menggunakan teknik animasi 3DCG yang diproduksi melalui perangkat lunak. Pembuatan karakter 3D lebih mudah dibandingkan dengan teknik 2D. Walaupun dibuat menggunakan perangkat lunak 3D, animasi 3D tetap menyesuaikan dengan pendekatan aturan animasi 2D. Dikarenakan animasi 3D tetap akan terlihat sama seperti gambar 2D ketika diproyeksikan pada layar lebar⁽³⁾. Maka dalam pembuatan animasi 3DCG akan tetap menggunakan teori 12 prinsip animasi. Agar gestur animasi terlihat lebih manusiawi. Sehingga mampu menarik perhatian visual khalayak sasaran termasuk para remaja.

Pada tahun 2020, remaja sering menggunakan media sosial untuk mengakses berbagai konten seperti media sosial lainnya, video, animasi kartun dan teater modern⁽⁷⁾. Animasi menjadi salah satu konten yang paling dicari oleh remaja saat ini. Minat terhadap animasi terus meningkat karena presentasi animasi yang semakin menarik, pesan yang mudah diingat dan kemudahan akses melalui platform online⁽⁷⁾. Sehingga dalam

pembahasan ini para remaja memiliki ketertarikan dalam animasi dan kemudahan aksesnya dalam menonton secara online. Para remaja juga kemungkinan memiliki pengetahuan yang cukup luas mengenai film. Termasuk animasi yang telah mereka tonton.

Demikian, animasi “Cars” kemungkinan diketahui oleh populasi remaja. Karena perkembangan teknologi pembuatan animasi menggunakan grafis komputer 3DCG. Maupun daya tarik visual ekspresi karakter yang mampu menarik perhatian para remaja. Dengan begitu penulis ingin menganalisis bagaimana bisa ekspresi karakter dari animasi 3DCG “Cars” mampu menarik visual remaja untuk menonton animasi tersebut.

Permasalahan dalam studi ini merupakan bagaimana skema visual ekspresi yang diterapkan oleh Pixar pada film animasi 3DCG “Cars” efektif dalam memainkan emosi para remaja. Apa saja strategi dibalik pembuatan animasi ini yang mampu memberikan daya tarik visual para remaja. Mengapa animasi berbentuk mobil mampu mengundang banyak minat audiens termasuk remaja. Tujuannya agar penulis memahami dan mengetahui garis besar dibalik pembuatan ekspresi dalam animasi 3DCG “Cars” sehingga menjadi daya tarik bagi visualisasi para remaja.

Berikut beberapa peneliti terdahulu yang memiliki kemiripan dalam penulisan. Pertama, jurnal *Designing a Rabbit Character's Waiting Motion in 3D Animation*

Short “Yue Bing”. Dibuat oleh Raynaldo Oscar Tandary dan Christine Mersiana Lukmanto tahun 2020. Mengenai proses perancangan gestur karakter antropomorfisme dalam animasi 3D. Kedua, jurnal *Perancangan Animasi 3D Punakawan Sebagai Media Edukasi dan Media Promosi Museum Wayang Kekayon*. Dirancang oleh Kartiko Bagaskoro tahun 2021. Membahas tentang manfaat penggunaan animasi dalam multimedia. Kemampuannya untuk mempermudah mencapai khalayak sasaran yang spesifik seperti anak-anak. Ketiga, jurnal *Animasi Ekspresi Wajah Pada Karakter Virtual 3 Dimensi Berbasis Radial Basis Function*. Dibuat oleh Matahari Bhakti Nendya tahun 2015. Mengenai pengusulan metode baru dalam membuat animasi ekspresi wajah pada karakter. Meningkatkan realisme dan daya tarik animasi tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

1. Ekspresi

Ekspresi wajah memiliki peranan penting dalam mengungkapkan emosi dan berfungsi sebagai salah satu sarana untuk menyampaikan informasi secara visual ⁽⁸⁾. Bukti paling konsisten mengenai ekspresi wajah universal adalah terkait dengan emosi kebahagiaan, kemarahan, rasa jijik, kesedihan dan ketakutan atau kejutan ⁽⁹⁾.

2. Animasi 3DCG

Proses pembuatan animasi adalah proses yang memberikan kesan kehidupan pada gerakan

suatu karakter melalui serangkaian gambar. Baik berupa manusia, hewan atau objek mati⁽³⁾. Di dalam buku *The Illusion of Life: Disney Animation* yang dipublikasikan pada tahun 1981, Frank Thomas dan Ollie Johnston memperkenalkan 12 prinsip animasi⁽¹⁰⁾.

1. *Solid Drawing*

Penggambaran karakter dalam berbagai angle dan perspektif sehingga menampakkan dimensi dan konsisten dalam animasi.

2. *Squash and Stretch*

Menampilkan fleksibilitas objek ketika bergerak dengan cepat yang membuktikan bahwa prinsip ini membuat objek mempunyai volume tertentu⁽¹¹⁾.

3. *Timing*

Banyak sedikitnya gerakan suatu bentuk atau gambar dalam *frame inbetween* untuk menentukan cepat atau lambatnya animasi⁽¹⁰⁾.

4. *Anticipation*

Antisipasi merupakan aksi persiapan dari arah yang berlawanan sebelum gerakan utama dilakukan agar berjalan dengan lancar dan tidak kaku⁽¹⁰⁾.

5. *Slow in and Slow out*

Perlambatan gerakan yang terjadi di awal dan akhir animasi. Untuk menghindari gerakan yang kaku⁽¹²⁾.

6. *Secondary Action*

Gerakan tambahan kepada karakter untuk memperjelas maksud dan tujuan aksinya⁽¹¹⁾.

7. *Arcs*

Gerakan yang mengikuti pola kurva lingkaran agar animasi terlihat natural dan tidak statis⁽¹⁰⁾.

8. *Follow Through and Overlapping Action*

Sebuah objek yang tetap bergerak meskipun gerakan utamanya telah berhenti⁽¹¹⁾. Digabungkan dengan aksi yang saling bertimpa satu sama lain.

9. *Straight Ahead and Pose to Pose*

Aliran animasi yang terus bergerak maju dari gambar satu sampai seterusnya⁽¹⁰⁾. Berisi banyak gambaran keyframe, dilanjutkan dengan menambahkan *inbetween* antara satu pose ke pose lainnya sehingga pergerakan lebih rinci untuk dilihat⁽¹³⁾.

10. *Staging*

Komposisi yang sudah jelas di dalam gambar karena peletakan objek pada adegan atau shot animasi telah memberikan maksud dan tujuan yang sesuai⁽¹⁰⁾.

11. *Exaggeration*

Pergerakan yang berlebihan ataupun hiperbolis⁽¹¹⁾.

12. *Appeal*

Karakter dengan penampilan yang berkharisma dan menarik untuk dilihat⁽¹²⁾.

3. Remaja

Remaja diklasifikasikan menjadi 3 tahapan berdasarkan usia mereka⁽¹⁴⁾.

1. Remaja Awal

Usia anak memasuki umur 10-13 tahun.

2. Remaja Pertengahan

Remaja dengan rentang usia 14-17 tahun.

3. Remaja Akhir atau Dewasa Muda

Remaja yang memasuki umur 18-24 tahun.

METODE

Studi ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif pada topik yang ditentukan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan masa lalu serta status terkini dari topik tersebut⁽¹⁵⁾.

Karena pada dasarnya animasi “Cars” merupakan animasi jadul yang dipublikasikan pada tahun 2006. Sehingga peneliti ingin memastikan kembali bagaimana visualisasi remaja setelah menonton ulang beberapa scene animasi tersebut pada tahun ini.

1. Pengumpulan Data

- Observasi

Metode Observasi adalah proses pengamatan secara sistematis terhadap elemen atau fenomena yang terlihat pada objek penelitian⁽¹⁶⁾.

- Wawancara

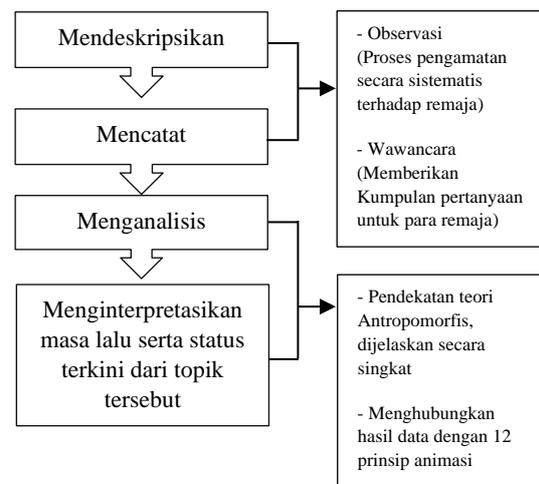
Peneliti akan memberikan kumpulan pertanyaan mengenai ekspresi pada animasi “Cars” melalui wawancara secara langsung dengan peserta remaja. Wawancara tersebut disertai dengan gambar maupun video dari beberapa scene yang tertera dalam animasi “Cars”.

2. Analisis Dokumen

- Menyelidiki bagaimana bahasa Antropomorfis dalam animasi “Cars” tersebut mampu mempengaruhi perasaan empati para remaja. Dengan meninjau literatur tentang Antropomorfisme. Karena secara tidak langsung tingkat antropomorfisme dilihat dari

setiap karakter yang ada di dalamnya yang bukan manusia melainkan benda mati⁽¹⁷⁾.

- Menghubungkan hasil data wawancara dengan penggunaan 12 prinsip animasi, yaitu *Solid Drawing, Squash and Stretch, Timing, Anticipation, Slow in and Slow out, Secondary Action, Arcs, Follow Through and Overlapping Action, Straight Ahead and Pose to Pose, Staging, Exaggeration* dan *Appeal*. Sehingga membuktikan bahwa dengan pemakaian prinsip tersebut, karakter dalam “Cars” bisa mengalami perubahan dari ekspresi. Dari yang seharusnya statis karena mereka berbentuk benda mati, menjadi lebih fleksibel.



Gambar 1. Diagram Pendekatan Metode Kualitatif Deskriptif Menurut Sandelowski (2000) beserta Alur Kerja.

Dari data tersebut, peneliti juga memilih aspek-aspek utama dan memusatkan perhatian pada hal-hal penting yang relevan dengan fokus penelitian ini⁽¹⁸⁾.

Tabel 1. Format Analisis

Judul	Studi Ekspresi Wajah Karakter Pada Animasi 3DCG "Cars" Sebagai Daya Tarik Visual Remaja
Penulis	Kayla Kaltsum, Agustiana Gusti Legoh
Abstrak	Dengan perkembangan teknologi, penggunaan internet oleh remaja semakin meningkat. Mereka menunjukkan ketertarikan pada animasi era 2000-an, khususnya yang menampilkan karakter antropomorfis atau benda mati yang dihidupkan seperti manusia. Contohnya adalah animasi "Cars" (2006). Film ini menggunakan teknologi 3DCG, sebuah inovasi visual yang muncul di awal abad ke-21, dengan karakter ekspresif yang mudah dipahami oleh remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana remaja merespons daya tarik animasi tersebut setelah menontonnya kembali, serta memahami apakah mereka masih mengerti ekspresi yang disampaikan karakter dalam <i>Cars</i> . Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi terhadap remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memahami ekspresi yang ditampilkan, yang menjadi salah satu faktor utama daya tarik visual animasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa <i>Cars</i> (2006), dengan teknologi modern dan karakter yang ekspresif, berhasil

	menarik perhatian remaja secara aktif.
Pendahuluan	<p>Latar Belakang:</p> <p>a. Perkembangan teknologi new media terus meningkat, dengan pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta orang. Anak muda menjadi kelompok pengguna terbesar, terutama usia 20-19 tahun, dimana 82% pada rentang usia 20-24 tahun (22,3 juta) dan 80% pada usia 25-29 tahun (24 juta) menggunakan internet. Aktivitas mereka meliputi menonton film, mendengarkan musik dan menikmati hiburan secara online, menjadikan internet sebagai sumber hiburan utama. Hal ini menunjukkan perubahan gaya hidup anak muda yang bergantung pada media digital sebagai alat komunikasi. New media, yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak menjadi daya tarik besar bagi populasi di pertengahan abad ke-21.</p> <p>b. Pixar mulai menggunakan animasi 3D pada 1986 dan telah menghasilkan 27 film hingga 2024, termasuk <i>Cars</i> (2006). Film ini menerapkan teori antropomorfisme, yakni pemberian sifat manusia pada objek, yang menciptakan ikatan emosional kuat. Pendekatan ini efektif dalam strategi pemasaran melalui karakter yang menampilkan</p>

	<p>ekspresi, emosi dan gestur mirip manusia.</p> <p>c. Manusia memiliki kemampuan unik untuk menggunakan simbol secara kreatif, termasuk dalam animasi, dimana ekspresi wajah sering digunakan untuk menggambarkan karakter, bahkan pada makhluk non-manusia. Dalam animasi <i>Cars</i>, yang menampilkan mobil tanpa tangan atau kaki, emosi diekspresikan melalui wajah, terutama mata. Wajah yang menyerupai manusia menciptakan ilusi kehidupan dan keakraban, emningkatan daya tarik karakter serta kepercayaan penonton terhadap keasliannya. Ekspresi wajah dalam <i>Cars</i> dibuat menggunakan teknik grafis komputer 3D.</p> <p>d. Animasi tahun 2006 dan 2024 menunjukkan peningkatan teknologi yang signifikan, dengan kualitas visual yang lebih detail dan dinamis. Misalnya animasi <i>Cars</i> menggunakan teknik 3DCG memastikan gestur karakter lebih manusiawi dan menarik perhatian, terutama bagi remaja. Pada 2020, remaja sering mengakses media sosial untuk berbagai konten, termasuk video, animasi kartun dan teater modern. Animasi menjadi salah satu konten favorit karena tampilannya yang menarik, pesan yang</p>		<p>mudah diingat dan akses mudah melalui platform <i>online</i>. Ketertarikan remaja terhadap animasi juga didukung oleh pengetahuan mereka yang luas tentang film, termasuk animasi yang telah mereka nikmati.</p>
		<p>Kajian Pustaka</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekspresi wajah memainkan peran penting dalam menyampaikan emosi dan informasi secara visual. Bukti konsisten menunjukkan bahwa ekspresi wajah universal terkait dengan emosi seperti kebahagiaan, kemarahan, jijik, kesedihan, ketakutan dan kejutan. 2. Proses pembuatan animasi memberikan kesan kehidupan pada gerakan karakter melalui serangkaian gambar, baik itu manusia, hewan atau objek mati. Dalam bukunya <i>The Illusion of Life: Disney Animation (1981)</i>, Frank Thomas dan Ollie Johnston memperkenalkan 12 prinsip animasi, yaitu <i>Solid Drawing, Squash and Stretch, Timing, Anticipation, Slow in and Slow out, Secondary Action, Arcs, Follow Through and Overlapping Action, Straight Ahead and Pose to Pose, Staging, Exaggeration</i> dan <i>Appeal</i> 3. Remaja dapat dibagi menjadi tiga tahap berdasarkan usia mereka, Remaja Awal (10-13 tahun), Remaja Pertengahan (14-17 tahun) dan Remaja

	Akhir atau Dewasa Muda (18-24 tahun).		
Metode	Studi ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan tujuan untuk memahami bagaimana remaja merespons animasi tersebut setelah menontonnya Kembali pada tahun 2024. Data ini dikumpulkan dengan observasi remaja selama menonton ulang animasi <i>Cars</i> dan wawancara remaja dengan pertanyaan mengenai ekspresi dalam animasi <i>Cars</i> , dilengkapi dengan gambar atau video dari beberapa <i>scene</i> . Adapun analisis dokumen dengan menyelidiki bagaimana Bahasa antropomorfis dalam <i>Cars</i> memengaruhi perasaan empati remaja, dengan meninjau literasi tentang teori antropomorfisme. Lalu, menghubungkan hasil wawancara dengan penerapan 12 animasi.		animasi <i>Cars</i> (2006) dair sudut pandang audiens, untuk mengetahui apa yang menarik bagi penonton ketika menontonnya lagi pada 2024. <i>Cars</i> menceritakan kehidupan dunia mobil, dimana karakter-karakternya bertindak seperti manusia. Salah satunya adalah karakter utama yang sombong dan percaya diri, namun segalanya berubah ketika ia terdampar di kota Radiator Spring. Peneliti mewawancarai beberapa partisipan untuk mengetahui pandangan mereka setelah menonton animasi ini kembali. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan merasa animasi tersebut menarik dan seru, meskipun ada yang merasa bingung dengan tujuan animasinya. Keunikan karakter mobil yang bergerak seperti manusia menarik minat penonton, meskipun ada yang merasa kesan pertama mereka aneh. Setelah menonton beberapa klip dari <i>Cars</i> dan mengaitkannya dengan 12 prinsip animasi, peneliti menemukan bahwa ekspresi karakter sangat efektif dalam menarik perhatian remaja. Misalnya, karakter "sombong" yang beraksi seperti manusia menampilkan emosi melalui prinsip <i>Appeal</i> , <i>Squash and Stretch</i> , dan <i>Exaggeration</i> , yang berhasil menarik perhatian penonton. Begitu juga dengan karakter "sedih" yang menunjukkan ekspresi kecewa melalui prinsip <i>Follow Through and Overlapping Action</i> dan <i>Staging</i> . Pada klip lain, karakter "takut" menunjukkan ketegangan dengan
Hasil dan Pembahasan	Hasil: Berdasarkan hasil wawancara, menunjukkan bahwa 9 responden berusia 20-22 tahun memberikan reaksi dan informasi yang serupa, yang disajikan dalam tabel analisis data wawancara. Pembahasan: Perkembangan teknologi <i>new media</i> sangat memengaruhi aktivitas audiens, seperti menonton acara atau kegiatan lainnya. Pada 2024, mayoritas orang sudah cukup memahami kualitas animasi 3DCG, yang terus berkembang setiap tahunnya. Peneliti menganalisis		

	<p>ekspresi yang berubah cepat dari senang menjadi takut. Ekspresi ini dianalisis menggunakan prinsip <i>Follow Through and Overlapping Action</i>, <i>Arcs</i> dan <i>Squash and Stretch</i>. Karakter “marah” menampilkan ekspresi yang berlebihan dengan prinsip <i>Exaggeration</i>, yang menambah ketegangan dalam adegan tersebut. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan 12 prinsip animasi dalam <i>Cars</i> membuat karakter-karakter dalam animasi ini lebih ekspresif dan menarik, yang berhasil menarik perhatian visual para remaja.</p>
Simpulan	<p>Berdasarkan hasil analisis, peneliti mengungkapkan strategi di balik pembuatan animasi 3DCG <i>Cars</i> (2006). Pixar memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat pada awal abad 21 untuk menciptakan animasi 3DCG, meskipun teknologi ini masih sulit dan perlu perkembangan pada tahun 1990-an. Mereka juga menerapkan teori Antropomorfis, Dimana karakter-karakternya adalah benda mati yang diberi sifat manusia, dengan gaya visual kartunis agar audiens penasaran tentang bagaimana mobil bisa menyampaikan cerita hanya melalui ekspresi tanpa tangan atau kaki. Hal ini menarik perhatian, terutama kalangan remaja yang sudah terbiasa dengan internet dan teknologi. Selain itu, keberhasilan <i>Cars</i> dalam menarik perhatian audiens juga didorong oleh penggunaan 12 prinsip animasi.</p>

	<p>Prinsip-prinsip ini membuat karakter-karakter dalam animasi lebih ekspresif dan fleksibel, sebagaimana dibuktikan melalui analisis gambar dalam cuplikan video dan hasil wawancara dengan remaja.</p>
--	--

HASIL

Peneliti mengambil partisipan yang telah memasuki fase remaja akhir. Berikut ini adalah data hasil wawancara mengenai kesan pertama mereka setelah menonton animasi “Cars” beserta catatan tentang apa yang menarik dari karakter tersebut bagi mereka.

Tabel 2. Hasil data wawancara tentang animasi dan karakter “Cars”

Umur	Kesan pertama menonton animasi “Cars” dan perbandingannya dengan mobil asli	Bagian karakter yang paling menarik
20	Menyenangkan, akan tetapi merasa kebingungan dengan apa yang mereka ucapkan. Karakter "Cars" lebih terlihat hidup	Jendela depannya berbentuk seperti mata beserta mulutnya
22	Menarik dan merupakan animasi yang legendaris untuk tahun 2006. Mempunyai karakter masing-masing sesuai dengan bentuk tipe mobilnya	Kelopak mata yang seakan-akan seperti alis
21	Terpukau karena merupakan animasi berbentuk mobil. Berkarakter seperti	Matanya yang berkelopak seperti alis

	manusia yang mempunyai mata dan mulut	beserta mulut
21	Bereaksi aneh ketika menonton saat kecil. Karakter Lightning McQueen sangat berkharisma	Mempunyai gerakan yang lentur seperti karet dan alisnya berekspresif
21	Tidak terkejut karena memang merupakan animasi kartun. Karakter "Cars" mempunyai mata dan mulut	Mukanya berekspresif
21	Kagum dan memiliki visual narasi yang bagus. Memiliki mata, mulut dan pintu mobil yang tidak bisa terbuka	Mulut dan Matanya berekspresif
20	Bingung dengan bagaimana bisa sebuah mobil mampu berbicara dan berjalan lalu balapan seperti manusia, akan tetapi tetap terlihat keren. Memanfaatkan semua bagian dari mobil untuk hidup seperti manusia dan hanya ditambah dengan mata dan mulut	Mata dan Alisnya berekspresif
21	Seru, karena karakter "Cars" memiliki ekspresi dan berkharisma. Sudah selayaknya kartun maka tidak kaget	Mulut dan Matanya berekspresif
20	Diawali dengan reaksi malas berakhir dengan reaksi seru. Mobil asli lebih kokoh sedangkan karakter "Cars" lebih kartunis dan	Mata

	memiliki ekspresi yang lucu	
--	-----------------------------	--

Selanjutnya merupakan data hasil wawancara mengenai sudut pandang para remaja setelah menonton beberapa cuplikan video animasi "Cars" yang diberikan.

Tabel 3. Hasil data wawancara untuk video ke-1 mengenai karakter mobil merah/pemeran utama (Lightning McQueen)

Umur	Emosi yang dirasakan	Ekspresi karakter animasi	Bagian yang paling berekspresif
20	Senang	Gembira	Mata
22	Lucu dan Gereget	Centil	Mata, Lidah dan Mulut
21	Nostalgia dan Geli	Centil dan Sombong	Mata
21	Terpukau	Percaya diri	Alis
21	Bingung	Sombong	Mata
21	Tegang	Sombong dan <i>Excited</i>	Lidah dan Mulut
20	Sebal	Sombong	Mulut dan Mata
21	Sebal	Songong dan Sombong	Mulut
20	Geli	Songong dan Percaya diri	Mata

Tabel 4. Hasil data wawancara untuk video ke-2 mengenai karakter mobil biru tua (Doc Hudson)

Umur	Emosi yang dirasakan	Ekspresi karakter animasi	Bagian yang paling berekspresif
20	Simpati	Marah dan Menyesal	Mata dan Mulut
22	Prihatin	Serius	Mata
21	Kesal dan Tegang	Sedih, Kesal, Marah dan Menyesal	Mata dan Mulut
21	Tensi	Kesal	Mata dan Mulut
21	Simpati	Kesal dan Dendam	Mata
21	Sedih	Sedih dan Kesal	Mata dan Mulut
20	Kasihani	Sedih dan Bijak	Mata
21	Kasihani	Menyesal	Mata
20	Kasihani	Sedih dan Kecewa	Mata dan Alis

Tabel 5. Hasil data wawancara dari video ke-3 untuk karakter pertama (Lightning McQueen)

Umur	Emosi yang dirasakan	Ekspresi karakter animasi	Bagian yang paling berekspresif
20	Senang dan Bingung	Takut	Mata
22	Panik	Takut dan Panik	Mata dan Mulut
21	Lucu	Takut dan Enjoy	Mata dan Alis

21	Bingung	Takut	Mulut
21	Bingung	Panik	Mata
21	Senang	Takut	Mulut
20	Senang	Takut dan Panik	Mulut dan Mata
21	Senang	Takut dan Senang	Mata
20	Gereget dan Tegang	Takut dan Panik	Mata dan Alis

Tabel 6. Hasil data wawancara dari video ke-3 untuk karakter kedua (Traktor Sapi)

Umur	Emosi yang dirasakan	Ekspresi karakter animasi	Bagian yang paling berekspresif
20	Senang dan Bingung	Marah besar	Mata
22	Panik	Marah besar	Mulut
21	Senang	Marah	Telinga, Mata dan Mulut
21	Takut	Marah dan Sebal	Mata dan Mulut
21	Tegang	Bersemangat	Mulut
21	Takut	Marah	Alis, Telinga dan Mata
20	Senang	Marah	Mulut dan Mata
21	Takut	Takut	Mata
20	Gereget dan Tegang	Marah	Mata dan Alis

Beberapa tabel di atas merupakan keseluruhan hasil data wawancara yang peneliti dapatkan

untuk dianalisis lebih lanjut ke dalam bagian pembahasan berikutnya.

PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi *new media* sangat mempengaruhi aktivitas audiens dalam menggunakan internet seperti menonton acara maupun kegiatan dan lainnya. Sehingga mayoritas populasi tahun 2024 sudah cukup mengenal dan mengetahui kualitas baik dan buruknya animasi 3DCG. Karena pada dasarnya beberapa animasi akan berbeda setiap tahunnya. Oleh karena itu, peneliti ingin menganalisis melalui animasi yang dirilis tahun 2006 dengan sudut pandang audiens. Apa yang bikin penonton mampu tertarik dengan animasi tersebut jika ditonton ulang pada tahun 2024.

Seperti topik yang saya ambil yaitu tentang animasi 3DCG “Cars”, menceritakan tentang kehidupan dalam dunia permobilan dimana semua karakter bertindak seperti manusia. Terdapat satu karakter sebagai pemeran utama yang bersifat sombong dan percaya diri jika mampu memenangkan sebuah pertandingan tanpa rasa takut. Akan tetapi semua hal itu berubah ketika ia tiba-tiba terdampar di sebuah kota asing bernama Radiator Spring. Sehingga perjalanan kembali menuju pertandingan dengan beberapa masalah pun bermunculan. Karena karakternya yang fiksi dan hidup seperti manusia, membangkitkan selera anak-anak tahun 2000-an untuk menonton animasi tersebut. Untuk mengetahui bagaimana perspektif anak-anak

periode 2000-an yang sudah menjadi para remaja dengan animasi tersebut di tahun 2024, peneliti mengambil beberapa partisipan untuk diwawancarai dan diobservasi.

Diawali dengan kesan pertama mereka terhadap karakter mobil yang dapat bergerak seperti layaknya manusia atau disebut juga dengan Antropomorfis. Mayoritas partisipan dari data hasil wawancara tersebut mengatakan kalau animasi tersebut menarik dan seru setelah ditonton dan sedikit dari partisipan beranggapan seperti bingung dan aneh tujuan animasi tersebut untuk apa tetapi tetap ditonton. Hal tersebut membuktikan bahwa keunikan karakter pada animasi “Cars” karena tindakannya yang jalan-jalan seperti manusia berhasil menarik minat penonton walaupun ada yang mengatakan bahwa kesan pertamanya aneh.

Selanjutnya, pembahasan mengenai perspektif partisipan setelah menonton beberapa klip video dari animasi “Cars” dan dihubungkannya dengan 12 prinsip animasi untuk memahami strategi di balik gerakan ekspresif dalam “Cars”.

Pada cuplikan gambar di bawah menceritakan bahwa karakter “sombong” sedang bertanding balapan bersama dengan pembalap lainnya. Disini ia menampilkan ekspresi yang songong dan sombong kalau dirinya pasti menang.

Tabel 6. Analisis ekspresi karakter “sombong” digabungkan dengan 12 prinsip animasi dan emosi partisipan selama menonton “Cars”

Scene	12 Prinsip Animasi	Emosi Partisipan
	<i>Appeal</i>	Senang dan Tegang
	- <i>Squash and Stretch</i> - <i>Exaggeration</i>	Sebal dan Geli

Berdasarkan hasil data wawancara bersamaan dengan hasil analisis di atas, sebanyak 80% partisipan yang merespon dengan emosi yang lucu . Karena ekspresi yang ditampilkan karakter “sombong” terlihat konyol dan terlalu percaya diri. Dihubungkan dengan 12 prinsip animasi gerakan dengan prinsip *Appeal* menjelaskan keberhasilannya dalam pembuatan karakter yang menarik perhatian sehingga banyak penonton yang merasa bahwa karakter tersebut berkharisma. Prinsip *Squash and Stretch* menampilkan ekspresi karakter “sombong” meregang dari batas bentuk badan mobilnya saat ia sedang berada di udara. Terakhir merupakan prinsip *Exaggeration*, dimana karakter “sombong” melebih-lebihkan ekspresinya untuk terlihat konyol ketika sedang melayang di udara.

Berikutnya, masuk ke dalam cuplikan video kedua dimana karakter “sombong” sedang berselisih dengan karakter “sedih”. Perselisihan tersebut terjadi karena karakter

“sedih” teringat dengan masa lalunya yang menyedihkan dan traumatis.

Tabel 7. Analisis ekspresi karakter “sedih” digabungkan dengan 12 prinsip animasi dan emosi partisipan selama menonton “Cars”

Scene	12 Prinsip Animasi	Emosi Partisipan
 (A)	<i>Follow Through and Overlapping Action</i>	Sedih, Kasihan dan Kesal
 (B)		
  	<i>Staging</i>	

Terkait hal itu, sebanyak 70% partisipan bersimpati dengan karakter “sedih”. Dalam cuplikan video tersebut karakter “sedih” menampilkan ekspresi yang kecewa dan menyesal kepada karakter “sombong”. Peneliti juga merasa kagum dengan pembuatan animasinya karena karakter “sedih” tetap berekspresif walaupun dalam keadaan diam. Sehingga masuk ke dalam prinsip *Follow Through and Overlapping Action* ketika emosi karakter “sedih” berubah dari kesal menjadi sedih dalam satu waktu.

Lalu prinsip *Staging*, ketika komposisi antara karakter “sedih” dengan karakter “sombong” menampilkan shot yang bagus karena kedua karakter tersebut memiliki peran yang sama-sama penting di animasi tersebut.

Kemudian dalam cuplikan video ketiga, memperlihatkan karakter “takut” bersama dengan salah satu temannya bermain-main dengan para traktor sapi yang sedang tertidur. Sehingga muncul sebuah karakter “marah” yang sangat besar. Oleh karena itu, karakter “takut” dengan temannya berlarian menuju arah jalan keluar kebun tersebut.

Tabel 8. Analisis ekspresi karakter “takut” dan karakter “marah” digabungkan dengan 12 prinsip animasi dan emosi partisipan selama menonton “Cars”

Scene	12 Prinsip Animasi	Emosi Partisipan
	- <i>Follow Through and Overlapping Action</i> - <i>Arcs</i>	Senang dan Bingung
	<i>Squash and Stretch</i>	
 (A)	<i>Exaggeration</i>	Takut dan Tegang
 (B)		

Berdasarkan hasil data yang didapatkan, mayoritas partisipan puas dan tegang melihat

adegan tersebut dengan perkiraan sebanyak 90%. Karena melihat ekspresi karakter “takut” yang berubah total dari wajah awalnya yang senang menjadi takut dalam hitungan detik. Adapun puas karena melihatnya terkena karmanya sendiri setelah mengganggu para traktor sapi. Sehingga peneliti menggabungkan ekspresi yang dipakai karakter “takut” dalam penyampaian visualnya dengan prinsip *Follow Through and Overlapping Action*. Sehingga diperlihatkan karakter “takut” dalam keadaan diam dan panik akan tetapi tetap lari. Karena dengan bantuan tanah yang bergelombang menyebabkan keseluruhan badannya berguncangan. Guncangan tersebut masuk ke dalam prinsip *Arcs*, dimana arus karakter mengikuti pola kurva lingkaran yang sudah ditentukan agar terlihat tidak kaku dan lebih fleksibel. Adapun prinsip *Squash and Stretch* ketika karakter “takut” berteriak ketakutan ketika melihat karakter “marah” yang besar. Karena penampilan ekspresinya yang terbuka dan merenggang dari matanya yang tertarik ke atas dan mulutnya yang jatuh secara lebar.

Kemudian, ditampilkan juga ekspresi yang tertera dalam karakter “marah”. Dimana pergerakan tersebut terhubung dengan prinsip *Exaggeration*, karena gerakan mukanya yang berlebihan sehingga penyampaian emosi amarahnya mampu menakuti penonton dan membuat suasana sedikit menegangkan. Walaupun pada saat yang bersamaan penonton terlihat gembira ketika karakter “marah” tersebut mengejar karakter “takut”.

Berbagai hasil analisis tersebut merupakan hasil pembahasan yang ditemukan oleh peneliti. Sehingga pada penyelesaian, karakter animasi “Cars” mampu menampilkan ekspresi secara terbuka dan lebar untuk berekspresif serta memuaskan untuk para penonton termasuk remaja. Karena adanya beberapa penggunaan 12 prinsip animasi yang peneliti dapatkan sehingga mampu menjadi daya tarik visualisasi mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti mengetahui strategi dibalik pembuatan animasi 3DCG “Cars” tahun 2006. Diawali dengan pengetahuannya tentang teknologi yang semakin kian berkembang pada awal abad 21. Sehingga Pixar berencana untuk membuat animasi dengan metode *new media* melalui animasi 3DCG dimana teknologi tersebut merupakan salah satu pemakaian yang sulit dan masih butuh perkembangan di tahun 1990-an. Mereka juga menggunakan teori Antropomorfis dimana karakter dalam animasi tersebut merupakan benda mati bernyawa manusia dengan menggunakan gaya visual yang kartunis sebagai cara agar audiens memiliki rasa ingin tahu yang tinggi bagaimana sebuah mobil mampu menyampaikan ceritanya hanya melalui ekspresi tanpa tangan maupun kaki. Pengguna teknologi pastinya akan berusaha mencari tahu dengan menonton animasi tersebut terlebih pula dengan kalangan remaja yang

sudah mulai beradaptasi dengan yang namanya internet maupun teknologi.

Tidak hanya strategi melalui pengguna internet, tetapi dibalik pembuatan keberhasilan animasi 3DCG “Cars” dalam mengambil perhatian audiens adalah dengan bantuan penggunaan 12 prinsip animasi. Sehingga animasi tersebut memiliki gestur yang lentur dan berekspresif termasuk penggunaan ekspresinya yang fleksibel menurut analisis dari beberapa prinsip yang dihubungkan dengan gambar-gambar dalam cuplikan video tersebut dan dari dasar hasil data wawancara kepada para remaja.

DAFTAR PUSTAKA

1. Annur CM. Pengguna Internet di Indonesia. databoks. 2022;1–2.
2. Hernani A, Dinas U, Sidoarjo K. MEDIA BARU DAN ANAK MUDA: PERUBAHAN BENTUK MEDIA DALAM INTERAKSI KELUARGA. Vol. 11, Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga. 2021.
3. Tandary RO, Lukmanto CM. DESIGNING A RABBIT CHARACTER’S WAITING MOTION IN 3D ANIMATION SHORT “YUE BING.” Vol. XIII. 2020.
4. Mukherji DrPK, Sengupta S. Media & Entertainment Industry: An Overview [Internet]. 2021. Tersedia pada: <https://avasant.com/insights/publications/technology-optimization/media-entertainment-industry-an-overview/>
5. Aroisi NS, Kurniawan RA. Metode Desain Karakter Aaron Blaise dengan Penerapan Antropomorfisme dalam Animasi Lakontara

- sebagai Upaya Pelestarian Ketoprak. CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication. 17 Juni 2023;4(1):63–78.
6. Khairunnisaa K, Ratri D. PEMBENTUKAN WATAK TOKOH MELALUI REPRESENTASI EKSPRESI WAJAH DALAM ANIMASI ISLE OF DOGS (2018) [Internet]. Vol. 09. 2023. Tersedia pada: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/index>
 7. Putu I, Tresnayasa T, Gede Purwita D, Putra GP, Yasa A. ANIMASI BONDRES 2D SEBAGAI DAYA TARIK REMAJA TERHADAP KESENIAN BONDRES [Internet]. Vol. 2, Jurnal Nawala Visual. Online; 2020. Tersedia pada: <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/nawalavisual>
 8. Jannah SAM, Khairunnisa RF, Purwajatnika Z, Kumalasari AD. PENGARUH PENGGUNAAN MASKER DI MASA PANDEMI TERHADAP IDENTIFIKASI EMOSI DASAR MELALUI EKSPRESI WAJAH. Jurnal Psikologi Sains dan Profesi (Journal Psychology of Science and Profession). 2022;6:77.
 9. Durán JI, Fernández-Dols JM. Do Emotions Result in Their Predicted Facial Expressions? A Meta-Analysis of Studies on the Co-Occurrence of Expression and Emotion. Emotion. 2021;21(7):1550–69.
 10. Artaty Zega S, Hidayah A, Ahmad Yani No J. PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP ANIMASI PADA FILM SERIAL ANIMASI “FICUSIA” EPISODE 1. Vol. 6, Journal of Digital Education, Communication, and Arts Article History. 2023.
 11. Priyono LA, Purwacandra PP, Gunanto SG, Widhiyanti K. PENERAPAN PRINSIP ANIMASI DALAM PENCIPTAAN ANIMASI 3D KEPITING. Journal of Animation & Game Studies. 2020;6:4.
 12. Artaty Zega S, Julyfer GP, NazarH I, Aditya W. Penerapan Prinsip-Prinsip Animasi Pada Film Pendek Animasi “Nohoax.” Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN) [Internet]. 2022;6(1):1–11. Tersedia pada: <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
 13. Hadi EK, Fadila JN, Nugroho F. Perancangan Animasi 3D “Remember” dengan Metode Pose to Pose. 2021;15. Tersedia pada: <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
 14. R R. Klasifikasi Remaja: Remaja Awal, Remaja Pertengahan, dan Remaja Akhir [Internet]. 2021 [dikutip 16 Juni 2024]. Tersedia pada: https://www.gramedia.com/literasi/klasifikasi-remaja/#2_Fase_Remaja_Pertengahan
 15. Lai CY, Lee TY, Lin CH. Perceptions of Taiwanese college students toward human papillomavirus infection: A qualitative descriptive study. J Pediatr Nurs. 1 Mei 2024;76:124–31.
 16. Ady Prasetya W, Wayan Suwatra II, Putu Putrini Mahadewi L. Pengembangan Video Animasi Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Matematika. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan [Internet]. 2021;5(1):60–8. Tersedia pada: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJL/index>
 17. Edwards AD, Shafer DM. When Lamps Have Feelings Empathy and Anthropomorphism Toward Inanimate Objects in Animated Films. Projections (New York). 1 Juni 2022;16(2):27–52.
 18. Bua MT. Efektivitas Media Animasi pada Keterampilan Membaca Permulaan Siswa di Sekolah Dasar. Jurnal Basicedu. 28 Maret 2022;6(3):3594–601.