

Persona; And everything within (Studi Kasus Pendekatan terhadap ilusi persepsi rupa dan persona yang tidak terlihat)

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni

Disusun oleh :

Jasmine Humaira Mumtaz

1604160007



PROGRAM STUDI SENI RUPA MURNI

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

TELKOM UNIVERSITY

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Persona; And everything within (Studi Kasus Pendekatan terhadap ilusi persepsi rupa dan persona yang tidak terlihat)

Oleh:

JASMINE HUMAIRA MUMTAZ

1604160007

Menyetujui,
Tim Pembimbing

Bandung,.....2020

Pembimbing I



Iqbal Prabawa Wiguna, S.Sn., M.Sn

Pembimbing II



Sigit Kusumanugraha S.Sn., M.Sc

NIP. 17840106

NIP. 20840006

LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS

Pengantar Karya Akhir ini adalah hasil karya penulis sendiri,
Dan semua sumber baik dari yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya
nyatakan dengan benar.

Jasmine Humaira Mumtaz

1604160007

ABSTRAK

Penulis bertujuan untuk fokus mengolah rasa dan kepekaan penulis terhadap isu-isu yang ada di dunia idol k-pop, dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal, pengolahan data-data yang ada, sampai dengan penuangan ide dalam karya. Saat ini, Mayoritas masyarakat di seluruh dunia saat ini sudah mengenal idol k-pop. Di dunia modern ini, industri hiburan idol k-pop berkembang sangat pesat. Di dalam kehidupan seorang *idol* k-pop, terdapat istilah “Fandom Culture”. Di Korea Selatan, budaya fandom termasuk didalamnya bahwa idol harus menuruti fans dan mengikuti kemauan “pasar” nya. Maka dari itu, mereka dituntut untuk mengenakan persona. Hal tersebut pada akhirnya mencerminkan persepsi masyarakat mengenai peran yang harus dimainkan di dalam hidupnya. Memang benar adanya persona merupakan sisi penting dalam kepribadian, dan sebaiknya kita tidak mencampurkan bagian yang ditampilkan di depan publik dengan diri kita. Agar sehat secara psikologis maka kita harus mempertahankan keseimbangan antara harapan sosial dengan bagaimana kepribadian kita yang sebenarnya. Caranya adalah dengan mengurangi tingkat kepentingan harapan sosial. Namun, sekitar 90% dari idol k-pop tidak memiliki hak atas itu. Artinya, hampir seluruh idol k-pop dituntut untuk mengenakan persona yang telah diatur sedemikian rupa oleh agensi. Hal ini membuat penulis tergerak untuk “menumpahkan” kebenaran tersebut melalui karya. Disini penulis bereksperimen dengan imagi “bertumpuk” yang digambar secara digital dengan medium software ilustrasi digital, dan hanya dapat dilihat menggunakan kacamata 3D anaglyph. Hal ini sekaligus sebagai gambaran bahwa kedua sisi dalam dunia idol tersebut hanya dapat “dilihat” dari sudut pandang yang berbeda.

Kata kunci: Persona, Idol, Fandom Culture, Anaglyph

ABSTRACT

The author aims to focus on processing personal sensitivity to the issues that exist in the world of k-pop idols, by paying attention to internal and external factors, processing existing data, to pouring ideas into the work. Today, the majority of people around the world are now familiar with k-pop idols. In this modern world, the k-pop idol entertainment industry is developing very rapidly. In the life of a k-pop idol, there is the term "Fandom Culture". In South Korea, fandom culture includes that idols must obey their fans and follow the market's will. Therefore, they are required to wear personas on a daily basis. This, in turn, reflects people's perception of the role that must be played in their lives. It is true that the existence of persona is an important side of personality, and we should not mix the part that is displayed in public with our true selves. In fact, to be psychologically healthy, we must maintain a balance between social expectations and our true personality. The trick is to reduce the level of importance of social expectations. However, around 90% of k-pop idols do not have rights to that. That is, almost all k-pop idols are required to wear a persona that has been arranged in such a way by the agency. This makes the writer moved to "spill" the truth untold through the work. Here the author is experimenting with stacked images drawn with a digital illustration software, and can only be seen using anaglyph 3D glasses. This also reflects that the two sides in the world of idols can only be "seen" from different points of view.

Keywords: *Persona, Idol, Fandom Culture, Anaglyph*

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamNya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Persona; And everything within”** ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna mencapai gelar Sarjana Seni Strata Satu pada Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom Bandung.

Penulis menyadari bahwa pembuatan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Adiwijaya, S.Si., M.Si. Selaku Rektor Universitas Telkom.
2. Dr. Roro Retno Wulan, S.Sos, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
3. Iqbal Prabawa Wiguna, S.Sn., M.Sn., dan Sigit Kusumanugraha S.Sn., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing 1 (satu) dan 2 (dua) yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan memberikan pengarahan secara penuh dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen dan *Staff* Program Studi Seni Rupa yang selalu memotivasi, membimbing, dan mendidik penulis dari awal hingga akhir semester.
5. Keluarga Kecil. Abah, Mami, serta Ikkyu yang selalu mendoakan, menyemangati, memberikan kasih sayang, perhatian, dan dukungan penuh baik secara moril dan materil.
6. Keluarga Besar penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis.
7. Teman-teman penulis di perantauan, Dini, Adel, Mei, Audi, Nesya, Ara, Yola, Adelo, Arifia, Rifaa, Thalita, Kak Gita, dan Indar. Juga teman-teman dari Program Studi Seni Rupa angkatan 2016 yang sudah bersama-sama menjalani semester satu hingga akhir, Terutama para sahabat yang luar biasa Sonya, Dilla, Ucha, Fida dan Tara, yang selalu memberikan semangat dan kebaikan yang tiada hentinya setiap hari.

8. Layla, Yang selalu menemani penulis dalam proses pembuatan Tugas Akhir, memberikan dukungan dan semangat serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir ini.
9. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari para pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir yang penulis susun ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca.

Bandung, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	2
LEMBAR PENYATAAN.....	3
ABSTRAK.....	4
ABSTRACT.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Berkarya.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
1.6 Alur Berpikir.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1 Persona.....	18
2.2 Industri Idol K-pop.....	18
2.3 Teori Kepribadian.....	23
2.4 Psikologi Warna.....	24
2.5 Anaglyph.....	28
2.6 Digital Painting & Digital Art.....	29
2.7 James Jean.....	30
BAB III PROSES DAN TEKNIK BERKARYA.....	34
3.1 Abstrak Proses Penciptaan.....	34

3.2 Eksplorasi Internal.....	34
3.3 Penjelasan Karya.....	35
3.4 Rencana Display Karya.....	38
3.5 Dokumentasi Pembuatan Karya.....	38
BAB 1V PENUTUP.....	39
3.1 Kesimpulan.....	39
3.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41

DAFTAR GAMBAR

Alur Berpikir.....	10
Gambar 2.4.1 Colour Wheel	19
Gambar 2.6.1 “Adrift” by James Jean.....	22
Gambar 2.6.2 “Offering” by James Jean.....	22
Gambar 2.6.3 “Tiger” by James Jean.....	23
Gambar 2.6.4 “Luck” by James Jean.....	23
Bagan Pengkajian Sumber Gagasan.....	24
Karya 1-12 (Beserta Penjelasannya).....	25
Rencana Display Karya.....	29
Dokumentasi Pembuatan Karya.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persona adalah sebuah topeng/wajah yang “dipakai” ketika menghadapi publik. Hal tersebut pada akhirnya mencerminkan persepsi masyarakat mengenai peran yang harus dimainkan dalam hidupnya. Singkatnya, persona itu adalah kepribadian publik, aspek-aspek pribadi yang ditunjukkan pada dunia atau pendapat publik mengenai individu sebagai lawan dari kepribadian privatnya. (Alwisol, 2009)

Pengertian di atas tentunya menggambarkan pengertian sesungguhnya dari Carl Gustav Jung, seorang psikolog berkebangsaan Swiss yang menyatakan bahwa persona adalah sisi kepribadian seseorang yang ditunjukkan kepada dunia. Jung percaya bahwa setiap manusia terlibat dalam peranan tertentu yang dituntut oleh dunia sosial. Misalnya seorang politikus diharapkan menampilkan muka penuh keyakinan untuk memenangkan suara masyarakat dan aktor dituntut untuk memamerkan gaya hidupnya sesuai dengan keinginan publik (Feist, 2009).

Di dalam kehidupan seorang idol k-pop yang akan saya bahas, terdapat istilah “Fandom Culture”. Di Korea Selatan, budaya fandom sebagian besar telah terbentuk di sekitar idol. Fandom culture di Korea Selatan sekarang bahkan telah dipandang sebagai budaya utama dan bukan sebagai subkultur. Sekitar tahun 2000, banyak klub penggemar idol yang muncul dan budaya para kaum muda Korea menjadi subjek studi akademis. Banyak warga Korea Selatan generasi

lanjut tidak setuju dengan fandom culture yang dianggap mereka terlalu antusias, dan studi awal mengenai subjek ini mendapat pandangan yang negative dari masyarakat. Alasan yang mungkin adalah bahwa fandom culture “terlihat” seperti kegiatan anak muda yang labil dan suka memberontak. (Elvin, 2015)

Fandom culture terbagi menjadi dua, ada fans yang “positif” dan fans yang “negatif”. Fans yang mendukung secara positif mungkin lebih baik dan berperilaku sopan dalam “mengejar” obsesi mereka, seperti dengan belajar agar bisa memasuki universitas yang sama dengan idola mereka, belajar bahasa asing untuk mengikuti karir idola mereka di luar negeri atau belajar teknik pemrosesan gambar untuk mengedit foto-foto idola mereka. Juga dapat memotivasi untuk mengerjakan hobi-hobi baru dan minat lainnya. misalnya, penggemar grup idola JYJ menjadi ikut menyukai penampilan musikal klasik karena menonton penampilan musikal JYJ.

Sedangkan fans yang “Negatif”, atau biasa disebut dengan “Sasaeng fans”, adalah Penggemar penguntit. Mereka dianggap terlalu terobsesi dengan figur publik dan terlibat dalam perilaku yang merupakan pelanggaran privasi. Penggemar penguntit dapat menyamar sebagai manajer panggung atau manajer untuk mendekati idol, atau berpura-pura menjadi wartawan untuk mendapatkan akses ke konferensi pers. Banyak penggemar menggunakan internet dan media sosial untuk menemukan dan melacak lokasi idola mereka. Menurut sebuah grup idola Korea JYJ, beberapa penggemar datang ke asrama grup, mencuri pakaian dalam anggota, mengambil gambar ketika mereka sedang tidur, dan kemudian mengirim gambar tersebut kepada para sesama anggota sasaeng lainnya melalui pesan teks. (Ahn Hye-Jin, 2019)

Paparazzi juga ada di Korea Selatan. Majalah tabloid gosip korea selatan, Dispatch melaporkan kehidupan pribadi orang-orang di industri hiburan Korea, dan telah melanggar privasi dengan mengungkap rahasia dan mengambil foto secara tersembunyi. Meskipun majalah dispatch adalah sumber informasi penting bagi banyak penggemar, hal ini dapat bersifat invasif bagi selebritas. Hal inilah

yang menyebabkan hampir seluruh agensi hiburan di korea selatan yang menaungi para idol memiliki peraturan tersendiri tentang persona publik yang wajib “dikenakan” oleh para idol, untuk melindungi para idol dari hal-hal invasif yang kemungkinan dapat merusak citra diri mereka dalam masyarakat, atau yang lebih buruk lagi, dapat membuat karir mereka di dunia hiburan berakhir.

Memang benar adanya persona merupakan sisi penting dalam kepribadian, dan sebaiknya kita tidak mencampurkan bagian yang ditampilkan di depan publik dengan diri kita. Benar juga adanya jika kita harus diterima di masyarakat namun jika kita terlalu menggunakan persona/topeng maka kita akan kehilangan sentuhan inner self dan cenderung hidup hanya untuk memenuhi harapan sosial. Agar sehat secara psikologis maka kita harus mempertahankan keseimbangan antara harapan sosial dengan bagaimana kepribadian kita yang sebenarnya caranya adalah dengan mengurangi tingkat kepentingan harapan sosial (Feist, 2009).

Namun, sekitar 90% dari idol k-pop tidak memiliki hak atas itu. Artinya, hampir seluruh idol k-pop dituntut untuk mengenakan persona yang telah diatur sedemikian rupa oleh agensi.

Dikarenakan penulis memiliki ketertarikan pribadi terhadap idol dan seluruh personanya dalam dunia entertainment korea, maka penulis pun mencoba “mengolah” fakta dan data yang sudah ada kedalam karyanya, termasuk mengolah visual karya agar bisa mendapatkan penggambaran yang tepat. Penulis telah mencoba untuk bereksperimen dengan berbagai gaya melukis yang ada, dan pada akhirnya imagi bertumpuk pada gambar digital anaglyph inilah yang dirasa-rasa paling tepat.

Penggambaran karya dengan menggunakan gaya anaglyph dipilih oleh penulis karena visual anaglyph mengharuskan adanya imagi yang bertumpuk satu sama lain agar makna keseluruhannya bisa “dilihat” menggunakan kacamata 3d. Hal ini dirasa penulis sangat sesuai dengan tema dan konsep karya yang dibahas di tugas akhir ini, yaitu mengenai adanya dua sisi kehidupan dari idol. Visual anaglyph benar-benar menggambarkan bahwa pada kenyataannya kehidupan idol tidak

selalu gemerlap dan gemilang seperti apa yang terlihat oleh mata telanjang. Sisi “gelap” dari kehidupan idol hanya dapat dilihat bila kita ingin menilikinya dari sudut pandang yang berbeda.

Selama “bereksperimen” dengan tugas akhir ini, Penulis menggunakan referensi berkarya dari seorang ilustrator sekaligus seniman terkenal asal Taiwan, James Jean, Yang saat ini berbasis di Los Angeles. Dia dikenal di industri komik Amerika sebagai ilustrator untuk berbagai buku yang diterbitkan oleh DC Comics, serta karyanya untuk Prada, ESPN, dan Atlantic Records. Jean, Dalam proses pembuatan karya-karya seninya, Jean juga bereksperimen dengan menggunakan banyak media yang berbeda, namun fokusnya adalah menggambar dengan menggunakan software digital. (Maharam, 2013)

Di era digital seperti sekarang ini, Media untuk menciptakan karya seni sudah sangat beragam, tidak hanya sekadar media cetak seperti majalah, buku, novel, atau komik. Jadi, menciptakan karya seni menggunakan software tentu sudah tidak asing lagi. Industri media digital yang saat ini sedang berkembang pesat tentunya sangat membutuhkan ilustrator dan seniman bertalenta untuk menciptakan produk berkualitas tinggi. (Utomo, 2017)

1.2 Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan - rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis tentang Persona, ilusi dan juga persepsi orang lain terhadap makna sebuah karya seni:

1. Bagaimana penulis mengungkapkan persona publik figur dan segalanya yang tersirat didalamnya?
2. Bagaimana penulis menggambarkan keadaan di balik gemerlapnya dunia publik figur dan idol melalui visual anaglyph?

3. Bagaimana penulis menggunakan teknik visual anaglyph dalam menciptakan karya seni rupa dua dimensi?

1.3 Batasan Masalah

Dari masalah yang telah diidentifikasi sesuai rumusan masalah diatas, dalam Penulisan Laporan dan Pengkaryaan untuk Tugas Akhirnya, maka Penulisan dan Pengkaryaan dibuat untuk membahas tentang persepsi ilusi dalam sebuah karya seni untuk kalangan pekerja seni maupun awam, yang khususnya berusia remaja - dewasa. Dan kemudian:

1. Penulis dalam hal ini membatasi bahwa penulisan dan pengkaryaan merupakan bagaimana penulis memberikan gambaran atas persona publik figur dan segalanya yang tersirat didalamnya
2. Penulis kemudian akan memberikan *output* penulisan karya dengan medium digital painting.

1.4 Tujuan Berkarya

Tujuan karya ini adalah untuk pembuatan Karya Tugas Akhir Prodi Seni Rupa, mengangkat isu di dunia hiburan idol. Dibalik persona diatas panggung, gemilangnya kesuksesan dan ketenaran yang dimiliki oleh seorang idol, sebenarnya ada banyak macam intrik dan isu-isu tersembunyi yang tidak terlihat; seperti contohnya bullying, objektifikasi seksual, monopoli kontrak kerja dan hal-hal lainnya yang jauh sekali dari kata gemerlap. Dimana dalam proses ini Penulis berusaha untuk menyajikan karya yang dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya, yaitu dua sisi kehidupan di dunia hiburan idol.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan umum tentang penelitian namun dikemas dengan ringkas dan padat. Isi bab ini meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, Alur kerja penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi rangkuman teori umum, teori seni dan seniman referensi yang membantu penulis dalam berkarya. Penulis menggunakan buku teks dan sumber internet yang didasarkan oleh hasil penelitian yang relevan dengan karya yang akan digarap. Penulis menggunakan teori-teori yang menyangkut teori-teori kepribadian, dan merujuk referensi seniman yang memiliki gaya melukis digital. Hasil dari rangkuman teori tersebut digunakan untuk menguraikan kerangka pikiran. Penulis menggunakan teori-teori yang menyangkut dengan anaglyph, kepribadian dan persona idol beserta fandom culture yang terkait didalamnya.

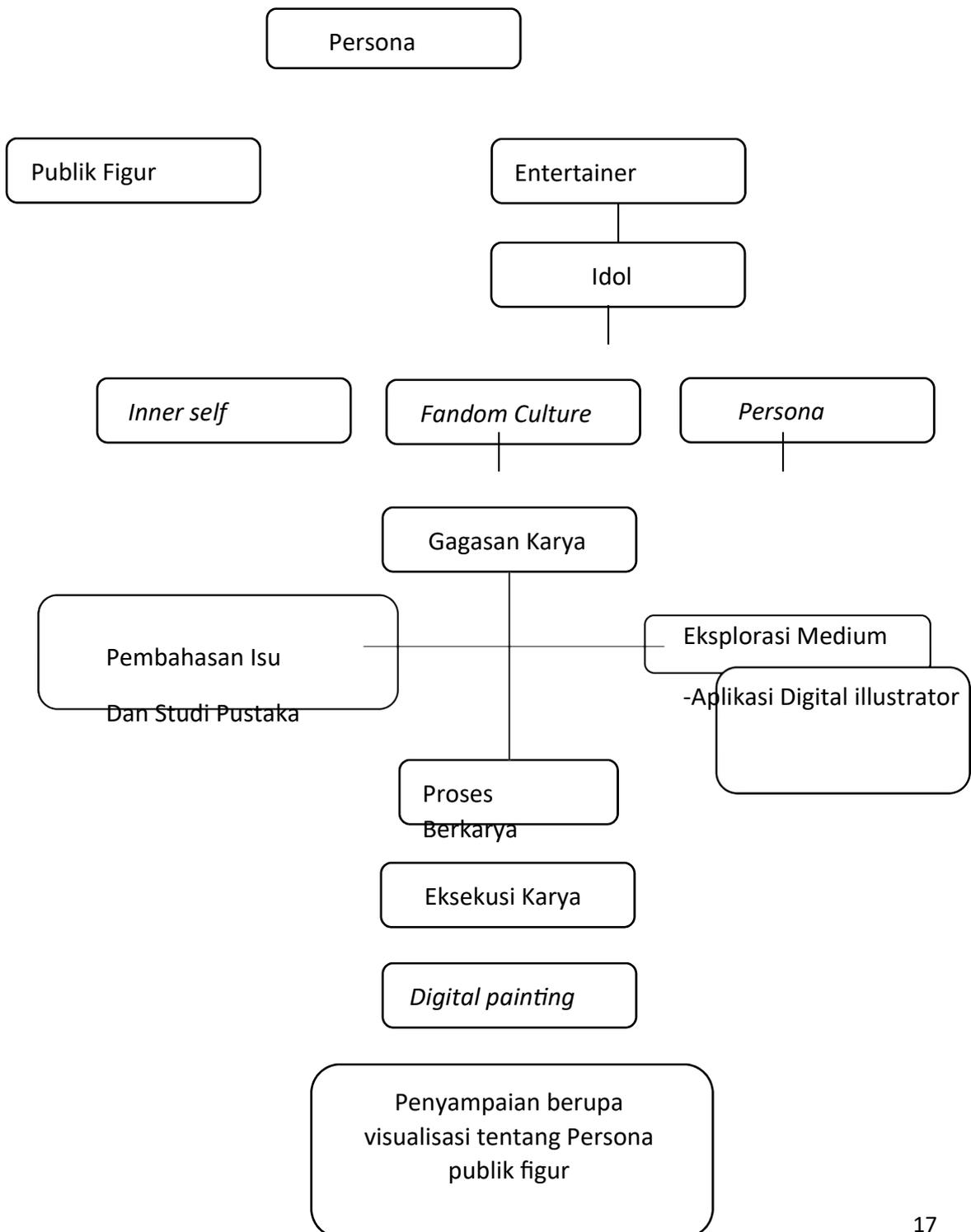
BAB III KONSEP KARYA DAN PROSES BERKARYA

Bab ini berisi konsep karya dan proses penciptaan karya.

BAB IV KESIMPULAN

Bab ini berisi hasil kesimpulan dari konsep karya dan proses berkarya.

1.6 Alur berpikir



BAB II

LANDASAN TEORI UMUM YANG MENDUKUNG KARYA

2.1 Persona

Persona merupakan bentuk dari adaptasi evolusioner di mana setiap manusia memiliki kecenderungan untuk memantau ataupun mengontrol perilaku dan citra mereka di mata publik. Secara harfiah, kata persona dalam bahasa Latin berarti “Topeng”. Topeng yang kita kenakan ini akan berbeda mengikuti situasi dan kondisinya. Menurut filosofi Jepang, kita memiliki 3 wajah atau topeng. Wajah pertama digunakan dalam menghadapi dunia, biasanya topeng wajah ini akan berusaha untuk mewujudkan sisi positif dalam diri. Wajah kedua ditampakan kepada orang-orang terdekat seperti keluarga dan sahabat. Sementara, wajah ketiga ditunjukkan hanya kepada diri sendiri. Tidak ada orang lain yang mengetahui wajah kita yang ketiga ini selain diri kita sendiri. (Pijar, 2019)

Persona sangat erat kaitannya dengan Self-Branding. Untuk bisa terus bertahan dalam segala kesempatan, seringkali kita membutuhkan persona. Bukan hanya untuk memberikan kesan pertama yang baik, tetapi persona juga untuk beradaptasi dengan lingkungan. Hal ini dikarenakan persona adalah aspek yang fundamental dari proses interpersonal. Karena itu, beberapa dari kita berusaha untuk mengelola impresi diri yang baik agar bisa diterima di dalam masyarakat dan kelompok-kelompok kecil yang terkait didalamnya. (Pijar, 2019)

2.2 Industri Idol K-pop

Idol K-pop, dalam budaya fandom di Korea Selatan, merujuk pada selebritas yang bekerja di bidang K-pop, baik sebagai anggota grup atau sebagai artis solo. Idol K-pop “diikat” oleh sistem kontrak yang diproduksi oleh agensi dan debut di bawah label agensi tersebut. Mayoritas kecenderungan mereka untuk menampilkan visual, tarian, dan musik yang dipengaruhi oleh budaya Barat. Mereka biasanya bekerja untuk agensi hiburan umum dan telah menjalani pelatihan ekstensif dalam bidang tari, vokal, dan bahasa asing. Idol K-pop diharuskan untuk menuruti kontrak kerja yang telah ditandatangani dan mempertahankan citra publik yang telah dikuratori sedemikian rupa oleh agensi mereka, dan mendedikasikan waktu dan sumber daya yang signifikan untuk membangun hubungan dengan penggemarnya melalui konser dan acara-acara jumpa penggemar.

Ratusan kandidat Idol K-pop setiap harinya menghadiri audisi global yang diadakan oleh agensi hiburan Korea untuk tampil menunjukkan bakatnya, dan merebut kesempatan untuk menjadi trainee. Audisi meliputi audisi publik dan audisi tertutup. Mereka yang berhasil melewati tahap audisi ini ditawarkan kontrak jangka panjang dengan perusahaan hiburan. Tidak ada batasan usia untuk menjadi peserta pelatihan; dengan demikian tidak jarang bagi para trainee, untuk debut menjadi idol di usia yang sangat muda.

Proses pelatihan menjadi trainee berlangsung selama jangka waktu yang tidak terbatas, mulai dari bulan ke tahun, dan biasanya melibatkan kelas vokal, tarian, dan bahasa yang diambil saat tinggal bersama dalam satu asrama dengan peserta pelatihan lainnya, yang kadang-kadang bersekolah di waktu yang sama, meskipun beberapa trainee putus sekolah untuk fokus pada karir mereka. Trainee di perusahaan yang sama bersaing satu sama lain dan terus berjuang untuk kesempatan debut sebagai grup idol baru, sementara mereka yang tidak bisa menunjukkan potensi mereka untuk menjadi idol yang memenuhi syarat disingkirkan dari perusahaan. (Akbar, 2019)

Begitu peserta pelatihan memasuki sistem, mereka diatur dalam berbagai aspek termasuk kehidupan pribadi (misalnya, dilarang untuk berkencan) dan kondisi tubuh dan penampilan visual pun harus memenuhi syarat standar kelayakan untuk menjadi idol. Kelangsungan hidup, dan pelatihan serta peraturan lebih diutamakan daripada bakat alami dalam produksi idol K-pop.

Ketika trainee akhirnya dipilih untuk debut dalam grup idol baru, mereka akan menghadapi pengaturan persona kepribadian baru yang diciptakan oleh perusahaan untuk memenuhi pasar hiburan. Setiap anggota grup idola memiliki karakter sendiri untuk “dimainkan”, dan oleh karena itu bagian penting dari tugas pekerjaan mereka adalah mempertahankan persona itu dalam segala jenis paparan media yang mungkin mereka dapatkan. Salah satu cara untuk membangun citra pribadi grup idola adalah melalui layanan media sosial dengan konten yang “dijaga” oleh perusahaan untuk memastikan konsistensi dari karakteristik persona pribadi idol ini. (Mustikasari, 2020)

Hubungan antara idola Korea dan penggemar mereka dapat dicirikan sebagai "Parasocial Relationship", yang berarti penggemar membuat suatu ikatan keluarga dengan idola mereka. Sifat hubungan "Parasocial Relationship" ini dapat terlihat dalam partisipasi proaktif penggemar idola Korea dalam produksi grup idola. Fans memiliki cara unik mereka sendiri untuk menunjukkan sikap dan pendapat mereka tentang isu-isu mengenai tindakan "tidak adil" dari perusahaan manajemen, dan dalam situasi ini mereka lebih sering terlihat melindungi idola dari eksploitasi perusahaan karena hubungan keluarga yang dibangun antara kedua belah pihak. (Pranata, 2019)

Beberapa grup idola Korea dan artis solo membenci kontrak yang dikeluarkan kepada mereka oleh perusahaan manajemen mereka, mengklaim bahwa kontrak berdurasi satu dekade itu "terlalu lama dan terlalu ketat, dan hampir tidak memberi mereka keuntungan dari kesuksesan mereka". Seorang direktur agensi hiburan Korea Selatan, DSP Media menyatakan bahwa perusahaan memang berbagi keuntungan dengan para pemain, tetapi seringkali hanya sedikit yang

tersisa setelah membayar biaya. Perusahaan hiburan Korea terkenal seperti S.M Entertainment bahkan telah disebut "pabrik" karena metode mereka saat memproduksi idol, terbilang tidak manusiawi. Anggota grup idol sering kali pensiun dan diganti dengan peserta baru ketika usia mereka atau kecenderungan akan sesuatu mulai menimbulkan masalah. Seperti kasus grup TVXQ yang menarik kasus S.M. Entertainment ke pengadilan, karena persyaratan kontrak idol yang tidak masuk akal dalam kontrak mereka dengan perusahaan tersebut pada tahun 2009. (Putri, 2018)

Dalam dunia hiburan korea, semakin populer seorang idol, semakin besar basis penggemar yang mereka miliki. Fans pasti akan menjadi gila, menjerit, dan menjadi terobsesi dengan selebriti favorit mereka, tetapi ada batasan antara menjadi penggemar normal dan penggemar yang terlalu terobsesi. Di dunia K-pop, penggemar dikategorikan sebagai penggemar normal dan penggemar sasaeng atau penggemar stalker. Penggemar normal hanya akan menonton video tentang idol favorit mereka untuk mengetahui lebih banyak tentang mereka, sementara Sasaeng Fans menggunakan metode "menguntit" dan metode keterlaluan lainnya untuk mempelajari lebih lanjut tentang idola mereka serta berharap idola mereka akan mengingat mereka. Agar para penggemar ini mendapatkan perhatian idola favorit mereka, para penggemar obsesif ini berkemah di luar asrama idola favorit mereka dan mencoba yang terbaik untuk masuk ke kamar mereka. Alasan berkemah di luar asrama idola mereka adalah karena mereka ingin dapat mengetahui apa yang dilakukan idola favorit mereka setiap hari, sambil mencoba mengumpulkan informasi tentang idola mereka yang orang lain tidak tahu membuat mereka merasa "istimewa". Sekarang, ini mungkin sudah tampak menakutkan dan ilegal tetapi ada lebih banyak hal aneh lainnya yang dilakukan penggemar sasaeng terhadap idola mereka. Dilaporkan para penggemar sasaeng sering mengganggu privasi idola mereka dengan menelepon nomor telepon idola favorit mereka dan mengambil foto idol yang sedang tidur di asrama mereka. (Subyakto, 2017)

Ditambah lagi, banyak sekali kasus objektifikasi seksual diantara para idol k-pop. Pada akhir tahun 2000, Korea Selatan telah memasukkan lebih banyak budaya yang kebarat-baratan (khususnya, yang di-Amerika-kan) ke dalam produk mereka (yaitu ekspor) untuk meningkatkan penjualan internasional, sehingga menekan industri musik populer untuk menjadi lebih kebarat-baratan. Proliferasi K-pop memungkinkan Korea Selatan untuk masuk dan bahkan mendominasi "perang budaya" global, sebuah konsep yang dikaitkan dengan pertempuran untuk perhatian antara budaya global di era modern. Dengan demikian, pemerintah Korea Selatan mendorong penggunaan K-pop untuk mempromosikan pengakuan global. Namun, karena turbulensi budaya populer yang sebagian besar disebabkan oleh seksualisasi, pemerintah tidak mempertahankan dukungan resmi terhadap K-pop, tetapi justru membatasi dan mengatur sedemikian rupa apa saja yang diperbolehkan dalam kegiatan K-pop. Hal ini memang memungkinkan idol K-pop menjadi representasi tidak resmi dari budaya Korea Selatan, mempromosikan kebanggaan budaya dan membangun bangsa Korea menjadi "republik idol", namun hal ini juga berarti bahwa citra mereka (yaitu tubuh dan persona) seluruhnya adalah milik negara dan mewakili rakyat negara. (A. Kemala, 2019)

Dalam satu dekade terakhir, "pendewasaan genre" K-pop yang didorong oleh video musik yang sangat vulgar, secara tidak sadar mendorong para idol menjadi media visual, sehingga mengubah K-pop menjadi standar kecantikan modern. Mulai dari lemak tubuh rendah, tubuh kekar berotot, dan berbagai anggota tubuh lainnya yang disempurnakan. Segala cara pun dilakukan untuk mendapatkan tubuh sempurna dan tanpa cela, termasuk diantaranya operasi plastik. Hal ini tentunya mengundang banyak kritik terhadap objektifikasi seksual dari idol wanita dan pria di seluruh industri kpop. Masalahnya kian diperburuk karena tingginya kekakuan norma gender dalam masyarakat Korea kontemporer. Idol K-pop seringkali digambarkan dalam video musik mengenakan pakaian ekstra terbuka dan menari secara provokatif, sebagai bagian dari upaya perusahaan untuk memasarkan para Idol dengan berbagai cara seperti contohnya: mendorong para Idol untuk tampil dengan konsep panggung yang seksi dan menarik, menyesuaikan para Idol dengan fantasi penggemar, dan mempersembahkan lagu-

lagu atau video musik yang berbau seksual, agar para penggemar tertarik dan industri idol pun akan semakin “laku” di pasaran.

2.3 Teori Kepribadian

2.3.1 Teori Kepribadian Carl Gustav Jung

Carl Gustav Jung (1875-1961) adalah orang pertama yang merumuskan tipe kepribadian manusia dengan istilah ekstrovert dan introvert, serta menggambarkan empat fungsi kepribadian manusia yang disebut dengan fungsi berpikir, pengindera, intuitif, dan perasa. (Seruni, 2019)

Struktur Kepribadian Jung: Persona

Persona adalah topeng yang dipakai pribadi sebagai respon terhadap tuntutan-tuntutan kebiasaan dan tradisi masyarakat, serta tuntutan tentang arketipenya sendiri. Ia merupakan peranan yang diberikan masyarakat kepada seseorang yang diharapkan dimainkan dalam hidupnya. Tujuannya adalah untuk menciptakan kesan tertentu pada orang lain dan seringkali ia melupakan hakikat kepribadian sesungguhnya. Apabila ego mengidentifikasi diri dengan persona, maka individu menjadi lebih sadar akan bagian yang dimainkannya daripada perasaannya sesungguhnya. Ia menjasi terasing dari dirinya, dan seluruh kepribadiannya menjadi rata atau berdimensi dua. Ia menjadi manusia tiruan belaka, sekedar pantulan masyarakat, bukan seorang manusia otonom. (Seruni, 2019)

2.3.2 Teori Kepribadian “Tiga Wajah” Manusia

Orang Jepang mempercayai jika manusia memiliki tiga wajah. Wajah pertama ditunjukkan kepada dunia, wajah kedua untuk teman terdekat dan wajah ketiga

dianjurkan untuk tidak ditunjukkan kepada siapapun, sebab itu adalah wujudmu yang sebenarnya. Dilansir dari berbagai sumber, kepercayaan orang Jepang atas tiga wajah tersebut, mengandung makna dalam yang dijelaskan dalam uraian berikut :

Wajah Pertama, adalah wajah yang kita tunjukkan kepada dunia dan kita pasang kepada kenalan maupun teman biasa. Wajah ini menurut kepercayaan tersebut, mendominasi kehidupan mencakup keramahan, senyum dan lainnya dengan maksud agar dunia dapat menerima kita dengan senang hati.

Wajah Kedua, adalah wajah yang mengandung kegilaan, urat malu putus maupun rasa tidak segan kepada lawan bicara kita. Wajah ini kita pasang saat kita berada di tengah-tengah kerabat dekat serta orang-orang terkasi. Menurut kepercayaan Jepang, wajah ini sebaiknya kita pasang setelah melalui proses hubungan yang panjang, dan setelah terbentuknya rasa nyaman satu dengan lainnya.

Wajah Ketiga, adalah wajah kita saat sendiri. Konon wajah ini adalah wajah kita yang sesungguhnya. Wajah ini biasanya muncul ketika termenung atau bernyanyi di kamar mandi, sedang tenggelam dalam kesunyian, atau duduk di tempat ibadah meratapi apa yang kita perbuat. (Syam, 2020)

2.4 Psikologi Warna

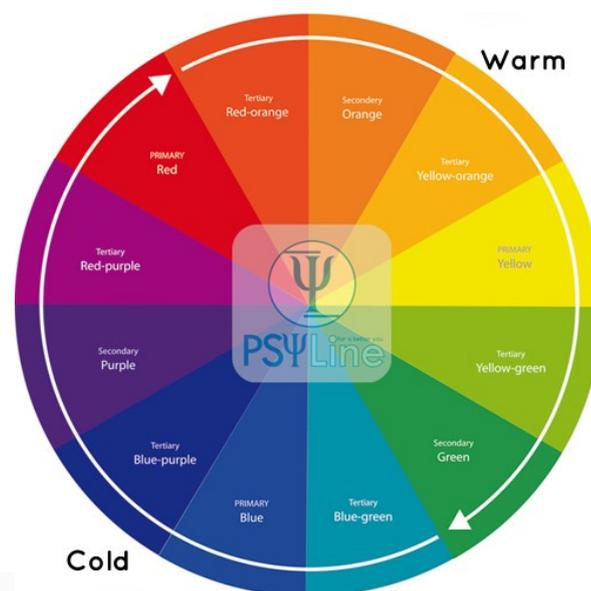
Warna diketahui bisa memberikan pengaruh terhadap psikologi, emosi serta cara bertindak manusia. Warna juga menjadi bentuk komunikasi non verbal yang bisa mengungkapkan pesan secara instan dan lebih bermakna. Bahkan, ada ilmu komunikasi visual yang menggunakan warna untuk terapi warna atau yang disebut colourology (menggunakan warna untuk menyembuhkan). Metode colourology sudah dipraktikkan oleh banyak kebudayaan kuno seperti Mesir dan Cina.

Carl Gustav Jung, seorang psikolog ternama dari Swiss, menjadikan warna sebagai alat penting dalam psikoterapinya. Beliau meyakini setiap warna punya

makna, potensi, dan kekuatan untuk memengaruhi. Bahkan menghasilkan efek tertentu pada produktivitas, emosi, hingga perubahan mood (suasana hati) seseorang. Beliau juga membuktikan Pengaruh Warna bagi Psikologi Manusia.

Keberadaan warna tidak semata-mata hasil alamiah, melainkan bermakna dan “dimaknai” oleh manusia. Dewasa ini, kita menemukan banyak interpretasi makna warna dalam banyak sektor. Mulai dari perfilman, fotografi, desain grafis dan interior, dan juga kesehatan.

Kelompok Warna.



Gambar 2.4.1 Colour Wheel

Secara umum warna dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu sebagai berikut:

1. Warna Netral.

Warna netral adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna. Warna netral bukan merupakan warna primer maupun sekunder. Warna ini merupakan percampuran ketiga komponen warna dalam komposisi yang berbeda.

Contoh warna netral adalah percampuran dari kuning kehijauan, oranye, dan biru keunguan.

2. Warna Kontras.

Warna kontras yaitu warna yang terkesan berlawanan dengan yang lainnya. Warna kontras bisa diperoleh dari warna yang berlawanan (memotong titik tengah segitiga). Warna kontras terdiri dari warna primer dan sekunder. Namun tidak menutup kemungkinan untuk membentuk kontras warna dengan mengolah nilai kemurnian warna ataupun memutar *wheel color*.

Contoh warna kontras diantaranya kuning dengan ungu, biru dengan jingga dan merah dengan hijau.

3. Warna Dingin.

Warna dingin yaitu kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran didalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu.

4. Warna Panas.

Dan yang terakhir warna panas, yaitu kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran didalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning.

Dari setiap pengelompokan warna diatas. Menurut Kaina dalam buku “Colour Therapy”, Pengaruh Warna bagi Psikologi Manusia, emosi serta cara bertindak manusia antara lain sebagai berikut:

- Dapat menciptakan daya tarik manusia untuk semakin bergairah terhadap suatu hal.
- Dapat mempengaruhi emosi seseorang.
- Penggunaan warna yang tepat dapat memberikan ketenangan, konsentrasi, kesan gembira.
- Penggunaan warna dapat membangkitkan energi yang membuat seorang menjadi aktif dalam melakukan kegiatannya.

- Warna sebagai salah satu alat bantu komunikasi non verbal yang bisa mengungkapkan pesan secara instan yang mudah diserap maknanya.

Berikut adalah definisi pengaruh warna Merah dan Biru bagi Psikologi Manusia:

1. Merah

Merah merupakan warna yang memberikan inspirasi power, energy, kehangatan, cinta, nafsu, dan agresi. Warna merah biasanya dapat memicu tingkat emosional seseorang sekaligus warna yang paling sering menarik perhatian. Warna merah memiliki efek untuk menstimulasi sebuah perhatian atau ketercapaian, serta merangsang kelenjar adrenal, hingga meningkatkan detak jantung. Sehingga merah biasa digunakan untuk menarik perhatian.

Sifat positif warna merah:

Bersemangat, enerjik, dinamis, komunikatif, aktif, kegembiraan, kekuatan, dramatis.

Sifat negatif warna merah:

Agresif, kemarahan, emosi, dominasi, persaingan, kekerasan, penolakan/pertentangan.

2. Biru

Penggunaan warna biru yang lebih muda akan memberikan efek kepercayaan yang lebih dominan. Sedangkan warna biru gelap lebih cenderung meningkatkan kesan cerdas pada penggunaannya. Warna biru menjadi salah satu warna yang sering kali dikaitkan dengan dunia bisnis. Khususnya bisnis-bisnis yang mengedepankan keseriusan dalam pekerjaannya.

Dalam ranah desain interior, warna biru sering kali digunakan untuk menciptakan kesan luas, stabil, sejuk, dingin, dan relaksasi pada ruangan.

Sifat positif warna biru:

Kepercayaan, konsistensi, konsentrasi, ketenangan, keyakinan, keseriusan.

Sifat negatif warna biru:

Kaku, tidak akrab, tidak punya ambisi, keraguan, dingin.

Itulah rincian arti dan Pengaruh Warna biru dan merah yang penulis gunakan dalam karya tugas akhir ini bagi Psikologi Manusia. Warna tidak hanya mempercantik sesuatu yang berkaitan dengannya, tetapi juga mempengaruhi terhadap kondisi psikologi orang disekitarnya. (Lebond, 2017)

2.5 Anaglyph

Anaglyph adalah efek 3D stereoskopis yang dicapai dengan cara menyandikan dua gambar yang berbeda menggunakan filter dengan warna berbeda (biasanya berlawanan secara kromatis), contoh yang sering digunakan yaitu warna merah dan cyan. Gambar 3D Anaglyph berisi dua gambar berwarna yang disaring berbeda, satu untuk setiap mata. masing-masing dari dua gambar tersebut mengungkapkan gambar stereoskopis yang terintegrasi. Korteks visual otak memadukan ini ke dalam persepsi adegan atau komposisi tiga dimensi. (Permana, 2012)

Deskripsi tertua dari pengertian gambar anaglyph ditulis pada bulan Agustus 1853 oleh W. Rollmann di Stargard tentang "Farbenstereoscope" (stereoscope warna). Dia mendapatkan hasil terbaik dengan melihat gambar kuning/biru dengan kacamata merah/biru. Rollmann menemukan bahwa dengan gambar merah/biru garis-garis merah tidak sejelas garis kuning melalui kaca biru.

Pada tahun 1858, di Perancis, Joseph D'Almeida menyampaikan laporan kepada l'Académie des sciences yang menjelaskan cara memproyeksikan tayangan tiga dimensi menggunakan filter merah dan hijau kepada audiens yang mengenakan kacamata merah dan hijau. Selanjutnya ia dicatat sebagai orang pertama yang merealisasikan gambar 3D menggunakan anaglyph.

Kemudian, anaglyph dicetak pertama kali pada tahun 1891. Proses ini terdiri dari pencetakan dua negatif yang membentuk foto stereoskopik pada kertas yang sama, satu dengan warna biru (atau hijau), satu lagi dengan warna merah. Kemudian orang-orang akan menggunakan kacamata berwarna dengan warna merah (untuk mata kiri) dan biru atau hijau (mata kanan). Mata kiri akan melihat gambar biru yang akan tampak hitam, sementara itu tidak akan melihat warna merah; sama halnya dengan mata kanan yang hanya akan melihat gambar merah. Dengan demikian gambar tiga dimensi akan dihasilkan. (Muhajir, 2013)

William Friese-Green adalah orang yang pertama kali membuat gambar anaglyph tiga dimensi yang dapat bergerak pada tahun 1889, yang kemudian dipamerkan secara publik pada tahun 1893. Film 3D mengalami ledakan peminat di tahun 1920-an. Istilah "3D" diciptakan pada tahun 1950-an. Sampai dengan tahun 1954, film-film seperti *Creature from the Black Lagoon* sangat sukses di pasaran karena menggunakan efek anaglyph. Awalnya film tersebut dipamerkan menggunakan sistem Polaroid, Namun *Creature from the Black Lagoon* berhasil diterbitkan ulang dalam format anaglyph sehingga dapat ditampilkan di bioskop tanpa memerlukan peralatan khusus. Pada tahun 1953, anaglyph mulai muncul di surat kabar, majalah, dan buku komik. Buku komik 3D adalah salah satu aplikasi anaglyph yang paling menarik untuk dicetak.

Selama bertahun-tahun, gambar-gambar anaglyph menjamur muncul dalam iklan komik dan majalah. Meskipun bukan termasuk anaglyphic, Film *Jaws 3D* merupakan puncak kesuksesan box-office pada tahun 1983. Saat ini kualitas yang sangat baik dari tampilan komputer dan program pengeditan stereo yang ramah pengguna menawarkan kemungkinan baru dan menarik untuk bereksperimen dengan stereo anaglyph.

Dan tentunya, diperlukan sepasang kacamata, dengan filter warna yang berlawanan, untuk dapat melihat gambar ataupun foto anaglyph. Lensa filter merah dan cyan di atas kedua mata memungkinkan warna merah dan cyan dari dalam gambar anaglyph untuk bisa terlihat. Dengan demikian kacamata khusus

anaglyph ini memungkinkan setiap mata untuk hanya melihat tampilan yang dimaksud dari saluran warna yang ada dalam gambar anaglyph. (Muhajir, 2011)

2.6 Digital Painting & Digital Art

Lukis digital adalah proses melukis di tablet dan membuat karya seni secara digital di komputer. Hal ini dapat dilakukan melalui perangkat lunak melukis. Banyak seniman beralih ke lukisan digital karena lebih murah dalam jangka panjang (lebih sedikit bahan) dan merupakan kebutuhan di dunia animasi, ilustrasi, dan seni permainan 2D.

Pada intinya ide lukisan digital cukup sederhana: melukis, namun secara digital. Tetapi bagaimana teknik melukis dan apa yang akan dilukis bisa sangat bervariasi.

Beberapa seniman lebih fokus pada karya ilustrasi dan mengembangkan gaya mereka sendiri. Orang lain yang bekerja di industri hiburan menciptakan seni produksi digital seperti seni konsep atau karya yang berfokus pada animasi. Tidak ada cara benar atau salah untuk melukis secara digital. Semuanya, mulai dari komik hingga desain karakter semuanya dapat digambar secara digital dengan keahlian yang tepat. (Fernanders, 2018)

2.7 James Jean

James Jean adalah seniman visual Taiwan-Amerika, yang lahir di Taiwan dan dibesarkan di Parsippany-Troy Hills, New Jersey. Dalam proses pembuatan karya-karya seninya, James Jean telah melalui banyak eksperimen dengan berbagai medium karya. Pada awalnya, ia tertarik pada lukisan-lukisan kain sutra Cina, kemudian mencoba berkarya menggunakan cetakan balok kayu Jepang, dan ia juga banyak menggambar ilustrasi, sketsa dan corat-coret lainnya menggunakan pensil. Ia juga banyak melukis menggunakan cat minyak diatas kanvas, Sebelum akhirnya sekarang ia telah memiliki gaya melukisnya sendiri, yang mana fokusnya adalah menggambar dengan menggunakan software digital.

Ia menerima pendidikan di School of Visual Arts di New York City, dan lulus pada tahun 2001. Ia diakui untuk karya komersial dan karya galeri seni rupa.

Setelah lulus, Jean menjadi ilustrator untuk DC Comics, mengumpulkan tujuh penghargaan Eisner, tiga penghargaan Harvey berturut-turut, dua medali emas dan satu perak dari Society of Illustrators of Los Angeles. Dia juga bekerja di bidang periklanan, dan telah berkontribusi pada banyak publikasi nasional dan internasional. Kliennya termasuk Majalah Time, The New York Times, Rolling Stone, Spin, ESPN, Atlantic Records, Target, Linkin Park, Knopf, Prada, dan lainnya. Dia mengilustrasikan sampul untuk seri buku komik Fables dan The Umbrella Academy, di mana dia telah memenangkan enam Eisner Awards untuk 'Illustrator Terbaik'.

Pada 2008, Jean pensiun dari proyek ilustrasi dan komersial untuk fokus pada lukisan. Dalam karya seni yang ia ciptakan, ia memadukan subjek kontemporer dengan teknik estetika yang terinspirasi oleh lukisan tradisional Cina dan potret Renaissance. Dengan bereksperimen dengan gaya dan genre seni-sejarah yang berbeda, Jean menggambarkan dunia terperinci yang berfokus pada pengalaman individu dan universal. Karya-karyanya yang berskala kecil sering berfokus pada narasi dan emosi tertentu. Karya-karya berskala besar Jean mengingatkan kembali pada lukisan-lukisan Hieronymus Bosch yang kompleks dan lanskap Dinasti Tang yang agung. (Seruni, 2015)

Dalam hal ini, Ilustrasi adalah langkah pertama dalam perjalanan artistiknya. Saat di sekolah, ia ingin melakukan hampir semua hal yang mengharuskannya menggambar, jika ia dapat dibayar untuk itu. Dan kemudian, setelah bekerja sebentar untuk New York Times dan ditolak oleh beberapa penerbit buku besar, James Jean menarik perhatian komik DC, di mana ia mulai menggambar untuk sampul komik. Lalu untuk sementara waktu, Jean menikmati tekanan tenggat waktu dan kendala ilustrasi, karena ia belajar menyelesaikan masalah dengan cepat dan menyelesaikan pekerjaannya sampai “berkilau”. Tetapi, berdasarkan wawancaranya dengan majalah widewalls pada tahun 2016, Jean merasa satu hal yang paling penting baginya adalah kedamaian, karena ia menyatakan bahwa ia bekerja paling baik ketika ia tenang dan tidak terganggu. Memang masih ada

beberapa tantangan, tetapi setidaknya keadaan damai adalah tempat yang ia butuhkan agar ia dapat membangkitkan entropi pribadinya di atas kanvas.

Jean juga merasa bahwa agar bisa berkembang, dia membutuhkan perubahan, jadi sekarang dia pun berkecimpung dalam dunia seni rupa, di mana tantangan dan ganjarannya jauh lebih besar pada tingkat intelektual dan spiritual. Bagi penulis, James Jean telah berhasil dalam menggabungkan minat dan ketertarikan pribadinya dengan cara meleburkan teknik menggambar ilustrasi yang selama ini ia tekuni dengan teknik-teknik melukis lainnya yang tidak terbatas di dalam dunia seni rupa.

Dibawah ini ada beberapa karya-karya James Jean yang sangat menginspirasi penulis dalam berkarya:



Gambar 2.6.1 “Adrift” by James Jean



Gambar 2.6.2 “Offering” by James Jean



Gambar 2.6.3 “Tiger” by James Jean



Gambar 2.6.4 “Luck” by James Jean

BAB III

PROSES DAN TEKNIK BERKARYA

3.1 Abstrak proses penciptaan

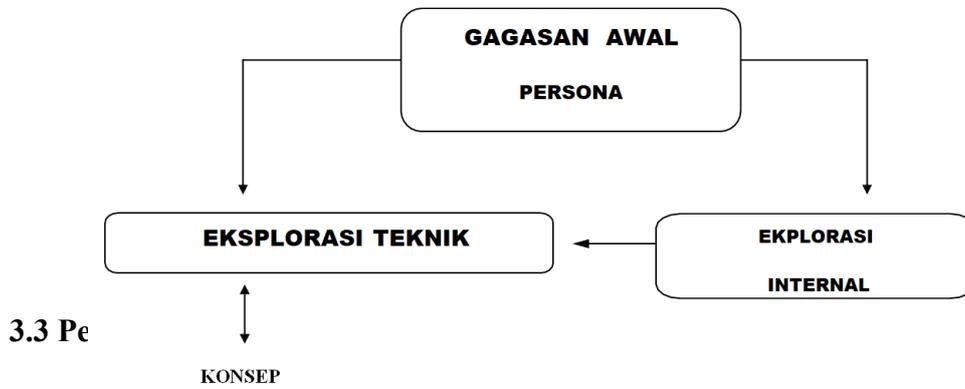
Pengolahan ide berkarya merupakan proses pengolahan konsep yang kemudian diwujudkan kedalam bentuk karya lukis digital dimulai dengan mengolah rasa, kepekaan, memperhatikan faktor internal dan eksternal, sampai penuangan ide dalam bentuk karya. Penciptaan karya seni dengan tujuan ekspresi (seni rupa murni) bagaimanapun juga memiliki metode dengan alur penciptaan yang tersusun tahap demi tahap. Pada bagian ini akan dipaparkan tahapan penciptaan yang terdiri dari persiapan (kajian sumber gagasan) hingga proses visualisasi gagasan pada medium berkarya.

3.2 Eksplorasi internal

Pada tahap eksplorasi internal, penulis melakukan perenungan dan kontemplasi terhadap persona idol. Hal tersebut dilakukan untuk memperkuat motivasi dalam mengembangkan objek dan gagasan berkarya. Secara umum alur pengkajian sumber gagasan dan eksplorasi gagasan dapat ditunjukkan dalam bagan sebagai berikut.

Bagan 3.1.

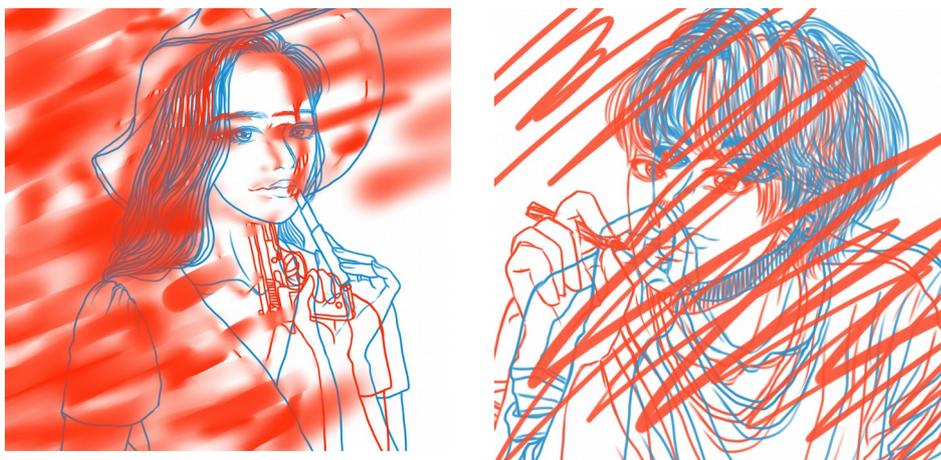
Pengkajian Sumber Gagasan



3.3.1 Berdasarkan kasus monopoli kehidupan pribadi idol oleh agensi:



3.3.2 Berdasarkan kasus bullying (online dan secara langsung) terhadap idol yang dapat mengakibatkan gangguan mental dan gangguan kesehatan lainnya, bahkan mungkin kematian karena bunuh diri:

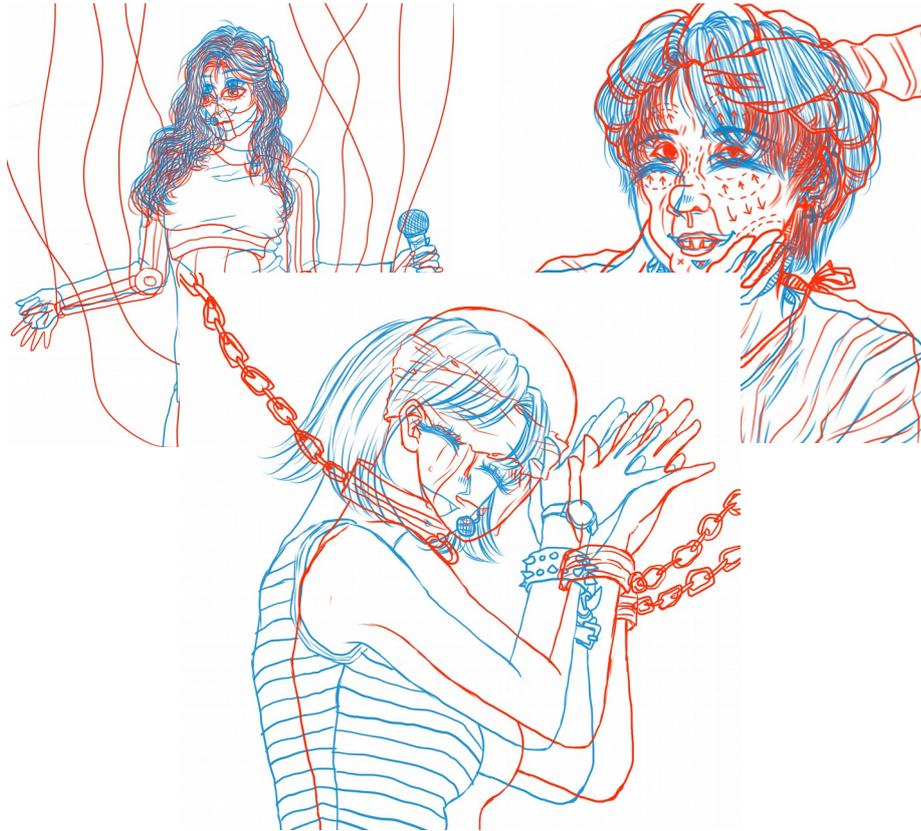




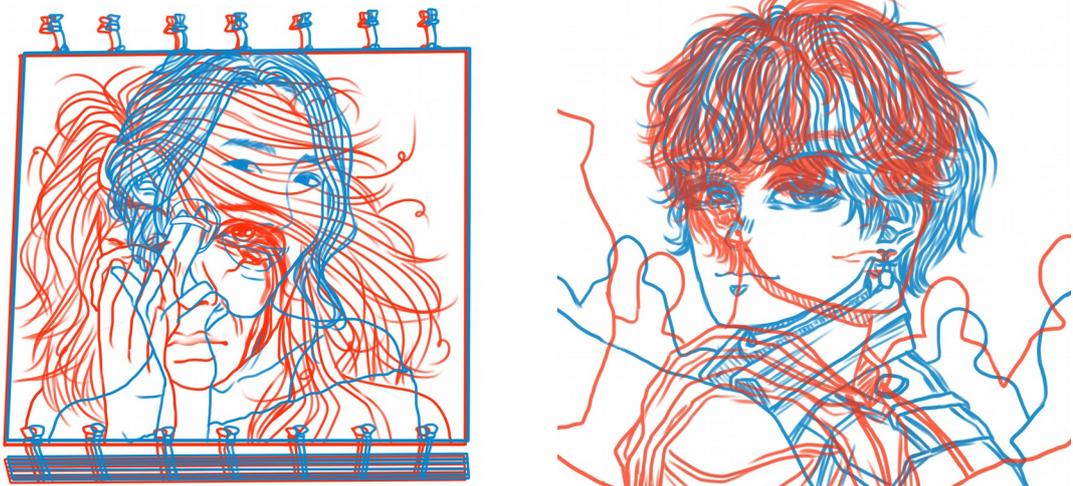
3.3.3 Berdasarkan kasus pelecehan dan objektifikasi seksual yang dilakukan oleh para fans dan media pada idol k-pop:



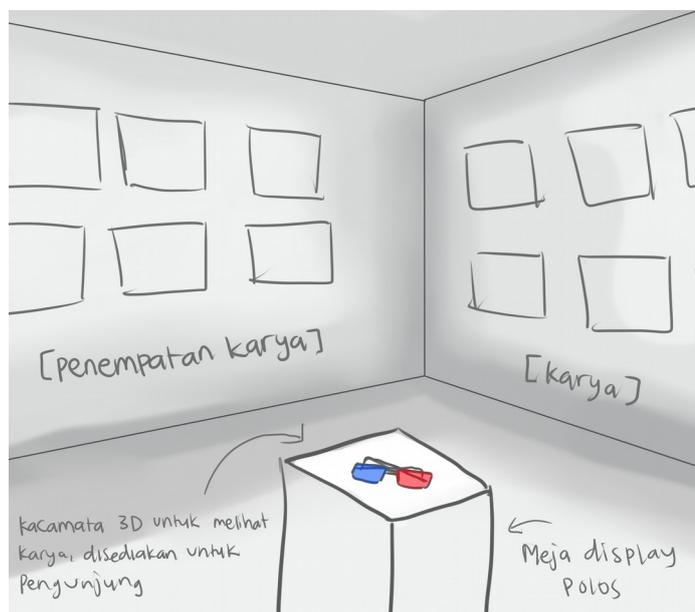
3.3.4 Berdasarkan kasus kontrak kerja “budak”; idol diharuskan menuruti seluruh kemauan agensi termasuk diantaranya merubah beberapa bagian tubuhnya (dengan cara operasi plastik) yang bertujuan agar para idol lebih “laku dan menjual” di pasaran bisnis entertainment:



3.3.5 Berdasarkan kasus penggunaan dan perintah wajib dari agensi untuk menerapkan persona idol yang terlalu diforsir dan memaksakan kehendak idol sebagai manusia biasa, idol dituntut untuk selalu tampil sempurna, menyembunyikan pribadi mereka yang sesungguhnya, dan menyembunyikan apapun yang dianggap aib oleh agensi (termasuk fakta bahwa beberapa diantara idol adalah seorang gay dan berkencan secara diam-diam):



3.4 Rencana display karya



3.5 Dokumentasi pembuatan karya



BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Ketertarikan pribadi penulis terhadap idol k-pop menjadi alasan yang kuat untuk menggali dan mengkaji lebih dalam mengenai idol. Dengan didukung oleh pengalamannya sendiri bertahun-tahun menjadi penggemar salah satu grup idol asal korea, Penulis berusaha menyajikan karya yang dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya, yaitu dua sisi kehidupan di dunia hiburan idol.

Dalam proses penggarapannya, penulis menemukan banyak “celah” di dunia hiburan idol. Dibalik persona diatas panggung, gemilangnya kesuksesan dan ketenaran yang dimiliki oleh seorang idol, sebenarnya ada banyak macam intrik dan isu-isu tersembunyi yang tidak terlihat; seperti contohnya bullying, objektifikasi seksual, monopoli kontrak kerja dan hal-hal lainnya yang jauh sekali dari kata gemerlap.

Hal ini membuat penulis tergerak untuk “menumpahkan” kebenaran tersebut melalui karya. Disini penulis bereksperimen dengan imagi “bertumpuk” yang digambar secara digital dengan medium software ilustrasi digital, dan hanya dapat dilihat menggunakan kacamata 3D anaglyph. Hal ini sekaligus sebagai gambaran bahwa kedua sisi dalam dunia idol tersebut hanya dapat “dilihat” dari sudut pandang yang berbeda.

Karya tugas akhir ini fokus mengolah rasa dan kepekaan penulis terhadap isu-isu yang ada di dunia idol k-pop, dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal, pengolahan data-data yang ada, sampai dengan penuangan ide dalam karya.

4.2 Saran

Berdasarkan pengalaman yang dialami dalam menyusun tugas akhir dan dari hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran untuk menyempurnakan penelitian-penelitian selanjutnya.

A. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku dan persona seperti situasi sosial dan tipe kepribadian. Hal ini dikarenakan persona selain dipengaruhi oleh faktor internal, di pengaruhi pula oleh faktor eksternal atau lingkungan melalui pergaulan sekitar dan tipe “pengasuhan” manajemen dalam agensi.

B. Ada baiknya untuk penelitian yang sejenis selanjutnya mengambil subjek penelitian publik figur dari jenis pekerjaan dan negara lain. Hal ini penting supaya dapat diketahui adanya suatu perbedaan di setiap industri hiburan lainnya.

C. Persona tidak hanya milik publik figur, tapi juga orang biasa yg tidak berkulat di industri entertainment. Karena itu karya berikutnya mungkin bisa lebih merefleksikan diri tiap orang yg melihatnya untuk menjadi introspeksi pribadi dan menggali lebih dalam mengenai persona dan interpretasi diri pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Majalah:

- ◆ Razak, Mahranim dkk. 1957. *Persepsi & Ekspresi dalam Pendidikan seni visual*. Malaysia. Penerbit Oxford Fajar, 58-62.
- ◆ Alizamar, Nasbahri dkk. 2017. *Persepsi rupa dan persepsi makna*. Psikologi persepsi & Desain Informasi (Sebuah kajian psikologi persepsi dan prinsip kognitif untuk pendidikan dan desain komunikasi visual), 38-66.
- ◆ Conley, M. 2019. *Transnational audiences and Asian American performance in the musical*. *Transformative Works and Cultures*, 29.
- ◆ Kim, D. 2012. *Reappropriating Desires in Neoliberal Societies through KPop*. Doctoral dissertation, UCLA.
- ◆ Astari, T., Sudrajat, D., & Sn, S. 2013. *Sintesis Paradoks Keindahan dan Medium*. *Jurnal Tingkat Sarjana Seni Rupa* No, 1, 2.
- ◆ Naisaban, L. 2003. *Psikologi Jung: Tipe Kepribadian Manusia dan Rahasia Sukses dalam Hidup (Tipe Kebijakanaksanaan Jung)*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- ◆ Ho, S. X. X. 2013. *K-pop fandom & sasaeng fans: an exploratory study of hardcore fans*. Singapore.
- ◆ Wahida, A. 2014. *Sasaeng Fans dalam Perspektif Konsep Cinta Gabriel Marcel*. Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada.

- ◆ Lee, D. 2016. *Who's Afraid of Korean Idols?.* Made in Korea: Studies in Popular Music.
- ◆ Leung, S., 2012. *Catching the K-Pop wave: globality in the production, distribution, and consumption of South Korean popular music.*
- ◆ Kurniati, N.A., 2018. *Global-local interaction in consuming Korean wave in Indonesia: Text (re) production in twitter fan page.* Language in the Online & Offline World 6: The Fortitude, 238.
- ◆ Ho, D., 2012. *The K-Pop Wave Hits Libraries!.* Young Adult Library Services, 11.

Website :

- ◆ <https://dosenpsikologi.com/hubungan-persepsi-dan-ilusi> [Diakses pada tanggal 18 maret 2020]
- ◆ https://www.researchgate.net/publication/328338762_Memahami_Persepsi_Visual_Sumbangan_Psikologi_Kognitif_Dalam_Seni_Dan_Desain [Diakses pada tanggal 16 april 2020]
- ◆ <https://www.allkpop.com/forum/threads/difference-between-fan-fan-site-and-sasaeng.342893/page-2> [Diakses pada tanggal 11 mei 2020]
- ◆ <https://id.wikipedia.org/wiki/K-pop> [Diakses pada tanggal 20 mei 2020]
- ◆ <https://pijarpsikologi.org/persona-interpretasi-diri-yang-ideal-untuk-pemenuhan-ekspektasi-sosial/> [Diakses pada tanggal 12 mei 2020]

- ◆ <https://www.widewalls.ch/artists/james-jean> [Diakses pada tanggal 17 mei 2020]
- ◆ <http://taiwaneseamericanhistory.org/blog/46-james-jean201505/> [Diakses pada tanggal 17 mei 2020]
- ◆ <http://tenindonesia.com/index.php/2019/12/22/ten-focus-tindakan-ekstrem-sasaeng-fans-menghantui-banyak-idola-tidak-terkecuali-bts-dan-exo/> [Diakses pada tanggal 11 juni 2020]
- ◆ <https://psyline.id/arti-dan-pengaruh-warna-bagi-psikologi-manusia/> [Diakses pada tanggal 13 juli 2020]
- ◆ <https://makassar.sindonews.com/berita/49240/7/menurut-kepercayaan-jepang-manusia-ternyata-miliki-tiga-wajah> [Diakses pada tanggal 13 juli 2020]