

People. Innovation. Excellence.



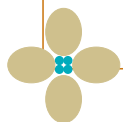
ISSN: 2087-1236

Volume 6 No. 2 April 2015



# humaniora

Language, People, Art, and Communication Studies



humaniora

Vol. 6

No. 2

Hlm.  
147-290

Jakarta  
April 2015

ISSN:  
2087-1236

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 2 April 2015

<b>Pelindung</b>	Rector of BINUS University	
<b>Penanggung Jawab</b>	Vice Rector of Research and Technology Transfer	
<b>Ketua Penyunting</b>	Endang Ernawati	
<b>Penyunting Pelaksana Internal</b>		
Akun	Dahana	Trisnawati Sunarti N
Retnowati	Sofi	Dila Hendrassukma
Agnes Herawati	Sri Haryanti	Dominikus Tulasi
Ienneke Indra Dewi	Sugiato Lim	Ulani Yunus
Menik Winiharti	Xuc Lin	Lidya Wati Evelina
Almodad Biduk Asmani	Shidarta	Aa Bambang
Nalti Novianti	Besar	Nursamsiah Asharini
Rosita Ningrum	Bambang Pratama	Rahmat Edi Irawan
Elisa Carolina Marion	Mita Purbasari Wahidiyat	Muhammad Aras
Ratna Handayani	Lintang Widyokusumo	Frederikus Fios
Linda Unsriana	Satrya Mahardhika	Yustinus Suhardi Ruman
Dewi Andriani	Danendro Adi	Tirta N. Mursitama
Rudi Hartono Manurung	Tunjung Riyadi	Johanes Herlijanto
Roberto Masami	Budi Sriherlambang	Pingkan C. B. Rumondor
Andyni Khosasih	Yunida Sofiana	Juneman
<b>Penyunting Pelaksana Eksternal</b>		
Ganal Rudiyanto	Universitas Trisakti	
<b>Editor/Setter</b>	I. Didimus Manulang Haryo Sutanto Holil Atmawati	
<b>Sekretariat</b>	Nandya Ayu Dina Nurfitri	
<b>Alamat Redaksi</b>	Research and Technology Transfer Office Universitas Bina Nusantara Kampus Anggrek, Jl. Kebon Jeruk Raya 27 Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530 Telp. 021-5350660 ext. 1705/1708 Fax 021-5300244 Email: ernaw@binus.edu, nayu@binus.edu	
<b>Terbit &amp; ISSN</b>	Terbit 4 (empat) kali dalam setahun (Januari, April, Juli dan Oktober) ISSN: 2087-1236	

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 2 April 2015

## DAFTAR ISI

<b>Danu Widhyatmoko</b> Nasionalisme di Era Internet .....	147-154
<b>Tobias Warbung</b> Tinjauan Ikonografi pada Lukisan “Hidup ini Indah apapun Keadaannya“.....	155-161
<b>Lilie Adelina Suhardjono</b> Peran Branding dan Desain dalam Usaha Pencitraan Identitas Bangsa .....	162-176
<b>Paramita Ayuningtyas</b> The Structural Analysis of <i>Pan` s Labyrinth</i> by Guillermo Del Toro as a Fantastic Film .....	177-183
<b>Mariana</b> Analysis of Movie <i>I am not Stupid 2: Parenting Style</i> .....	184-189
<b>Mia Angeline</b> Mitos dan Budaya .....	190-200
<b>Andreas James Darmawan; Lintang Widyokusumo; Dyah Gayatri Puspitasari</b> Perancangan Stiker Karakter Visual dalam Aplikasi <i>Chatting</i> : Kolaborasi Kebudayaan Jawa dan Wayang Kontemporer untuk Generasi Muda .....	201-211
<b>Agustinus Sufianto; Jemmy Tantra; Fenny Gunadi</b> The Influence of Shaolin Teaching to Houjie`s Personality Change in Shaolin Film (2011) .....	212-220
<b>Danendro Adi</b> Ilustrasi Kritik Sosial dalam Bahasa <i>Visual Metaphore</i> pada Karya Mahasiswa Mata Kuliah Ilustrasi Desain sebagai Studi Kasus .....	221-229
<b>Yuanita Safitri</b> <i>Public Relations</i> dan Masyarakat dalam Memacu Pertumbuhan Pariwisata.....	230-239
<b>Arik Kurnianto</b> Tinjauan Singkat Perkembangan Animasi Indonesia dalam Konteks Animasi Dunia .....	240-248
<b>Anak Agung Ayu Wulandari</b> Membaca Simbol pada Lukisan <i>Pertempuran antara Sultan Agung dan Jan Pieterzoon Coen</i> (1974) Karya S. Sudjojono .....	249-263
<b>Yustinus Suhardi Ruman</b> Praktik Demokrasi Pasca-Pemilu di Tingkat Lokal: Preferensi para Aktor Elite dalam Perspektif Teori Pilihan Rasional .....	264-271

# HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 6 No. 2 April 2015

## DAFTAR ISI

<b>Ferane Aristrivani Sofian</b> Konstruksi Makna <i>Smartphone</i> bagi Mahasiswa Jurusan Marketing Komunikasi di Universitas Bina Nusantara Jakarta .....	272-282
<b>Sofia Rangkuti;Evi Rosana Oktarini; Pininto Sarwendah</b> Pedophilia in the Novel <i>Lolita</i> by Vladimir Nabokov .....	283-290

# PERANCANGAN STIKER KARAKTER VISUAL DALAM APLIKASI CHATTING: KOLABORASI KEBUDAYAAN JAWA DAN WAYANG KONTEMPORER

Andreas James Darmawan; Lintang Widyokusumo; Dyah Gayatri Puspitasari

New Media Department, School of Design, BINUS University  
Jln. K.H. Syahdan No.9, Palmerah, Jakarta Barat 11480  
james.darmawan@binus.edu; lintangw@binus.edu; dyah@binus.edu

## ABSTRACT

*A new tradition in the use of chatting communication technology with mobile phone (cell phone) is more lively with the use of stickers. Stickers are used as a means to increase the emotion expressions of communication users. Current mobile phone technology, along with the development of high specifications (for visual depiction), is adequate to display complex visual. This prompts a new tradition that accepts even to be a new behavior in modern communication methods. Looking at this phenomenon, it is not impossible for an artist to open up the work area (creative economy) and the creation of new business areas in the visual characters of Indonesian culture. This study used the chatting phenomenon with stickers to introduce the culture of the puppet characters with contemporary approach for young people around the world. The method carried out included the depiction of classification of facial expression emotions and collaboration with the approach of some common sticker visualizations. The result was then put into the classification of semiotic theory combining with simplified visual approach to obtain the appropriate visual characteristics of the puppet. Research also involved visual craft of the purwa puppet as visual character basis for character deformation of the contemporary puppet. Thus, the application of visual stickers can be used by users for communication functions.*

**Keywords:** trend of chatting stickers, semiotics of visual design, Indonesian puppet characters, Indonesian contemporary puppet, chatting sticker application

## ABSTRAK

*Tradisi baru dalam penggunaan teknologi komunikasi chatting dengan ponsel (telepon genggam) makin marak dengan adanya penggunaan stiker. Stiker digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan ekspresi emosi pengguna komunikasi. Teknologi ponsel saat ini, seiring dengan perkembangan spesifikasi yang tinggi, memadai untuk menampilkan gambar visual yang kompleks. Hal ini mendorong tradisi baru yang menerima bahkan menjadi perilaku baru dalam metode komunikasi modern. Melihat fenomena ini, tidak mustahil bagi pekerja seni untuk membuka area karya (ekonomi kreatif) dan area bisnis baru dalam penciptaan karakter visual yang berbudaya Indonesia. Penelitian menggunakan fenomena chatting dengan stiker untuk memperkenalkan budaya karakter wayang dengan pendekatan kontemporer untuk orang-orang muda di seluruh dunia. Metode yang dilakukan meliputi penggambaran klasifikasi ekspresi emosi wajah dan kolaborasi dengan beberapa visualisasi umum dalam pendekatan stiker. Hasilnya akan dimasukkan ke klasifikasi teori semiotik dengan menggabungkan pendekatan visual sederhana, sehingga diperoleh karakteristik visual wayang yang sesuai. Penelitian menggunakan kerajinan visual wayang purwa sebagai karakter visual dasar untuk deformasi karakter wayang kontemporer. Dengan demikian, aplikasi stiker visual dapat digunakan pengguna untuk fungsi komunikasi.*

**Kata kunci:** tren stiker chatting, semiotika rancangan visual, karakter wayang Indonesia, wayang kontemporer Indonesia, aplikasi stiker chatting

## PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini adalah menyikapi dan mempertimbangkan perkembangan serta semarak tren komunikasi *chatting* yang berbasis teks yang membutuhkan media teks yang dapat mewakili emosi dalam komunikasi. Pada perkembangannya kebutuhan ekspresi ini dipenuhi dengan kode teks yang berkembang menjadi ikon yang disebut dengan *emoticon*. *Emoticon* menurut kamus Oxford adalah sebuah representasi dari ekspresi wajah seperti senyum atau cemberut, dibentuk oleh berbagai kombinasi karakter *keyboard* dan digunakan dalam komunikasi elektronik untuk menyampaikan perasaan si penulis atau nada dimaksudkan.

Yigit (2005) melakukan eksperimen komunikasi dengan perlu tidaknya sebuah *emoticon*. Ternyata, hasil eksperimen ini berpengaruh sangat besar dalam penyampaian ekspresi dengan penekanan emosi yang diperlukan dalam sebuah proses komunikasi.

*Hasil survei dari peserta, baik yang berorientasi atau sosio-emosional dengan emoticon dengan yang tanpa emoticon, perbedaan persepsi dalam menuangkan gagasan dan memahami ide orang lain menjadi tidak relevan bagi kelompok yang tidak menggunakan emoticon. Demikian sebaliknya penggunaan emoticon dalam chat membantu mengekspresikan ide-ide komunikator dan memahami ide komunikannya. (Yigit, 2005)*

Seiring dengan perkembangan teknologi yang dengan mudah, cepat dan ringan, dalam mengirim dan/atau menerima gambar yang lebih kompleks, *emoticon* berkembang menjadi *sticker chat*. Selain visual yang lebih ilustratif (tidak sekadar *icon*), yang juga menjadi salah satu perbedaan signifikan *sticker* dibanding dengan *emoticon* adalah dengan *sticker chat*, perwakilan personal dapat lebih muncul dan berkarakter sesuai dengan karakter yang ingin dibentuk oleh pengirim pesan. Hal yang sama dikemukakan Wee (2013), bahwa keunikan *emoticon* juga membuat komunikator dapat mengekspresikan diri dengan lebih dari sekadar kata-kata atau *emoticon* biasa, mereka juga memiliki berbagai karakter untuk memilih dari yang tampilan yang berbeda jenis kepribadian. Van de Bogart (2011) mencoba penerapan *sticker* ini dengan melakukan penugasan dan pembahasan menggunakan salah satu aplikasi LINE *chatting*. Keputusan untuk menggunakan aplikasi LINE *chatting* adalah didasarkan pada pengamatan langsung bahwa semua siswa sudah menggunakan LINE sebagai metode yang disukai dan mewakili personal mereka. Dengan demikian, dalam proses penelitian, interaksi dengan *sticker chat* ini dinilai sangat memudahkan untuk mewakili emosi, ekspresi, dan personalitas antarkomunikasi, bahkan dapat menggali visualisasi ekspresi yang sulit diungkapkan dengan pesan kata dan/atau bahasa.

Untuk memilah kategori perwakilan emosi yang ingin dibuat pada *sticker*, penelitian juga menilik dan mendalami pembagian emosi yang mendasar dari beberapa tokoh mengemukakan tentang macam-macam emosi, antara lain Descrates, Fischer, John B. Watson, Daniel Goleman, dan Florence Littauer. Menurut Descrates (Rodis-Lewis, 1992), emosi terbagi atas: *desire* (hasrat), *hate* (benci), *sorrow* (sedih), *wonder* (heran), *love* (cinta), dan *joy* (kegembiraan). Sedangkan Fischer (2005) mengemukakan 5 macam emosi, yaitu: *love* (cinta), *joy* (kegembiraan), *anger* (kemarahan), *sadness* (kesedihan), dan *fear* (ketakutan). Hal yang serupa juga pada pembagian oleh Watson (Burnham, 1994): *fear* (ketakutan), *rage* (kemarahan), dan *love* (cinta). Penulis mengambil keputusan untuk memilih kategori Goleman (1985) yang merangkum ketiga pembagian sebelumnya, dan kategori Littauer (2000) yang membaginya menjadi 4 personalitas yang menjadi acuan dunia psikologi hingga hari ini. Kategori dari Goleman ini meliputi 8 pembagian: *happy* (senang), *angry* (marah), *sad* (sedih), *surprise* (kaget), *contempt* (remeh), *fear* (takut), dan *disgust* (jijik) (Gambar 1). Sementara Littauer membaginya menjadi: sanguinis (penceria), melankolis (perasa), kholerik (pengatur), dan plegmatis (pencinta damai).



Gambar 1 Kategori emosi Goleman  
(Sumber: psychologytoday.com)

Kondisi ini disadari menjadi sebuah kesempatan dalam berkarya kreatif dengan motivasi edukasi dan ekonomi. Dari sisi edukasi merupakan media efektif untuk memperkenalkan wayang bagi dunia serta memperkenalkannya juga kembali bagi anak muda Indonesia. Alasan pemilihan karakter wayang juga didasari dari pernyataan Menteri Negara Kebudayaan dan Pariwisata, I Gede Ardika, bahwa Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan PBB (UNESCO) telah mengakui wayang sebagai *World Master Piece of Oral and Intangible Heritage of Humanity* sejak 7 November 2003, bahwa kepemilikan Wayang Purwa diakui secara resmi merupakan milik seni dan budaya bangsa Indonesia (GLOSS, n.d.). Menyambut pengakuan internasional ini, penulis melakukan banyak penelitian untuk menyelami dan melakukan akulturasi secara bentuk atau visual yang merupakan bagian dari latar belakang keilmuan penulis, ke arah kontemporer sesuai dengan target anak muda Indonesia dan dunia. Sedangkan dari sisi ekonomi merupakan kesempatan kerja sama lebih lanjut antara desainer, yakni: sebagai pekerja kreatif, dengan *provider* jasa aplikasi *chatting*. Proses yang biasa disebut *monetizing* ini membawa dampak yang luas pada perkembangan media dan gaya hidup penggunaannya khususnya di bidang mata pencarian.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah rasa kepemilikan terhadap warisan seni dan budaya wayang ini sendiri yang kurang melekat pada generasi muda Indonesia. Rinardi (2012) banyak menceritakan kemerosotan minat penonton pertunjukan wayang yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini disimpulkannya sebagai bentuk kurangnya adaptasi penyampaian cerita dan pertunjukan yang bersaing dengan media masa kini. Untuk itu pendekatan media baru dalam dunia *chatting* dianggap sebagai salah satu solusi yang tepat dalam upaya memperkenalkan kembali penokohan dan karakter wayang dengan penekanan fungsinya dalam menyampaikan ekspresi dan emosi komunikannya.

Adapun tujuan dari penelitian ini mencakup tiga hal: pertama, untuk memperkenalkan wayang bagi dunia serta memperkenalkannya juga kembali bagi anak muda Indonesia dalam bentuk yang kontemporer. Selain itu, tujuan kedua tentunya agar dapat menghasilkan *sticker chatting* wayang kontemporer Indonesia untuk keperluan komunikasi, khususnya untuk perwakilan ekspresi emosi penggunaannya. Tujuan yang terakhir adalah untuk membuka media baru bagi pekerja kreatif untuk berkarya mengangkat budaya wayang Indonesia secara kreatif, melekat teknologi, dan komersial.

## METODE

Penelitian menggunakan metode kualitatif yang meliputi pembahasan fenomena tren penggunaan stiker *chatting* bagi kaum muda, pembahasan singkat tentang karakter wayang Indonesia untuk menentukan kategori *sticker*, pembahasan mengenai semiotik visual mengenai segala rancangan visual karakter wayang, pendekatan bentuk yang nonformal dan memiliki gaya visual yang kontemporer, serta penerapannya dalam aplikasi *chatting*. Analisis deskriptif data dilakukan sebagai pedoman dalam karya visual. Analisis tren stiker *chatting* merupakan aplikasi keilmuan komunikasi termasuk: ekspresi, *emoticon*, dan *sticker*. Analisis karakter wayang Indonesia merupakan aplikasi keilmuan wewayangan Indonesia dari sisi sejarah, akulturasi, dan inkulturasi. Analisis tentang semiotik rancangan visual merupakan aplikasi keilmuan semiotik yang mengandung 3 unsur: semantik, sintaktik, dan pragmatik. Untuk unsur penyesuaian dengan target, analisis tentang wayang kontemporer Indonesia merupakan aplikasi keilmuan metafora secara runut; mulai dari sketsa, vektorisasi sampai pada stilasi/simplifikasi. Dibahas pula analisis dan deskripsi tentang *sticker* aplikasi *chatting* yang merupakan aplikasi keilmuan navigasi, *legibility/interface*, dan *monetizing/intake downloader*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perkembangan teknologi, semua arah komunikasi menjadi bagian yang selalu berkembang. Collins dan Collins (1996) mengatakan bahwa arah perkembangan teknologi selalu mencoba mengungkap cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Hal ini pun telah dirasakan pada zaman sekarang, Internet menjadi media *portable* dan nirkabel. Untuk memudahkan dalam berinteraksi, media Internet nirkabel dan *portable* yang dikenal sebagai *mobile* makin menyadarkan pentingnya unsur manusia. Unsur manusiawi ini berkaitan dengan penyampaian komunikasi emosi dan ekspresi dalam menggunakan teknologi sebagai media komunikasi. Saat ini, seiring perkembangan teknologi, peranan penyampaian emosi dan ekspresi dilakukan dengan *sticker chat*. *Sticker chat* merupakan sebuah gambar yang berkarakter dan bervisual ekspresi emosi disediakan beberapa aplikasi *chatting*.

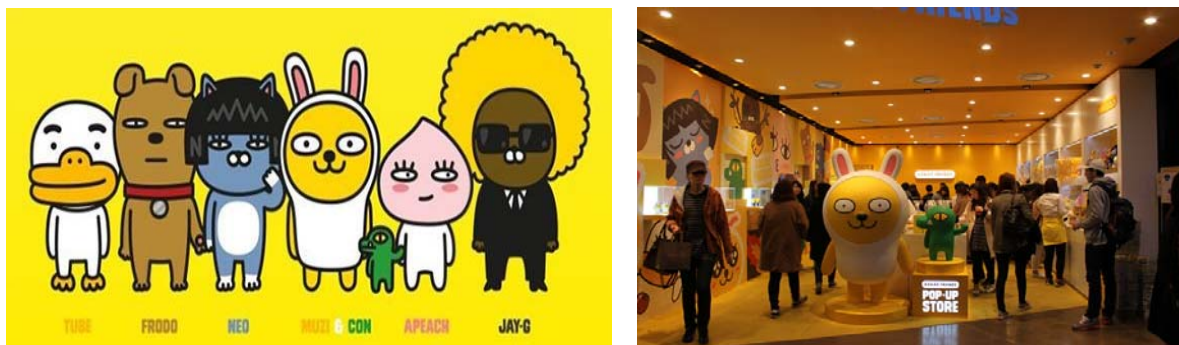
Di Jepang *sticker chat* banyak digunakan oleh aplikasi *chatting* bernama Line. Line *chatting* merupakan sebuah aplikasi yang top dan berkembang dari zaman ke zaman. Menurut Millward (2013), penggunaan aplikasi Line ini telah mencapai 300 juta pengguna di seluruh dunia. Hal ini juga ditemukan dari studi dan terapan pribadi penulis, pada 2014, Line juga telah gencar dalam mengembangkan banyak aplikasi lain seperti: Line Camera, Line Deco, dan Line *Sticker Maker*, serta beberapa *game* yang dibuatnya. Untuk itu karakter pada aplikasi ini telah banyak melekat di hati penggunaannya, sampai terdapat toko khusus yang menjual segala *merchandise* dari karakter Line (Gambar 2).





Gambar 2 Karakter *sticker* dan toko Line Chat  
(Sumber: line.me)

Di Korea *sticker chat* juga berkembang selaras dengan aplikasi Kakao Talk. Sama dengan upaya perkembangannya, Kakao juga memiliki karakter untuk menyampaikan emosi dan ekspresi. Seperti Line, Kakao juga telah gencar dalam mengembangkan banyak aplikasi lain, serta beberapa *games* yang dibuatnya. Untuk itu karakter Kakao juga memiliki toko khusus yang menjual segala *merchandise* karakternya (Gambar 3).



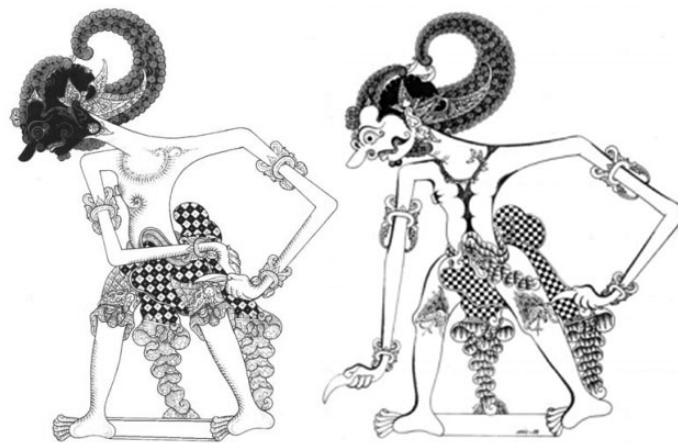
Gambar 3 Karakter *sticker* dan toko Kakao Talk  
(Sumber: kakao.com)

Di Indonesia pembuat aplikasi *chatting* memang belum ada, namun dalam perkembangan *sticker* wayang sendiri telah dilakukan beberapa pendekatan seperti yang digunakan oleh BBM dan Line. Dari hasil pengumpulan data, karakter wayang Indonesia terdapat 3 macam. Pertama dari Karakter Unyu Merdeka yang melakukan visualisasi wayang menggunakan penokohan Punakawan dan Srikandi. *Sticker* wayang yang kedua adalah dari The Punakawan, yang dibuat dari penokohan Punakawan khusus untuk aplikasi Blackberry Messenger. Ketiga adalah *sticker* dari Line *chat* yang juga dibuat dari penokohan Punakawan khusus untuk aplikasi Line.

Wayang purwa Indonesia memiliki ragam atau gagrak yang berbeda antara Yogyakarta dan Surakarta. Dalam penelitian ini, penulis lebih memberatkan dengan realitas visual, yaitu proporsi anatomi karakter. Untuk itu, gagrak yang terpilih adalah gagrak proporsi wayang purwa Yogyakarta. Menurut Sunaryo (2008), terbaginya gagrak wayang lebih berdasarkan visual dari bentuk, proporsi, ragam hias, dan juga tingkah laku dan gaya gerak wayang pada saat pertunjukannya.

Wayang kulit purwa merupakan salah satu pertunjukan wayang yang masih digemari sampai sekarang. Pertunjukan wayang yang tersebar luas ke berbagai daerah itu, menimbulkan bermacam gaya, antara lain gaya Surakarta dan Yogyakarta. Perupaannya sebagai peraga pertunjukan dari kedua gaya tersebut ternyata tidak hanya dari segi dimensi dan proporsi bentuk, melainkan juga banyak unsur lain yang membedakannya. Perbedaan perupaannya wayang dari kedua gaya pada sejumlah tokohnya bahkan tampak sangat tajam sehingga masing-masing memiliki identitas dan penampilan yang berlainan. Penggambaran atribut dan irah-irahan, jenis busana, aksesori, pola muka, lengan dan tangan sampai kaki, serta tatah sungging wayang memiliki kontribusi yang nyata terhadap perbedaan perupaannya kedua gaya wayang itu. (Sunaryo, 2008)

Bila ditinjau dari sejarah dan sisi akulturasi budaya (dalam hal ini kepercayaan), menurut Agus Susanto, selaku kepala operasional pameran dan edukasi Museum Wayang Jakarta, gagrak wayang ini juga terjadi karena pengaruh kepercayaan yang sedang mendominasi masa itu. Dalam gagrak Surakarta, pengaruh kepercayaan berbasis agama Islam sangat kental, sehingga proporsi yang terbentuk lebih berwujud simbolis, agar tidak menyerupai manusia yang bertentangan dengan pengajaran agama. Beda halnya dengan gagrak wayang Yogyakarta yang lebih dipengaruhi dari kepercayaan Kejawen, sehingga unsur proporsi termasuk dalam upaya seni dalam mencapai estetika yang tinggi.



Gambar 4 Perbedaan anatomi gagrak Surakarta dan Yogyakarta  
(Sumber: museumwayang.com)

Selain itu, penulis juga menjabarkan pilihan pada pemilihan karakter Pandawa sebagai perwakilan karakter *sticker* kategori ekspresi dan karakter Punakawan sebagai perwakilan karakter *sticker* kategori personalitas. Pemilihan ini ditentukan sebagai upaya pembangunan lingkup sifat karakter penokohan Punakawan, yakni: Semar, Petruk, Gareng, dan Bagong. Penulis juga melakukan pembangunan lingkup sifat karakter penokohan Pandawa, yakni: Yudistira, Bima, Arjuna, Nakula, dan Sadewa. Menyadari perlunya penokohan wanita, penulis juga melakukan pembangunan lingkup sifat karakter penokohan wanita dari kerajaan Pandawa, yakni: Drupadi, Subadra, dan Srikandi.

Keilmuan semiotik, yaitu sebuah studi mengenai tanda. Yang disorot pada penelitian ini adalah keilmuan semiotik yang terkait dengan turunan dari semiotik Ferdinand de Saussure (Notlarindan, 1993) tentang bahasa, dan kaitannya dengan semiotik visualisasi yang dikemukakan oleh Morris (1925) dan Eco (1975). Mengenai tanda dan aplikasinya dengan visual ini, semiotik dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 jenis; semantik yang berkaitan dengan bahasa visual, sintaktik yang berkaitan dengan sistem visual, dan pragmatik yang berkaitan dengan aplikasi visual dengan lingkungannya.

Untuk itu, dalam konteks penciptaan *chatting* ini, karakter Pandawa dibagi ke kategori emosi dan ekspresi dari Goleman (1985) yang meliputi: *happy* (senang), *angry* (marah), *sad* (sedih), *surprise* (kaget), *contempt* (remeh), *fear* (takut), dan *disgust* (jijik). Serta pembagian karakter Punakawan ke kategori emosi dan ekspresi Littauer (2000) yang meliputi: sanguinis (penceria), melankolis (perasa), kholerik (pengatur), dan plegmatis (pencinta damai). Perpaduan yang dilakukan dengan penokohan Pandawa (Yudistira, Bima, Arjuna, Nakula, dan Sadewa), Punakawan (Semar, Petruk, Gareng, dan Bagong) serta para tokoh wanita Pandawa (Drupadi, Subadra, dan Srikandi).

Dari hasil persilangan ini, pemilihan ekspresi emosi diputuskan yang berdasarkan perilaku dan kejadian spesifik dari penokohan. Maka, segmentasi penokohan dengan ekspresi emosi terbagi sebagai berikut: Yudistira-ekspresi sedih, Bima-ekspresi senang, Arjuna-ekspresi marah, Nakula-ekspresi kaget, Sadewa-ekspresi remeh, Drupadi-ekspresi takut, Srikandi-ekspresi jijik, Subadra-ekspresi malu (Gambar 5). Begitu pula dengan pembagian segmentasi penokohan dengan ekspresi personalitas sebagai berikut: Bagong-personalitas ceria (sanguinis), Petruk-personalitas tegas (kholerik), Gareng-personalitas galau (melankolis), Semar-personalitas tenang (plegmatis) (Gambar 6).

		<i>Sad</i>	<i>Happy</i>	<i>Angry</i>	<i>Surprise</i>	<i>Contempt</i>	<i>Fear</i>	<i>Disgust</i>	<i>Shame</i>	
	TOKOH	Sedih	Senang	Marah	Kaget	Remeh	Takut	Jijik	Malu	
<i>Halus</i>	Yudistira	hiks..	fufufu	masa?!	oh ya?	uf..	... (swt)	idih!	iyaa..	Sedih
<i>Kasar</i>	Bima	Brengsek!	HAHAHA!!	KRG AJAR!!	HAH?!	GOBLOK!	... (swt)	weeek!!	HAHAHA!!	Senang
<i>Kemayu</i>	Arjuna	... (tears)	haha	APA?!	hah?!	uf..	... (swt)	ih!	... (blush)	Marah
<i>Lincah</i>	Nakula	... (tears)	haha	APA?!	hah?!	dasar..	gile..	ih!	kabur ah..	Kaget
<i>Pandai</i>	Sadewa	... (tears)	haha	APA?!	oh ya?	dasar..	gile..	ih!	tapi tapi..	Remeh
<i>Anggun</i>	Drupadi	hiks.. hiks..	hihihi	masa sih?!	wah	uf..	tolong..	idih!	... (blush)	Takut
<i>Tomboy</i>	Srikandi	wuaaaaa!!	HAHAHA!!	APA?!	WOW!	BODOH!	... (glek)	wew..	bisa ajaal!	Jijik
<i>Setia</i>	Subadra	hiks..	hihihi	masa?!	wah	uf..	tolong..	weeek!!	... (blush)	Malu
	<b>VISUAL</b>	<b>Sedih</b>	<b>Senang</b>	<b>Marah</b>	<b>Kaget</b>	<b>Remeh</b>	<b>Takut</b>	<b>Jijik</b>	<b>Malu</b>	
	<b>Alis</b>	ketarik ke atas	lepas ke atas	menyatu di tengah	lepas ke atas	1 ke atas 1 bawah	ketarik ke atas	1 ke atas 1 bawah	nyatu di tengah	
	<b>Mata</b>	basah mengecil	mengecil	besar menajam	membesar	mengecil	membesar kecil	mengecil	menutup	
	<b>Hidung</b>	berkerut di tengah	lepas ke bawah	berkerut di tengah	lepas ke bawah	lepas ke bawah	berkerut kecil di tengah	berkerut di tengah	tengah kerut kecil	
	<b>Mulut</b>	ketarik ke bawah	ketarik ke atas	terbuka mengigit	terbuka lebar	1 ketarik kecil ke atas	terbuka kecil	ketarik ke bawah	menutup	
	<b>Pipi</b>	ketarik ke bawah	gembung di atas	gembung kecil di atas	ketarik ke bawah	1 gembung di atas	ketarik kecil ke bawah	ketarik ke bawah	ketarik ke bawah	
	<b>Gestur</b>	menunduk	mendongak	maju ke depan	mudur ke belakang	miring ke 1 sisi	menunduk kecil	mudur ke belakang	menunduk	
		Yudistira	Bima	Arjuna	Nakula	Sadewa	Drupadi	Srikandi	Subadra	

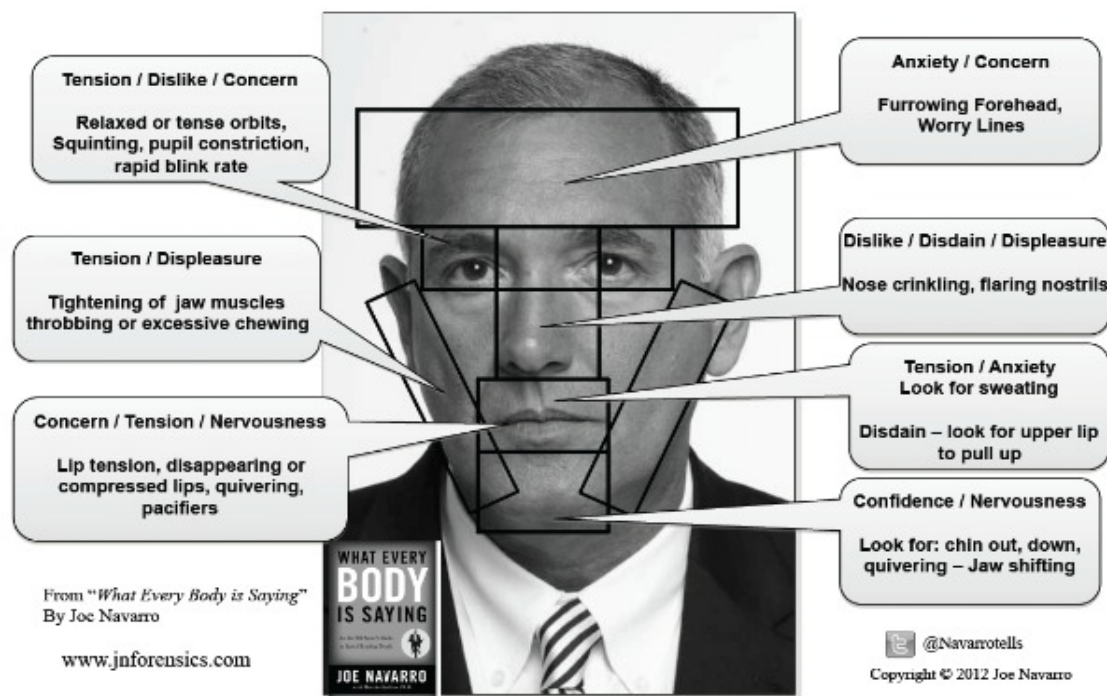
Gambar 5 Tabel Perpaduan kategori emosi Goleman dengan penokohan Pandawa (Sumber: Karya Tim Penulis)

		<i>Cheer</i>	<i>Firm</i>	<i>Sorrow</i>	<i>Calm</i>	
	TOKOH	Ceria	Tegas	Galau	Tenang	
<i>Dongo</i>	Bagong	HOHOHO!!	kerja oey!	Brengsek!	... (swt)	Senang
<i>Kemayu</i>	Petruk	HAHAHA!!	AYO KERJA!!	... (tears)	... (swt)	Marah
<i>Halus</i>	Gareng	HEHEHE..	kerja oey!	hiks..	... (swt)	Sedih
<i>Lincah</i>	Semar	hahaha..	ayo balik kerja..	... (tears)	sudah sudah..	Takut
	<b>VISUAL</b>	<b>Sanguinis</b>	<b>Kholerik</b>	<b>Melankolis</b>	<b>Plegmatis</b>	
	<b>Alis</b>	lepas ke atas	menyatu di tengah	ketarik ke atas	lepas ke atas	
	<b>Mata</b>	mengecil	besar menajam	basah mengecil	mengecil	
	<b>Hidung</b>	lepas ke bawah	berkerut di tengah	berkerut di tengah	lepas ke bawah	
	<b>Mulut</b>	ketarik ke atas	terbuka mengigit	ketarik ke bawah	terbuka sedikit	
	<b>Pipi</b>	gembung di atas	gembung kecil di atas	ketarik ke bawah	gembung kecil di atas	
	<b>Gestur</b>	mendongak	maju ke depan	menunduk	maju ke depan	
		Bagong	Petruk	Gareng	Semar	

Gambar 6 Tabel Perpaduan Kategori Personalitas Littauer dengan Penokohan Punakawan (Sumber: Karya Tim Penulis)

Menurut ketua umum Persatuan Pedalangan Indonesia (Pepadi) pusat, Eko Cipto, dirasakan perlunya regenerasi kultur dan budaya wayang bagi bangsa Indonesia ini sendiri. Untuk itu, pendekatan kontemporer yang tidak mengubah filosofi karakter pada wayang menjadi solusi yang dinilai tepat. Pendekatan kontemporer pada penelitian ini dilakukan lebih dari sisi visual. Salah satunya adalah pendekatan proporsi anatomi manusia berdasarkan deformasi gaya visual stilasi yang awalnya dicetuskan dalam *sticker chatting* negara Jepang dan Korea, yang diteruskan dalam bentuk semiotik visual; yakni: semantik, sintaktik, dan pragmatik.

Dari sisi semantik, ekspresi visual dilakukan dengan ekspresi yang dikemukakan oleh Joe Navarro seorang pensiunan FBI dan dikenal sebagai pembaca mimik. Navarro (2012) berhasil mengklarifikasi gerakan mimik wajah dalam mengungkapkan ekspresi dan/atau emosi tertentu. Hasil dari pembagian ini merupakan dasar visualisasi untuk melakukan sketsa dan pembuatan *sticker*. Pembagian visual mimik ini terdiri dari posisi alis, mata, hidung, mulut, pipi, dan gestur. Berdasarkan hal ini, posisi mimik diklasifikasikan untuk kategori *happy* (senang), *angry* (marah), *sad* (sedih), *surprise* (kaget), *contempt* (remeh), *fear* (takut), dan *disgust* (jijik). Kategori personalitas meliputi sanguinis (penceria), melankolis (perasa), kholerik (pengatur), dan plegmatis (pencinta damai). (Gambar 7)



Gambar 7 Pembacaan Mimik Navaro  
Sumber: psychologytoday.com

Sisi sintaktik dilakukan dengan pendekatan gaya visual yang sama untuk setiap karakter. Pada proses sketsa, penyamaan gaya visual sudah mulai diterapkan. Walaupun sketsa visual dilakukan untuk mewakili ekspresi emosi tertentu, penyamaan bentuk visual juga dilakukan pada komponen mimik Navaro. Meskipun begitu, dalam proses visual, penyamaan ini memiliki pergeseran bentuk yang secara persepsi visual masih menjadi satu kesatuan sistem visual yaitu sintaktik. Selain proses sketsa, pada proses digitalisasi (vektorisasi) persamaan gaya visualnya juga sangat perlu dijaga. Walaupun terimplementasi dengan berbagai warna dan bentuk, gaya visual dapat dicapai dengan *tone* gelap-terang yang sama pada aneka warna, dan ciri khas visual dalam garis dan volume dalam bentuk.



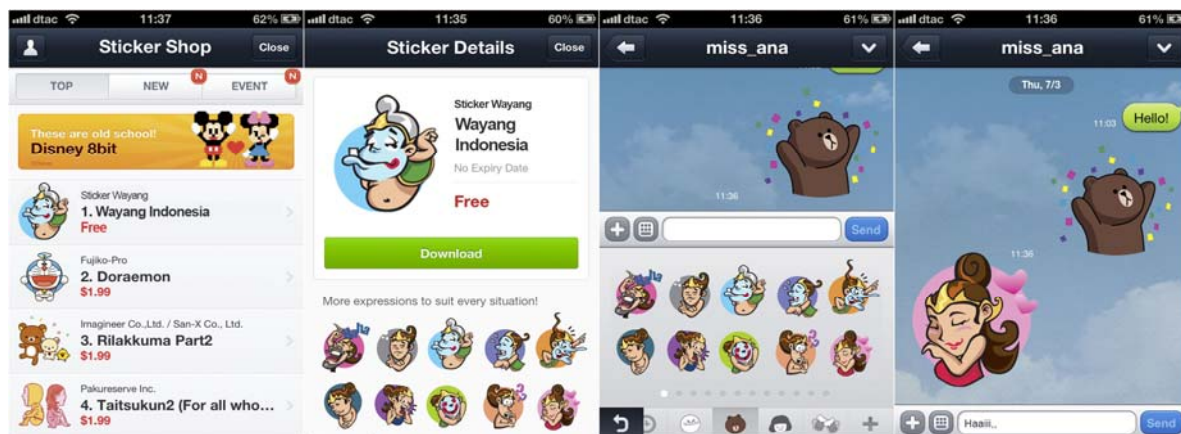
Gambar 8 Sketsa *Sticker* Wayang Indonesia  
(Sumber: Karya Tim Penulis)

Pragmatik juga dipertimbangkan dengan menambahkan lingkaran warna sebagai aksan dan penyamaan gaya visual *sticker*. Dengan penambahan ini, *sticker chatting* yang dihasilkan menjadi lebih mudah dalam implementasinya pada media tampilan *chatting interface*. Tentunya, hal ini juga sangat memerlukan dukungan kemudahan dan kejelasan lain seperti dalam navigasi dan *legibility interface* sebuah aplikasi *chatting*.



Gambar 9 Hasil Vektorisasi *Sticker* Wayang Indonesia  
(Sumber: Karya Tim Penulis)

Dari sisi *monetizing*, penulis belum memberikan batas yang kaku, tetapi masih dibuka secara gratis baik dalam pengunduhan, durasi periode pemakaian dan penggunaannya pada proses *chatting*. *Monetizing* baru dapat berjalan jika dibuat variasi lain untuk karakter *sticker* yang sama, dengan perbedaan pada penyampaian ekspresi, emosi, dan personalitas dari pengguna aplikasi *chat* nanti. Hal variasi ini sebaiknya memiliki lingkup dua sisi yang bersifat internal (dalam hal ekspresi dan visualisasi yang menarik) serta bersifat eksternal (berkaitan dengan penyampaiannya yang pas dengan ekspresi, emosi, dan personalitas penggunaannya, termasuk untuk *event* tertentu, dalam skala apapun).



Gambar 10 Simulasi pemakaian *Sticker Wayang Indonesia*  
 Sumber: Karya Tim Penulis

## SIMPULAN

Perancangan *sticker chatting* wayang kontemporer Indonesia ini merupakan langkah awal dalam membawa karakteristik dari penokohan wayang untuk diperkenalkan bahkan sampai dipakai untuk penyampaian ekspresi, emosi, dan personalitas pengguna aplikasi *chatting*. Dengan penggambaran yang sesuai dengan ekspresi, emosi, dan personalitas target, durasi penggunaan pun akan naik. Untuk itu *sticker* yang tepat mewakili dapat menjadi media pengenalan budaya baik kepada masyarakat lokal maupun masyarakat global.

Penelitian ini belum selesai sampai karena belum semua kategori ekspresi, emosi, dan personalitas telah divisualkan. Kelanjutannya dapat dilakukan dengan metode yang sama dengan varian yang berbeda. Untuk itu, disarankan adanya kelanjutan penelitian dalam periode mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Burnham, J. C. (1994). John B. Watson: Interviewee, professional figure, symbol. *Modern Perspectives on John B. Watson and Classical Behaviorism*. Greenwood Press.
- Collins, C., & Collins, S. (1996). *The Internet as a tool*. ERIC Document Reproduction Service Number ED 437 924.
- Eco, U. (1975). *Trattato di semiotica generale*. English translation: A Theory of Semiotics, 1976. University of Toronto Press.
- Fischer, K. (2005). (submitted for publication) Gender and emotion in face-to-face and computer-mediated communication.
- GLOSS. (n.d.). *UNESCO Akui Wayang Sebagai "Masterpiece" Budaya Dunia*. Diakses dari [https://gloss.dliflc.edu/products/gloss/in\\_cul302/in\\_cul302\\_source.html](https://gloss.dliflc.edu/products/gloss/in_cul302/in_cul302_source.html)
- Goleman, D. (1985). *Vital Lies, Simple Truths: The Psychology of Self Deception*. London: Bloomsbury.

- Littauer, F. (2000). *Personality Plus for Parents: Understanding What Makes Your Child Tick*. USA: Baker Publishing Group.
- Millward, S. (2013). *4 Months After Reaching 200 Million, Line Now Has 300 Million Registered Users*. Retrieved May 5, 2014 from <http://www.techinasia.com/line-app-300-million-registeredusers>.
- Morris, C. W. (1925). *Symbolism and Reality: A Study in the Nature of Mind*. Dissertation, University of Chicago. Reprinted, Amsterdam: John Benjamins, 1993.
- Navaro, J. (2012). *What Every Body Saying*. New York: Harpers Collins.
- Notlarından, E. (1993). Saussure's third course of lectures in general linguistics (1910–1911). In E. Komatsu and R. Harris (trans. and Eds.), *Language and Communication Series*, vol. 12. Oxford: Pergamon.
- Rinardi, H. (2012). *Seni Manajemen Pertunjukan*. Cakra Wisata: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rodis-Lewis, G. (1992). Descartes' life and the development of his philosophy. In J. Cottingham (Ed.), *The Cambridge Companion to Descartes*. Cambridge University Press.
- Sunaryo, A. (2008). Wayang kulit gaya Surakarta dan Yogyakarta, perupaannya dan perbedaannya. *Imajinasi*, 4(2).
- Van de Bogart, W. (2011). Adopting cell phones in the classroom: A study of students' attitudes and behaviors on using cell phones both in and out of the classroom. *Proceedings of the International Conference on Intellectual Capital*, p. 571. Diakses 29 Januari 2014 dari <http://connection.ebscohost.com/c/articles/69713440/adopting-cellphones-classroom-study-students-attitudes-behaviors-using-cell-phones-both-outclassroom>.
- Wee, W. (2013, 15 Mei). *The Growth Story and Future of Mobile Chat App Giant LINE*. Retrieved February 1 2014 from <http://www.techinasia.com/growth-story-future-mobile-chat-giant-line>.
- Yigit, O. T. (2005). Emoticon usage in task-oriented and socio-emotional contexts in online discussion boards. *Electronic Theses, Treatises and Dissertations*, paper 665.