

Implementasi Kansei Engineering Dalam Perancangan Desain Karakter dengan Prinsip Appeal (Studi Kasus: Karakter dalam Film Battle of Surabaya)

*Kansei Engineering Implementation in Designing Character with Appeal
Principle (Case Study: Characters in the Film Battle of Surabaya)*

Dessy Riana Sari*¹, M. Suyanto², Amir Fatah Sofyan³

^{1,2,3}Universitas Amikom Yogyakarta

E-mail: *dessyriana13@students.amikom.ac.id, yanto@amikom.ac.id,
amir@amikom.ac.id

Abstrak

Dalam penciptaan desain karakter animasi erat kaitannya dengan prinsip Appeal, namun prinsip animasi ini sangat bergantung terhadap penilaian pribadi. Sehingga diperlukan cara yang sistematis untuk memahami penilaian prinsip appeal dalam penciptaan desain karakter animasi. Penelitian ini menggunakan Metode Kansei Engineering untuk mendapatkan penilaian mengenai prinsip appeal dengan menggunakan studi kasus karakter dari animasi Battle of Surabaya. Metode Kansei Engineering digunakan berdasarkan perasaan psikologis yang tercermin melalui kata kansei. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik multivariat. Hasil dari penelitian ini memberikan rekomendasi elemen desain karakter yang dihasilkan dengan prinsip appeal melalui pendekatan Kansei Engineering. Elemen desain pada penelitian ini diperoleh dari studi kasus karakter animasi di film Battle of Surabaya yang berpedoman dengan Kansei Word. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh appeal pada desain karakter dapat dicapai dengan elemen desain seperti Tertiary Color, Near Realist, Hooded Eyes, dan Square Face Shape. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah mengenai penciptaan desain karakter yang mengacu pada prinsip appeal.

Kata Kunci—Kansei Engineering, Appeal, Desain Karakter

Abstract

When created animated character designs closely related to the principle of Appeal, but the principle of animation is very dependent on personal judgment. A systematic way to understand the appraisal principle is required in the creation of animated characters. This research uses Kansei Engineering Method to get consideration of comparative principles by using case studies of characters from the Battle of Surabaya animation. The Kansei Engineering method is used based on psychological feelings that are reflected through the word kansei. The analysis in this research uses multivariate statistical analysis. This research provides recommendations for the character design elements produced with the principle of appeal through the Kansei Engineering approach. The design elements in this study were obtained from a case study of animated characters in the film Battle of Surabaya, which is guided by Kansei Word. The analysis shows that the effect of appeal on character design can be achieved with design elements such as Tertiary Color, Near Realist, Hooded Eyes, and Square Face Shape. This research is expected to make a scientific contribution regarding the creation of character designs that refer to the principle of appeal.

Keywords— Kansei Engineering, Appeal, Character design

1. PENDAHULUAN

Film sebagai karya fiksi memiliki karakter dengan pembagian peran tertentu. Karakter merupakan satu elemen penting yang ada dalam narasi dibuat berdasarkan kualitas mental, emosional, dan social [1]. Karakter juga merupakan salah satu penggerak cerita, bagaimana cerita itu bergulir, arah dan tujuan sampai pada transformasi sebuah tokoh atau karakter. Setiap karakter animasi dikembangkan hingga demikian rupa sehingga memiliki daya Tarik (prinsip animasi appeal) yang unik dan membedakan dengan karakter lainnya berdasarkan peran yang dibawakan [2]. Karakter animasi sangat mempengaruhi pola pikir penonton. Karakter animasi yang menarik dan unik menjadi poin penting untuk menarik perhatian penonton. Selain itu, karakteristik dari karakter animasi yang mencerminkan pola hidup dari suatu budaya menjadi acuan penonton untuk memilih karakter yang disukai [3]. Misalnya karakter jahat digambarkan dengan gigi yang runcing, wajah yang panjang, dan alis yang mengerut. Suatu contoh Karakter yang ada dalam film animasi berjudul "Finding Nemo" memiliki ciri khas tersendiri yang melekat dalam ingatan penonton. Prinsip animasi appeal juga merupakan prinsip animasi yang mampu membuat design karakter terlihat lebih menonjol [4]. Penonton dengan mudah tertarik atau menyukai terhadap karakter yang di buat dengan menggunakan prinsip appeal.

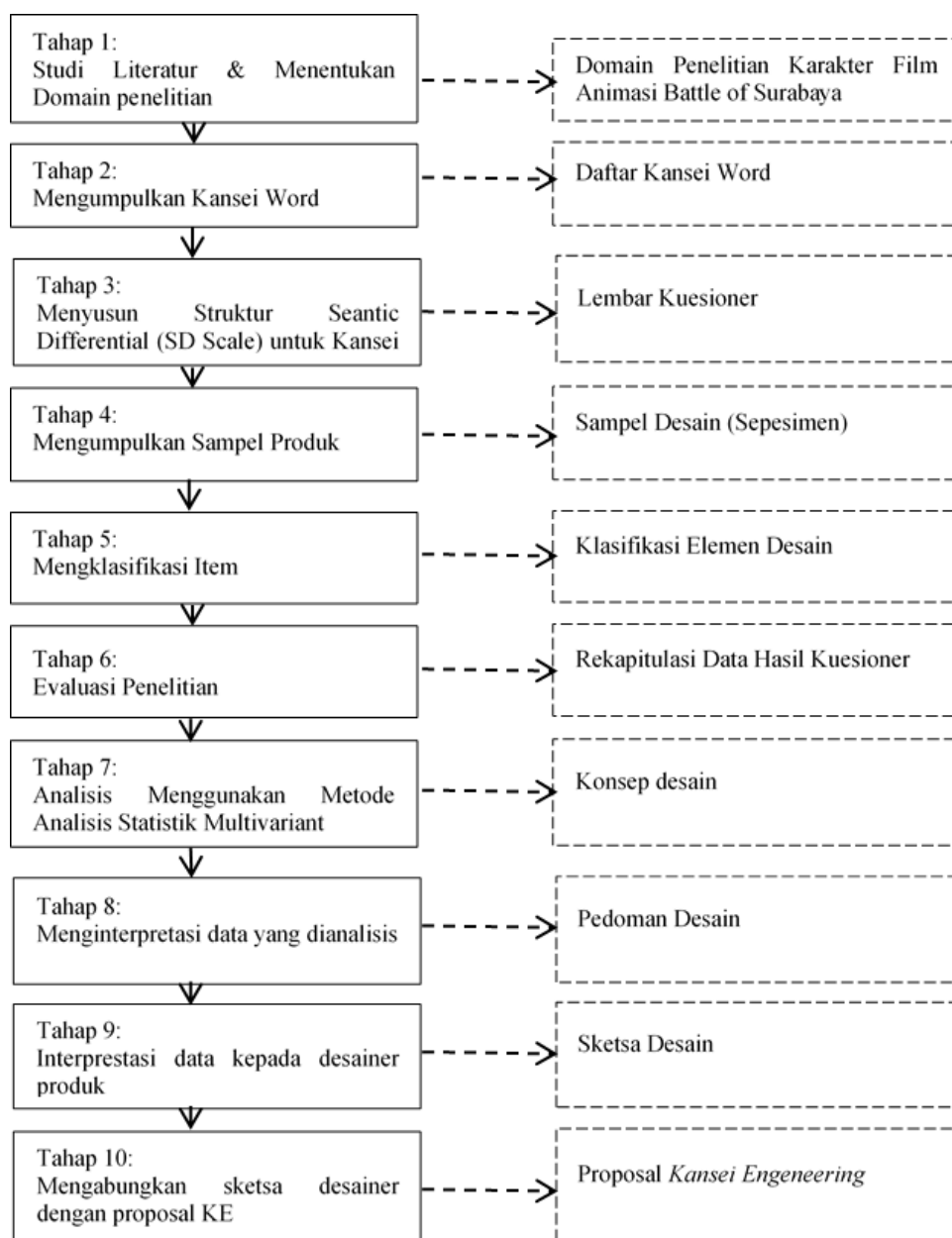
Saat seorang designer karakter atau animator menciptakan sebuah karakter fiksi, tidak cukup dengan hanya membuat tampilan yang menarik secara visual, namun kemampuan dalam menciptakan sebuah karakter diperlukan kemampuan untuk membangun sebuah karakter yang benar benar meyakinkan seperti bagaimana karakter animasi dapat memberi ilusi mengenai kehidupan, memiliki motivasi, berfikir dan bertindak layaiknya dalam kehidupan sebenarnya [5]. Pemanfaatan multimedia yang memungkinkan pemakai komputer untuk mendapatkan output dalam bentuk yang lebih kaya dari pada konvensional juga berpengaruh [6].

Dalam hal ini faktor psikologis / emosional penonton menjadi parameter dalam perancangan design karakter oleh karena itu Kansei Engineering (KE) dilibatkan sebagai pendekatan analisis dalam penelitian ini.

Kansei Engeneering merupakan metode penelitian dengan aspek emosional dalam perancangan antarmuka sistem informasi berbasis web berdasarkan disiplin ilmu matematika, statistik, psikologi dan teknik informatika yang memungkinkan pengukuran aspek emosional konsumen terhadap suatu produk dan menghubungkan hasil aspek emosional tersebut terhadap elemen perancangan produk [7]. Penelitian ini menjabarkan penerapan prinsip animasi appeal yang digunakan pada design karakter dalam animasi Battle of Surabaya dengan pendekatan *Kansei Engeneering*. Dan memberikan rekomendasi elemen design karakter yang dihasilkan dengan prinsip appeal melalui pendekatan *Kansei Engeneering*.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada *Kansei Engeneering Type I* yang menafsirkan sebuah konsep desai menjadi sub konsep dan akan manafsirkan karakteristik fisik dari desain produk [8]. Terdapat sepuluh tahap yang diuraikan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Tahapan penelitian dalam Kansei Engineering Type 1

Pengumpulan Kansei Words Pada awal penelitian kata pencarian yang akan diimplementasikan dalam Kansei Word, Kansei Word yang diperoleh dengan cara wawancara dari responden akan diidentifikasi, dimana peneliti akan pengelompokan kata tersebut yang bermakna sama. Selanjutnya kata Kansei Word dieliminasi dengan memilih jumlah kata kansei terbanyak berdasarkan pemilihan responden. Proses pensisian kuesioner tidak dengan cara manual, namun menggunakan form yang dapat diakses masing masing responden menggunakan jaringan internet. Responden pada penelitian ini adalah para design karakter, animator, dan masyarakat umum. Cara yang digunakan untuk pengambilan sample adalah dengan wawancara dan kuesioner. Jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 50 responden.

Analisis statistik multivariat digunakan untuk beberapa variabel yang memiliki hubungan antar variabel saling berkorelasi [9]. Terdapat 4 analisis statistik yang digunakan dalam analisis ini yaitu: Cronbach's Alpha, Coefficient Correlation Analysis (CCA), Principal Component Analysis (PCA), dan Factor Analysis (FA) [10].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap ini diawali dengan mengumpulkan kata-kata Kansei yang berkaitan dengan elemen desain karakter. Kata-kata Kansei tersebut dihimpun dari sejumlah literatur desain karakter seperti buku referensi, majalah dan wawancara dengan responden dari desain karakter pada film Battle of Surabaya. Kansei Engeneering type 1 digunakan dalam analisis penelitian ini dengan melibatkan 7 spesimen. 20 Kansei Word disusun kedalam skala SD dan melibatkan 50 Partisipan. 20 Kansei Word dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kansei Word dalam penelitian

No	Kansei Word	No	Kansei Word	No	Kansei Word	No	Kansei Word
1	Keren	6	Bibir mungil	11	Pipi Chubby	16	Badan Pendek
2	Tomboi	7	Mata lebar	12	Rambut Rapi	17	Bekas Luka
3	Badan Tegap	8	Mata Lancip	13	Pemberani	19	Badan Ramping
4	Lugu	9	Rambut Panjang	14	Wajah Tegas	18	Imut
5	Feminim	10	Jenggot/ Kumis	15	Postur Tinggi	20	Misterius

Kansei Word yang sudah diseleksi mempresentasikan karakteristik elemen prinsip appeal, kemudian distrukturkan kedalam skala SD dengan menggunakan 5 Skor penilaian, nilai tertinggi, angka 5 menunjukan sangat setuju dan nilai terendah dengan angka 1 menunjukan sangat tidak setuju. Kuisisioner Kansei Word dalam skala SD tersaji dalam tabel 2.






Tabel 2. Kuesioner Kansei Word dalam Skala SD

No	Kansei Word	Skor Penilaian					Kansei Word
		5	4	3	2	1	
1	Keren (Tampak gagah dan tangkas)						Tidak Keren
2	Tomboi (Perempuan dengan sifat kelakian)						Tidak Tomboi
3	Lugu (bersahaja, apa adanya)						Tidak Lugu
4	Feminim (Menonjolkan sifat kewanitaan)						Tidak Feminim
...

3.1. Spesimen Desain Karakter

Dari beberapa desain karakter dalam film animasi battle of Surabaya dipilih sebanyak 7 spesimen yang memiliki karakteristik yang berbeda - beda, berdasarkan jenis kelamin, penggambaran usia karakter, dan watak karakter. Tabel 3 adalah paparan data spesimen.

Tabel 3. Data Spesimen

ID	1	2	3	4	5	6	7
Nama	Musa	Yumna	Danu	Kazuhiro	John Wright	Yoshimura	Kioko
Tampilan Visual							

Selanjutnya 7 spesimen tersebut yaitu karakter Musa, Yumna, Danu, Kazuhiro, John Wright, Yoshimura, dan Kioko yang didapat dari web MSV Pictures diubah kedalam elemen desain untuk diuraikan, penguraian tersebut dimulai dengan kategori utama yaitu, Shape Theory, Colour Theory, Level of Simplify, Anatomy, Defining a character. Kemudian didapatkan data berikut:

1. Lima kategori elemen desain: Shape Theory, Colour Theory, Level of Simplify, Anatomy, Defining a character.
2. Terdapat 10 sub elemen desain yang merupakan penjabaran dari 5 kategori elemen desain.
3. Terdapat 64 kategori yang merupakan rincian dari 10 sub element desain. Klasifikasi tersebut seperti ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Elemen Desain

ID	Shape Theory				Temperature Colour		...
	Square	Triangels	Circles	Combinations	Warm Colour	Cool Colour	...
1				✓		✓	...
2				✓	✓		...
3				✓		✓	...
4				✓		✓	...
5				✓		✓	...

3.2. Pengambilan Data Kuesioner

Pada skala SD yang telah didapat, kemudian didistribusikan kepada 50 partisipan. Hasil rekapitulasi kuesioner terdapat pada Tabel 5. Nilai dari rata rata hasil rekapitulasi tersebut kemudian digunakan untuk analisis statistik multivariant.

Tabel 5. Rata Rata hasil Rekapitulasi Responden

No	Kansei Word	ID Karakter						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Keren	4.49	4.28	5.00	4.95	4.25	3.62	3.89
2	Misterius	3.42	2.01	4.29	4.99	4.62	4.96	3.84
3	Badan Tegas	4.21	3.01	4.78	4.26	3.29	3.27	3.13
4	Lugu	4.00	3.27	3.01	2.01	2.64	3.14	3.84
5	Feminim	3.04	4.99	2.08	2.05	2.04	2.04	4.78
6	Pemberani	4.92	4.98	4.97	4.75	3.98	4.03	3.02
7	Mata lebar	3.86	3.72	3.09	3.29	3.42	2.04	4.02
8	Mata Lancip	2.93	3.17	3.20	3.98	3.57	3.56	4.28
9	Rambut Panjang	2.94	4.94	3.74	3.02	1.03	2.94	4.28
10	Jenggot/ Kumis	1.40	2.03	3.74	2.48	3.84	4.08	2.04
11	Pipi Chubby	2.09	3.95	2.09	2.08	2.74	2.30	4.28
12	Rambut Rapi	3.94	4.20	3.45	3.75	2.04	3.04	3.99
13	Bibir Mungil	3.08	2.90	3.08	2.08	2.40	2.04	3.45
14	Wajah Tegas	4.98	3.95	3.08	4.97	4.68	3.74	3.04
15	Postur Tinggi	3.07	3.09	4.27	4.75	4.97	3.59	2.04
16	Badan Pendek	3.09	3.20	2.03	2.04	2.04	2.03	3.05
17	Bekas Luka	2.71	2.45	2.05	4.02	3.85	2.58	2.00
18	Badan Ramping	3.60	4.29	3.59	3.05	3.05	3.02	3.20
19	Imut	4.01	4.34	2.49	2.04	2.40	2.04	4.40
20	Tomboi	3.01	4.98	4.32	2.42	3.23	2.40	3.02

3.3. Hasil Analisis Multivariant

Terdapat beberapa relasi antar variabel karenanya digunakan analisis multivariant dengan melibatkan Coefficient Correlation Analysis (CCA), Principal Component Analysis (PCA) dan Factor Analysis (FA). Berikut ini hasil dari ketiga analisis tersebut.

3.3.1 Coefficient Correlation Analysis (CCA)

Untuk mengetahui korelasi antar Kansei Word perlu dilakukan CCA dengan metode korelasi Pearson, hasil dari analisis tersebut ditunjukkan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Anialisa CCA

Variables	Keren	Misterius	Badan Tegap	Lugu	Feminim	Pemberani	...
Keren	1	0.047	0.835	-0.442	-0.324	0.691	...
Misterius	0.047	1	0.311	-0.540	-0.826	-0.286	...
Badan Tegap	0.835	0.311	1	-0.217	-0.554	0.584	...
Lugu	-0.442	-0.540	-0.217	1	0.587	-0.233	...
Feminim	-0.324	-0.826	-0.554	0.587	1	-0.233	...
Pemberani	0.691	-0.286	0.584	-0.233	-0.233	1	...
Mata lebar	0.237	-0.592	-0.057	0.377	0.646	-0.054	...
Mata Lancip	-0.256	0.446	-0.311	-0.268	0.105	-0.764	...
Rambut Panjang	-0.002	-0.647	-0.090	0.388	0.738	0.117	...
Jenggot/ Kumis	-0.126	0.635	0.025	-0.485	-0.669	-0.130	...
Pipi Chubby	-0.481	-0.596	-0.748	0.393	0.899	-0.527	...
Rambut Rapi	0.170	-0.601	0.111	0.415	0.658	0.242	...
Bibir Mungil	0.048	-0.595	0.043	0.750	0.662	-0.144	...
Wajah Tegap	0.269	0.103	0.133	-0.336	-0.336	0.390	...
Postur Tinggi	0.522	0.563	0.407	-0.859	-0.813	0.390	...
Badan Pendek	-0.233	-0.860	-0.361	0.759	0.897	-0.042	...
Bekas Luka	0.273	0.447	0.056	-0.748	-0.519	0.137	...
Badan Ramping	0.199	-0.926	-0.042	0.365	0.612	0.568	...
Imut	-0.223	-0.850	-0.361	0.779	0.921	-0.131	...
Tomboi	0.260	-0.754	-0.031	0.170	0.472	0.433	...

Beberapa appeal menunjukkan nilai tingkatan keberpengaruhannya, seperti “Badan Tegap dengan Keren” yang memiliki korelasi yang sangat kuat sebesar 0.835 atau memiliki pengaruh kuat sama halnya antara ‘Imut’ dengan ‘Feminim’ yang memiliki pengaruh sebesar 0.921. Namun beberapa *appeal* menunjukkan tidak adanya keberpengaruhannya seperti antara “Lugu” dengan “Keren”. Dari analisis CCA dapat diketahui appeal manakah yang tidak memiliki pengaruh untuk direduksi, namun dalam penelitian ini, mengacu pada seluruh *appeal* digunakan dalam analisis berikutnya untuk mengeksplorasi subjektifitas penilaian elemen desain terhadap *appeal*.

3.3.2 Principal Component Analysis (PCA)

PCA dilakukan untuk mengetahui hubungan antara spesimen dan appeal dengan mereduksi faktor-faktor appeal yang tidak terlalu signifikan. Analisis PCA menggunakan software XLStat 2010 dengan melibatkan data rekapitulasi rata-rata partisipasi sebagai bahan analisis data. Berdasarkan perhitungan analisis PCA dihasilkan beberapa faktor atau disebut dengan Principal Component (PC) seperti ditunjukkan oleh Tabel 7.

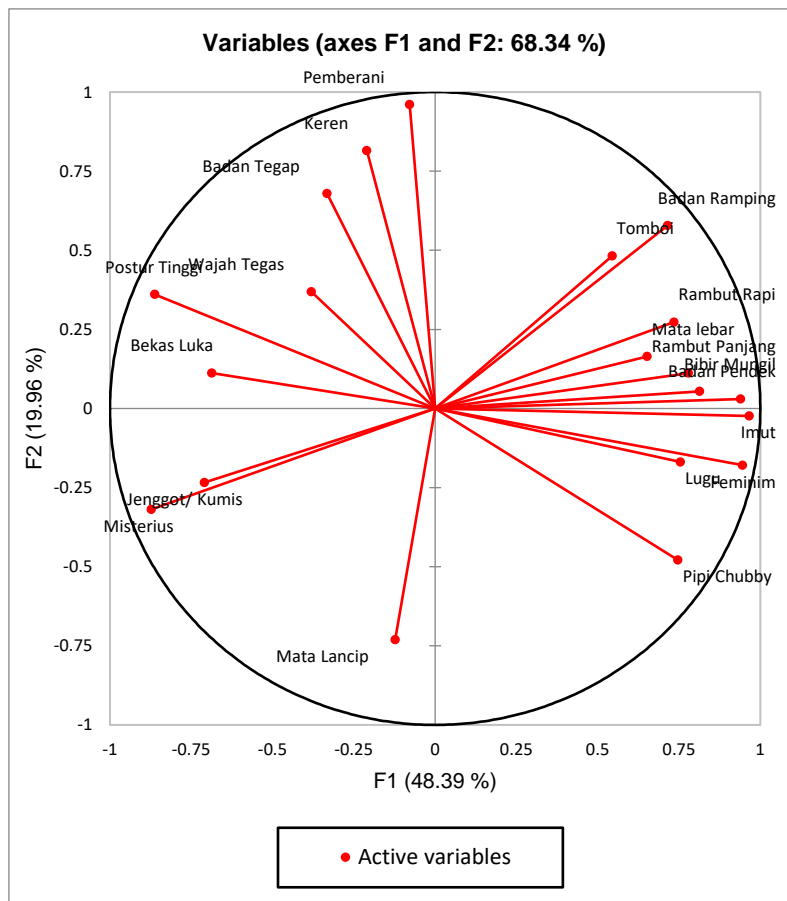
Tabel 7. Nilai PCA

	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Eigenvalue	9.677	3.992	2.258	1.657	1.359	1.057
Variability (%)	48.386	19.958	11.289	8.287	6.794	5.286
Cumulative %	48.386	68.344	79.633	87.920	94.714	100.000

Eigenvalue digunakan untuk menganalisa layak atau tidaknya suatu faktor baru. Syarat layak menjadi suatu factor baru adalah eigenvalue lebih besar atau sama dengan 1, apabila terdapat factor yang memiliki eigenvalue kurang dari 1 maka faktor tersebut akan dikeluarkan atau tidak digunakan. Terdapat nilai eigenvalue (varians) dan variability yang ditunjukkan pada tabel 7, dengan Eigenvalue F1 dan F2 memiliki nilai sebesar 9,677 dan 3.992 dengan tingkat variability pada F1 sebesar 48.386% dan F2 sebesar 19.958%. Pada baris cumulative menunjukkan akumulasi F2 sebesar 68.344% yang artinya nilai F1 dan F2 berpengaruh terhadap prinsip appeal.

Untuk memberikan gambaran dengan prinsip appeal, kemudian dilakukan tiga tahap analisis PCA dengan melakukan kalkulasi untuk menganalisis nilai dari F1 dan F2. Tiga tahapan yang digunakan yaitu:

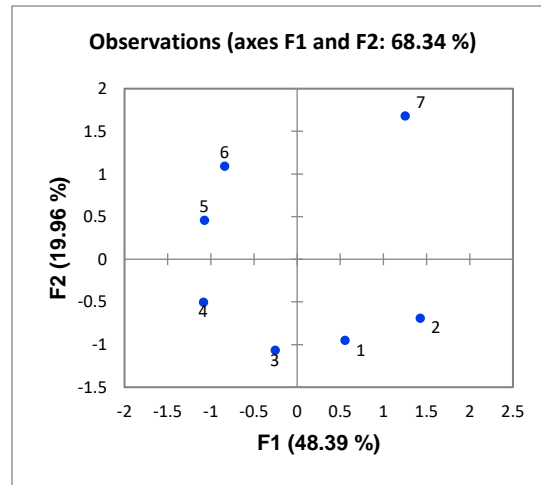
- a. PC Loading, pada tahapan ini dilakukan untuk mengetahui sebaran appeal sehingga dapat ditarik kesimpulan terhadap konsep appeal yang berpengaruh dalam specimen



Gambar 2. Hasil PC Loading F1 dan F2

Dari hasil PC Loading pada gambar 1 dapat disimpulkan terdapat dua axis yaitu axis x dan axis y. Nampak pada axis x terdapat dua appeal yang berlawanan. Bila disimpulkan pada sisi kiri menunjukkan hal yang “atraktif” sedangkan sisi kanan menunjukkan sebaliknya yaitu “tidak atraktif”.

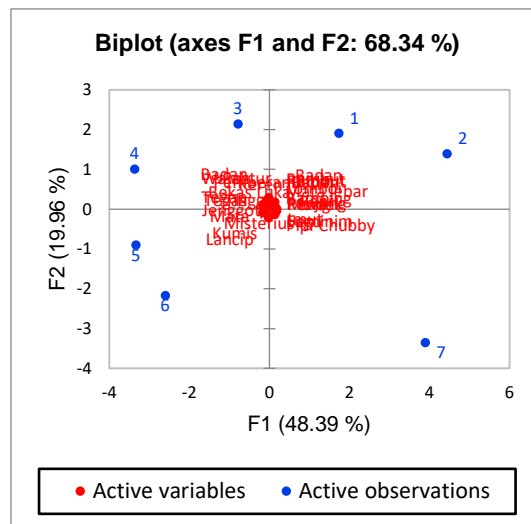
- b. PC Score, pada tahap ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara appeal dan specimen desain karakter. Hasil PC Score dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil PC Score F1 dan F2

Pada Tabel 2 spesimen dengan ID 6, 5, 4, dan 3, pada sisi kiri berada pada sisi atraktif, dan sebaliknya pada axis tidak atraktif dengan specimen ID 7, 2, dan 1.

- c. PC Vector adalah tahapan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh prinsip *appeal* dengan spesimen serta menentukan area Kansei dalam perancangan desain karakter. Pada gambar 5 menunjukkan dimana posisi area kansei mengacu pada sebaran positif desain karakter dan *appeal*.



Gambar 4. Area Kansei

PC Vector pada gambar 3 menunjukkan nilai dari spesimen, dapat dilihat pada spesimen "3" dan "4" dimana appeal yang mendekati adalah "Pemberani", "Keren", dan "Postur Tegap". Sedangkan spesimen "2" dan "7" menunjukkan appeal "Imut", "Lugu" dan "Feminim". Kemudian dapat disimpulkan bahwa analisis PCA terhadap F1 dan F2 menghasilkan dua konsep axis X dan Y, yang kemudian dinamakan "Atraktif" dan "Tidak Atraktif".

3.3.3 Factor Analysis (FA)

Setelah mendapatkan hasil dari PCA, Diperlukan analisis lanjutan untuk memperkuat hasil analisis sebelumnya. Factor Analysis digunakan dengan menggunakan *varimax rotation* untuk memperoleh nilai yang lebih akurat.

Tabel 8. Hasil Analisis Faktor dengan *Varimax Rotation*

	D1	D2
Variability (%)	47.009	21.334
Cumulative %	47.009	68.344

Terdapat dua faktor dengan D1 tingkat Variability sebesar 47.009%, dan D2 sebesar 21.334%. Hal ini berarti besaran D1 memiliki tingkat keberpengaruhan yang tinggi yakni 47.009% dan D2 dengan tingkat keberpengaruhan dibawah D1. Pada presentase tersebut D2 dapat dikatakan sudah representative. Bila hasil tersebut dianalisis untuk menentukan nilai *appeal*, maka terdapat variasi nilai yang berbeda pada setiap *appeal*.

Tabel 9. Konsep Appeal

	D1	D2
Keren	-0.026	0.842
Misterius	-0.922	-0.119
Badan Tegap	-0.175	0.736
Lugu	0.699	-0.331
Feminim	0.882	-0.382
Pemberani	0.135	0.954
Mata lebar	0.672	0.017
Mata Lancip	-0.281	-0.685
Rambut Panjang	0.784	-0.063
Jenggot/ Kumis	-0.743	-0.072
Pipi Chubby	0.623	-0.631
Rambut Rapi	0.777	0.105
Bibir Mungil	0.805	-0.126
Wajah Tegas	-0.290	0.443
Postur Tinggi	-0.762	0.541
Badan Pendek	0.923	-0.178
Bekas Luka	-0.646	0.261
Badan Ramping	0.825	0.407
Imut	0.937	-0.236
Tomboi	0.637	0.350

Korelasi pada Tabel 9 disusun berurutan dengan nilai terkecil hingga terbesar untuk mengetahui *appeal* yang memiliki nilai terbesar. Tabel juga tersebut menunjukkan besaran korelasi antara faktor dengan *appeal*.

Dalam analisis PLS, data statistik diterjemahkan menjadi elemen desain berdasarkan *appeal*. Hasil dari analisis PLS menghasilkan rekomendasi elemen desain sesuai dengan *appeal* yang terdapat dalam konsep “atraktif”.

Kategori elemen desain diterjemahkan ke dalam dummy variable dengan mengubah tanda ceklis diberi nilai 1 dan kolom kosong diberi nilai 0.

Tabel 10. Dummy Variable

ID SPESIMEN	Shape Theory				Colour												...	
					Basic Colour			Temperature		Colour Harmony							...	
	Square	Triangels	Circles	Combinations	Primary	Secondary	Teritary	Warm	Cool	Monochromatic	Analogous	Complementary	Split Complementary	Triadic	Tetradic	From Nature	...	
1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
2	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	...
3	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	
4	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
5	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
6	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	
7	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	

Data yang dilibatkan dalam analisis PLS adalah Variabel y yang berupa hasil rekapitulasi appeal dari partisipan. Variabel x yang berupa elemen desain yang diterjemahkan ke dalam dummy variable, dan 7 spesimen desain karakter. Selanjutnya data dummy variable tersebut disebut dengan variabel x dan variabel y.

Tabel 11. Range Kategori dari Hasil Analisis PLS

Kategori	Range
Warm Colour	0.143
Cool Colour	0.857
Monochromatic	0.143
Analogous	0.286
Complementary	0.143
Split Complementary	0.286
Triadic	0.000
Tetradic	0.000
From Nature	0.143
Near Realis	1.000
Almond Eyes	0.143
Round Eyes	0.429
Hooded Eyes	0.286
Down-turned Eyes	0.143
...	...

Pada tabel 11 nilai range adalah kategori yang memiliki pengaruh terhadap elemen desain. Pada baris “Near Realis” dengan nilai tertinggi sebesar 1.00, berarti kategori tersebut memiliki pengaruh kuat terhadap elemen desain appeal. Sedangkan “Triadic” dan “Tetradic” memiliki nilai range yang lebih rendah ini berarti kategori tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap elemen desain appeal.

Pada tabel 12 menunjukkan data yang diinterpretasikan pada setiap kategori elemen karakter menggunakan rekomendasi yang ada untuk menciptakan desain karakter dengan prinsip *appeal*.

Tabel 12. *Matriks* Rekomendasi Elemen Desain Karakter dengan prinsip *Appeal*

Appeal	
Elemen Karakter	Rekomendasi
Eyes Sape	Hooded
Face Shape	Square
Nose Shape	Straight
Ear Shape	Round
Lips Shape	Thin
Basic Color	Teritary
Temperature Color	Cool
Colour Harmony	Analogus
Lefel Of Simplify	Near Realis

4. KESIMPULAN

Perancangan desain karakter dengan prinsip appeal dilakukan dengan pendekatan Kansei Engeneering menghasilkan rekomendasi elemen desain serta melibatkan faktor psikologis. Penerapan Kansei Engineering dengan analisis statistik multivariat yang dilakukan dalam penelitian ini dapat menerjemahkan konsep emosi dan menghasilkan elemen desain berdasarkan appeal, sehingga penelitian ini menghasilkan:

1. Konsep appeal yaitu atraktif yang terdiri dari elemen appeal “Teritary Color”, “Near Realis”, “Hooded Eyes”, dan “Square Face Shape”
2. Rekomendasi elemen desain berdasarkan prinsip appeal berupa Matrik (tabel 12).

5. SARAN

Saran yang dapat diajukan untuk kesempurnaan penelitian ini, yaitu Perlu melibatkan partisipan yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai desain karakter dalam penerapan *Kansei Engeneering*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prakoso, G., 2010, Pengetahuan Dasar Film Animasi, FFTV IKJ Press & Yayasan Seni Visual Indonesia, Jakarta.
- [2] Purnama, W., Andreas, W., 2013, Animasi 2D, Kementrian Pendidikan & Kebudayaan, Malang
- [3] Hayati, R. S., Suyanto, M., & Sukoco., 2016, Analisis Perbandingan Karakter Doraemon dan Karakter Spongebob Dengan Metode Orson Scott Card, Jurnal Eksplora Informatika, No 1, Vol 6.
- [4] Santoso, B. G., 2013, Nganimasi Bersama Mas Be, Elex Media Komputindo, Jakarta
- [5] Hooks, E., 2011, Acting for Animators, Routledge, Milton Park - Abingdon
- [6] Hidayat, T., 2014, Rancang Bangun Media Interaktif Untuk Kerajinan Tangan Tradisional, Creative Information Technology Journal, No. 3, Vol. 1

-
- [7] Carreiraa, R., Patrício, L., Jorgea, R. N., Mageeb, C. L., 2013, Development of an extended Kansei Engineering method to incorporate experience requirements in product–service system design, *Journal of Engineering Design*, No. 10, Vol. 23, Hal. 738-764
 - [8] Nagamachi, M., Lokman, A. M., 2011, *Innovations of Kansei Engineering*, CRC Press, Florida
 - [9] Gudono, 2011, *Analisis data Multivariat*, BPEE Penerbit, Yogyakarta
 - [10] Santoso, S., 2015, *Statistik Multivariat*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
-