

Kajian Daya Tarik Visual pada Karakter Band Virtual Alvin and The Chipmunks

Endah Riana Endarini

Desain Komunikasi Visual, Program Studi Desain Komunikasi Visual, STMIK "AMIKBANDUNG"
Jl. Jakarta No.28 Bandung, 40272, Indonesia

endarini@stmik-amikbandung.ac.id

The Chipmunks adalah band virtual yang tetap eksis sampai saat ini selama 60 tahun lebih lamanya sejak tahun 1963. Di Tengah banyaknya band virtual yang muncul saat ini, The Chipmunks ialah band virtual yang tidak menggunakan karakter manusia sebagai figurnya, juga menjadi band virtual yang memiliki banyak series TV Shows dan film yang masih berproduksi hingga hari ini. Tentunya daya tarik visual memiliki peran yang cukup besar, terlebih desain karakter dari figur anggota band itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk memahami aspek keunikan atau daya tarik visual dari karakter The Chipmunks; Alvin, Simon, dan Theodore sebagai entitas kolektif dikonstruksi secara naratif dan visual berdasarkan teori three dimensional character dan teori semiotika Saussure. Hasil menunjukkan bahwa penggambaran antropomorfisme tupai menjadi salah satu faktor unik yang menarik. Keunikan ini dapat bertahan lama dan menjadi sesuatu yang ikonik karena karakternya yang memiliki relevansi psikologi dan emosi dengan penonton. Melalui analisis semiotika Saussure, didapatkan bahwa warna merupakan petanda yang digunakan untuk membangun sifat dan kepribadian tokoh The Chipmunks. Tanda ini dibangun bersamaan dengan latar belakang tokoh melalui teori three dimensional character yang menjelaskan sisi fisiologis, psikologis, dan sosiologis. Warna pada atribut fisik The Chipmunks berasosiasi dengan makna warna dalam psikologi warna, yang artinya dapat membangkitkan emosi manusia yang melihatnya. Maka daya tarik visual karakter The Chipmunks selain dibangun melalui atribusi pada hewan, juga didukung oleh sifat dan kepribadiannya di dalam cerita. Penonton menyesuaikan emosi yang dirasakan dengan representasi sifat dan kepribadian The Chipmunks sebagai hewan antropomorfi yang membawa alur cerita.

Kata Kunci: *Daya Tarik Visual, Band Virtual, Film, The Chipmunks, Semiotika Saussure*

The results show that the depiction of the anthropomorphism of the squirrel is one of the unique and interesting factors. This uniqueness can last long and become iconic because the character has a psychological and emotional relevance to the audience. Through Saussure's semiotic analysis, it was found that color is a sign used to build the nature and personality of the character of the Chipmunks. This sign is constructed with the character's background through the three-dimensional character theory, which explains the physiological, psychological, and sociological sides. The color of the physical attributes of The Chipmunks is associated with the meaning of color in color psychology, which means it can arouse the emotions of humans who see it. So the visual appeal of The Chipmunks characters, apart from being built through attribution to animals, is also supported by their nature and personality in the story. The audience adjusts their emotions by representing The Chipmunks' nature and personality as anthropomorphic animals that carry the storyline.

Keywords: *Visual Appeal, Virtual Band, Movie, The Chipmunks, Saussure Semiotics*

PENDAHULUAN

Band Virtual dipopulerkan pertama kali sekitar tahun 1958 oleh Alvin and the Chipmunks. Pencipta Alvin and the Chipmunk, Ross Bagdasarian seorang penyanyi, penulis lagu, aktor sekaligus produser rekaman menciptakan efek suara ‘*chipmunk*’ (tupai) dengan mengubah kecepatan dan *pitch* dari suaranya. Suara tersebut kita kenal sebagai suara Alvin and the Chipmunks itu sendiri. Pada tahun 1980-an Jepang menciptakan istilah Idol Virtual yang mengadaptasi dari ciri visual anime dan konsep idol Jepang. Hatsune Miku merupakan salah satu anggota dari band virtual Vocaloid yang cukup populer. Vocaloid pada dasarnya berupa *software* pengubah suara yang dapat digunakan untuk berbicara dan bernyanyi dengan mengubah suara penyanyi aslinya. Teknologi ini dinamai ‘singer in a box’ sebagai produk software voice synthesizer. Istilah Band Virtual semakin dipopulerkan oleh Gorillaz pada tahun 2000 buatan Damon Albarn seorang vokalis band blur dan Jamie Hewlett yang merupakan co-creator dari komik Tank Girl.

Visual dari setiap band virtual cenderung memiliki gaya desain yang khas. Alvin and the Chipmunks dengan antropomorfisme tupai, Gorillaz dengan gaya komik Amerika menampilkan manusia dengan bentuk fisik yang tidak biasa, dan Vocaloid dengan gaya anime/manga khas Jepang. Kesamaan dari ketiganya ialah mampu mengadaptasikan karya 2D mereka ke teknologi saat ini. Seperti Alvin and The Chipmunks yang awalnya berupa film 2D kini menjadi film animasi CGI dengan bantuan teknologi 3D untuk penciptaan karakter desainnya. Gorillaz dan Vocaloid, melakukan konser musik dengan menggunakan hologram yang interaktif seolah karakter ciptaan mereka benar berdiri di atas panggung dan berinteraksi dengan penonton.

Alvin and the Chipmunks selain dikenal melalui virtual band The Chipmunks, juga dikenal melalui beberapa serial televisi, dan film. Beberapa nominasi, dan penghargaan yang didapatkan The Chipmunks menjadi salah satu alasan begitu kuatnya brand hingga eksis sampai hari ini. The Chipmunks telah menjual lebih dari 50 juta rekaman, mengumpulkan 6 Grammy Awards, masuk dalam 18 nominasi Grammy Awards dan 16 album emas dan platinum. The Chipmunks sebagai band virtual yang telah banyak menciptakan lagu, memiliki beberapa lagu hits di antaranya *Christmas Don't Be Late* dan *How We Roll*. The Chipmunks juga cukup banyak membuat cover lagu dari beberapa lagu terkenal di antaranya *Bad Day* (Half Acre Day) dan *Bad Romance* (Lady Gaga).

Sebuah lagu yang memiliki suara dengan *pitch* yang tinggi dan dinyanyikan secara berkelompok, menjadi ciri khas band virtual The Chipmunks. Di samping visualisasi mereka yang digambarkan melalui hewan tupai, tupai juga dijadikan rangsangan visual yang ikonik untuk dapat diingat sebagai figur band mereka. Peran daya tarik visual pada band virtual menjadi sangat besar, terlebih desain karakter anggota band yang akan selalu terlihat sebagai figur dari band itu sendiri (Rasendriya A et al., 2024). Kreativitas yang dimiliki oleh Ross Bagdasarian sebagai penggagas suara ‘tupai’ telah membawa The Chipmunks menjadi sebuah virtual band yang cukup dikenal hingga lebih dari 60 tahun lamanya. Ditambah lagi ketika karakter mereka divisualkan dan dianimasikan menjadi sebuah film, dan bahkan saat ini menjadi merchandise yang diperjualbelikan. The Chipmunks dengan karakter hewan tupainya menjadi band virtual yang dapat bersaing dengan beberapa band virtual lain seperti K/DA, Dethlok, The Archies, Studio Killers yang cenderung menggunakan karakter manusia. Perbedaan ikonik yang dimiliki Alvin and the Chipmunks tersebut menarik untuk dikaji.

Sebelum ini ada beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat topik daya tarik visual. Penelitian pertama meneliti mengenai penyebab dan daya tarik visual band virtual Gorillaz menggunakan metode kualitatif, analisis deskriptif dan eksploratif. Hasil menunjukkan bahwa daya tarik karakter 2-D, Murdoc Niccals, Noodle dan Russle Hobbs pada band Gorillaz dimunculkan melalui pengaplikasian desain karakter yang memiliki ciri khas secara visual, dan latar belakang (*three dimensional character*) (Rasendriya A et al., 2024). Peneliti lain meneliti aspek visual dan proses kreatif perancangan karakter Pokemon menggunakan analisis struktur visual. Hasil menunjukkan bahwa daya tarik visual muncul dari penggambaran karakter yang lucu dan imut berdasarkan analisa bentuk, warna dan elemennya. Secara psikologis manusia tertarik oleh penggambaran hewan peliharaan dengan naluri rasa menyayangi (Avisenna et al., 2013). Penelitian selanjutnya menganalisa aspek keunikan, daya tarik dan aspek komunikasi visual pada stiker Line (Studi Kasus: Stiker “Cony Special Edition”, “Soekirman si Tukang Parkir”, dan “Baba Kiko”). Menggunakan metode kualitatif, studi kasus eksploratif. Hasil dari penelitian tersebut ialah stiker *Line Official* paling banyak digunakan karena popularitas melalui promosi. Keunikan dan daya tarik stiker didapat dari ekspresi dan karakter pada desain. Elemen visual pada stiker dapat mewakili emosi dan perasaan penggunanya (Franzia, 2019). Dapat disimpulkan bahwa ketiga penelitian sebelumnya menekankan pada aspek desain visual, bentuk, dan ekspresi karakter secara umum. Terdapat gap penelitian yang dapat diidentifikasi, yaitu belum adanya penelitian yang secara khusus menganalisis daya tarik visual karakter dalam konteks naratif menggunakan pendekatan kombinatif antara semiotika dan teori *three dimensional character*. Beberapa penelitian tersebut belum mengaitkan secara mendalam antara aspek desain visual dengan struktur naratif karakter dan tanda-tanda visual yang membentuk makna di dalam cerita.

Aspek kebaruan dari penelitian ini ialah mengkaji karakter band virtual non-manusia yang tidak dimiliki band-band virtual lainnya, yaitu antropomorfisme tupai pada The Chipmunks. Kajian ini menawarkan perspektif baru dalam studi desain komunikasi visual yang menghadirkan pendekatan kombinatif dalam konteks karakter band virtual. The Chipmunks sebagai entitas fiksi yang berbentuk hewan antropomorfik menunjukkan kompleksitas dalam representasi visual dan naratif. Keberadaan mereka sebagai band virtual menempatkan mereka dalam ruang antara realitas dan fiksi. Mereka bukan sekedar karakter hiburan, melainkan konstruksi visual yang menyampaikan makna tertentu. Hal ini menjadi peluang bagi penelitian ini untuk memahami bagaimana desain karakter mampu membangun hubungan emosional dengan *audiens*. Studi terhadap karakter The Chipmunks merupakan satu bentuk kontribusi unik dalam pengembangan teori dan praktik desain komunikasi visual.

Tokoh yang menarik harus memiliki latar belakang sebagai pendukung tokoh di dalam film. Penyusunan latar belakang tersebut dikenal dengan *three dimensional character*, yang terdiri dari tiga aspek; 1) Fisiologis, membahas segi tampilan fisik tokoh. 2) Psikologis, berdasarkan latar belakang tokoh. 3) Sosiologis, berdasarkan kondisi sosial atau lingkungan sekitar tokoh (Datau & Murwonugroho, 2020). Jika diasosiasikan antara teori *three dimensional character* dan keberadaan Alvin, Simon, dan Theodore dalam film *Alvin and the Chipmunks*, mereka dapat dikatakan sebagai tokoh dalam film, bahkan tokoh utama, bukan hanya sekedar maskot dari band virtual saja. Teori Lojes Egri *three dimensional character* memberikan kerangka untuk melihat kedalaman hubungan dan kepribadian karakter. Dengan demikian, rumusan masalah pada penelitian ini ialah “Bagaimana aspek keunikan dan daya tarik band

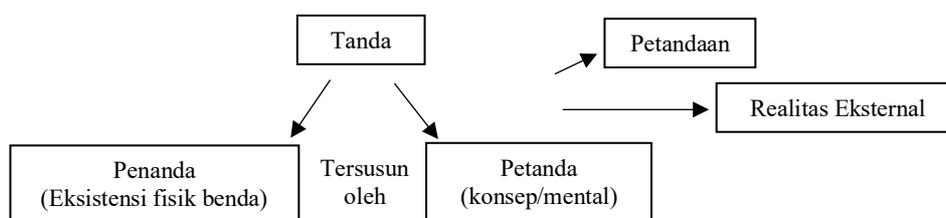
virtual The Chipmunks sebagai entitas kolektif dikonstruksi secara naratif dan visual berdasarkan teori *three dimensional character* dan teori semiotika Saussure?” Dengan tujuan memahami aspek keunikan atau daya tarik dari karakter Alvin, Simon, dan Theodore. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khasanah ilmu desain komunikasi visual melalui objek kajian yang tidak konvensional, serta memberi peluang kepada desainer dan calon desainer untuk dapat menghasilkan karya yang dapat diaplikasikan dalam film, atau branding.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif analisis-deskriptif. Metode ini menekankan pada makna, penalaran, situasi tertentu dalam kondisi tertentu yang biasanya berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Data dari penelitian kualitatif lebih berupa kata-kata, data penelitian bersifat deskriptif, artinya berupa suatu gejala yang dikategorisasikan sebagai foto, dokumen, artefak, dan catatan (Endarini, 2019). Analisis deskriptif pada penelitian ini mengungkap masalah aktual mengenai peramalan tingkah laku, memberikan gambaran adanya hubungan antara desain dan psikologi yang dapat menjadi daya tarik visual sebuah karakter desain, lalu mengumpulkan, menyusun dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh kemudian dapat disimpulkan sehingga disebut analisa (Endarini, 2019).

Penelitian kualitatif sangat tergantung pada kualitas penelitiannya karena peneliti merupakan instrumen utamanya. Maka teknik triangulasi data diperlukan untuk pengujian data secara cepat dalam memperkuat tafsir pada bukti yang telah tersedia (Susanto et al., 2023). Berdasarkan perspektif dan sudut pandang yang berbeda untuk mengkaji fenomena inilah dilakukan triangulasi sumber. Triangulasi data dalam analisis karakter The Chipmunks digunakan untuk memastikan keakuratan dan pemahaman terhadap karakter. Dalam menganalisis data melalui triangulasi sumber, karakter dianalisis melalui dialog, tindakan karakter, dan reaksi karakter lain yang bersumber dari film. Tahap ini menggabungkan analisis semiotika, naratif, dan observasi visual sehingga didapatkan penekanan dan pemahaman makna subjektif dan interpretatif pada karakter The Chipmunks.

Semiotika Saussure dapat dijadikan alat dalam menafsirkan suatu pesan berupa tanda dan bagaimana sistem tanda tersebut mampu berkomunikasi di tengah masyarakat. Ferdinand De Saussure menggambarkan Tanda terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), sistem-sistem tanda tersebut bisa bekerja dipengaruhi oleh latar belakang budaya di mana tanda itu dibuat dan digunakan (Zahra et al., 2023). Pendekatan ini dapat dihubungkan dengan teori *three dimensional character*. Di mana petanda bertindak dalam menjelaskan sisi fisiologis karakter, dan petanda yang menjelaskan sisi psikologis dan sosiologis tokoh.



Gambar 1. Struktur Tanda Saussure

(Sumber: Adaptasi Dokumentasi Penulis (Sitompul et al., 2021))

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu; 1) Observasi langsung terhadap visual The Chipmunks melalui film resmi mereka dan menggali informasi tambahan melalui situs resmi dari Alvin and the Chipmunks, 2) Studi literatur melalui buku, jurnal, artikel atau sumber tertulis lainnya yang bersangkutan dengan topik penelitian. Data primer penelitian ini adalah band virtual Alvin and the Chipmunks dengan batasan pada visual desain karakter yang ditampilkan melalui serial televisi dan film pada tahun 2007, 2009, 2011, 2015. Pemilihan tersebut berdasarkan pada persamaan penyajian visual pada karakter The Chipmunks. Karena jika merujuk pada serial televisi sebelum tahun 2007 dan setelah 2015, The Chipmunks disajikan dengan visual yang berbeda secara signifikan. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari artikel, jurnal, situs resmi, dan berbagai sumber lainnya sebagai data pendukung.

Tahapan analisis yang dilakukan ialah sebagai berikut; identifikasi dan klasifikasi tanda (*sign*), analisis hubungan tanda dan penanda, dan interpretasi makna. Dalam identifikasi dan klasifikasi tanda, analisis awal dilakukan, yaitu menerjemahkan hubungan antara penanda (*signified*) dan petanda (*signified*). Penanda (*Signifier*): bentuk fisik yang terlihat pada tokoh Alvin, Simon, dan Theodore, berupa warna, pakaian, aksesoris atau penciri visual lainnya. Petanda (*Signified*): Makna atau konsep yang dikomunikasikan karakter melalui visualnya. Pada tahapan ini pencarian makna terhadap ciri fisik tokoh Alvin, Simon, dan Theodore dilakukan. Konsep penanda dan petanda menjelaskan bahwa tanda terdiri dari bentuk fisik atau tanda itu sendiri (penanda) dan makna atau konsep yang diwakilinya dalam pikiran manusia (petanda). Hubungan antara keduanya bersifat konvensional dan dibentuk oleh kesepakatan sosial (Dayu & Syadli, 2023).

Setelah mengidentifikasi dan mengklasifikasikan tanda melalui semiotika Saussure, langkah berikutnya adalah menganalisis objek dengan mengintegrasikan teori semiotika tersebut dengan teori *three dimensional character* melalui triangulasi data sumber. Pada tahapan ini, peneliti menganalisis karakter The Chipmunks melalui data sumber seperti kesimpulan dialog di dalam film, visual yang ditunjukkan melalui tanda, dan narasi yang menjadi kesimpulan dari keseluruhan karakter The Chipmunks di dalam film. Untuk mengetahui makna karakter secara keseluruhan, unsur naratif yang melibatkan fisiologi, sosiologi, dan psikologi karakter dalam film dikaji melalui teori *three dimensional character*. Analisis ini menjadi tahap untuk mengetahui hubungan antara tanda dan petanda yang dikaji untuk mengetahui makna konvensional dalam konteks sosial dan budaya.

Tahap terakhir dalam analisis semiotika Saussure ini adalah menafsirkan makna secara keseluruhan untuk dapat menyimpulkan pesan yang disampaikan. Dalam konteks karakter Alvin, Simon, dan Theodore tahap akhir menjelaskan apa makna atau gambaran budaya yang dibentuk oleh ketiga karakter tersebut menjadi suatu tanda. Serta, mencari tahu bagaimana mereka merepresentasikan tipe-tipe kepribadian tertentu atau simbol-simbol sosial tertentu. Hasil yang sekiranya di dapat dari metode di atas ialah mengetahui apa yang menjadi daya tarik visual band virtual Alvin and the Chipmunks yang menyebabkan ketertarikan publik terhadap band itu sendiri.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Untuk lebih mendukung penelitian dan mengetahui faktor daya tarik visual pada tokoh Alvin, Simon, dan Theodore. Setidaknya perlu empat faktor suatu desain

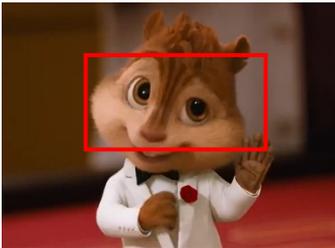
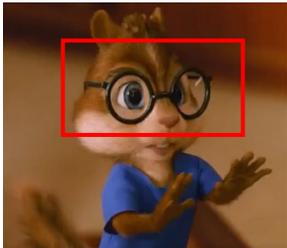
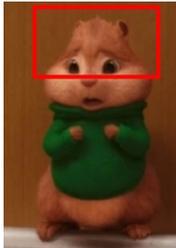
karakter bertahan lama, ikonik, dan masuk ke dalam segala bidang (Avisenna et al., 2013):

Dikenal secara Otomatis

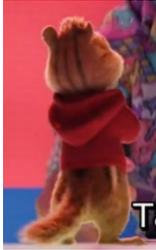
Sebuah karakter harus bisa langsung dikenali oleh audiens secara otomatis. Tahapan ini merupakan penanda yang mengidentifikasikan tokoh melalui atribut fisik. Selain dikenali secara otomatis, karakter dapat dibuat menjadi sebuah karya cetak seperti baju kaos atau mainan dikarenakan bentuk yang menarik sehingga orang mau membelinya (Avisenna et al., 2013). The Chipmunks meski pun ketiganya adalah tupai, mereka memiliki karakteristik masing-masing. Selain dari desain karakternya, juga dari pakaian dan aksesorisnya. The Chipmunks dibuat menjadi karya komersil yang diperjual belikan secara resmi melalui situsnya. Karya komersil ini berupa merchandise seperti pakaian, *mouse pad*, pajangan ruangan, *case handphone*, sprei kasur, dan banyak pilihan lainnya. Itu berarti, The Chipmunks telah memenuhi syarat pada poin ini.

Tabel 1. Penciri The Chipmunks

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| NO | Alvin and the Chipmunks | | |
|----|---|---|---|
| | Alvin | Simon | Theodore |
| 1 |  <p>Bermata coklat</p> |  <p>Bermata biru</p> |  <p>Bermata hijau</p> |
| 2 |  <p>Memiliki rambut/jambul paling banyak sampai kening</p> |  <p>Memiliki rambut/jambul lebih sedikit hanya di bagian atas kepala</p> |  <p>Hampir tidak memiliki jambul</p> |
| 3 |  <p>Memiliki warna bulu coklat</p> |  <p>Memiliki warna bulu coklat lebih gelap</p> |  <p>Memiliki warna bulu coklat terang/pirang</p> |

4



Memiliki garis hitam di bagian bulu belakang kepalanya



5



Perbandingan tinggi Theodore, Alvin, dan Simon (kiri ke kanan)

Alvin memiliki tinggi sedang antara Simon dan Theodore

Simon bertubuh paling tinggi dan ramping

Theodore bertubuh paling pendek dan paling berisi

6

- Pakaian yang selalu dikenakan dalam setiap film: Alvin mengenakan *hoodie* merah berhuruf 'A' besar
- Pakaian dan aksesoris lain: Jas hitam dasi merah, Jaket hitam baju kaus merah, jas putih list hitam, Jas putih, Jas merah dasi hitam, kostum silver berhuruf A merah, piyama merah

- Pakaian yang selalu dikenakan dalam setiap film: Simon mengenakan kacamata dan *hoodie* berwarna hijau
- Pakaian dan aksesoris lain: Jas hitam dasi biru, jaket hitam baju kaus biru, jas putih lis hitam, baju kaus biru, Jas biru dasi hitam, kostum silver

- Pakaian yang selalu dikenakan dalam setiap film: Theodore mengenakan *hoodie* berwarna hijau
- Pakaian dan aksesoris lain: Jas hitam dasi hijau, jaket hitam baju kaus hijau, jas putih list hitam, piyama hijau, jas hijau dasi hitam, kostum silver

Dapat disimpulkan bahwa warna menjadi penciri paling kuat yang sering digunakan, baik pada pakaian, maupun aksesoris. Untuk mengenal siapa anggota The Chipmunks secara detail, yang pertama dikenali ialah warnanya. Lalu kemudian disusul dengan detail lain seperti aksesoris, warna mata, rambut dan warna tubuh, kemudian tinggi dan berat badan. *Hoodie* juga menjadi penciri paling khas dari The Chipmunks dibandingkan dengan *chipmunk* di film lain. The Chipmunks pertama kali memakai *hoodie* ketika musim dingin, yang merupakan pemberian dari Dave yang menjahitnya sendiri, untuk tujuan menghangatkan kala itu. Namun selain di musim dingin, The Chipmunks di berbagai situasi dan aktivitas sehari-hari kerap kali mengenakan *hoodie* khususnya. Meski *hoodie* cenderung dianggap negatif karena digunakan untuk menutupi wajah dan tubuh saat melakukan tindak kejahatan, tapi saat ini cara orang mengkategorikan pakaian dipengaruhi oleh faktor situasional dan kontekstual juga. Bahkan *hoodie* diasosiasikan dengan anak muda, mahasiswa,

aktivitas luar ruangan, relaksasi, dan olahraga. Di universitas kampus, *hoodies* menandakan seseorang sebagai mahasiswa dari pada *gangster* atau tersangka Individu dapat memilih untuk mengenakan *hoodie* semata-mata karena faktor kenyamanan (misalnya; berat kain dan sifat termal), daripada menganggapnya sebagai produk yang memmanifestasikan ideologi, nilai, dan kepercayaan individu (Rahman, 2016).



Gambar 2. Perbandingan Ciri Setiap Chipmunk dalam Film yang Berbeda

(Kiri ke Kanan; Chip 'n Dale: Rescue Rangers, The Nut Job, Alvin and The Chipmunks)

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Karakteristik dan Sifat yang Terlihat Nyata

Sifat dan karakter terlihat nyata, tidak dibuat-buat dan menjadi ikonik (Avisenna et al., 2013). Tahapan ini merupakan petanda yang dapat mengidentifikasi sifat dan karakter tokoh melalui penanda. Dilakukan melalui pendekatan semiotika untuk mendukung proses triangulasi data sumber dan metode dalam menganalisa visual, dialog, dan narasi.

Tabel 2. Analisis Semiotika Saussure pada Visual Alvin

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| No | Tanda | |
|----|---|---|
| | Petanda | Penanda |
| 1 | Warna merah; pakaian dan aksesoris (Hendratman, 2023) | <ul style="list-style-type: none"> - Citra positif: emosi yang kuat, energi keberanian, perjuangan, gairah, kemauan keras - Citra negatif: Nafsu, aktif, agresif, marah, dominasi, panas, bahaya |
| 2 | Warna cokelat; mata (Hendratman, 2023) | <ul style="list-style-type: none"> - Citra positif: kekuatan, kenyamanan, daya tahan - Citra negatif: kurang toleran |
| 3 | Huruf A | <ul style="list-style-type: none"> - Merupakan huruf awal/pertama pada sebuah susunan sistem huruf contoh: Alfabet latin, Hijaiyah, Katakana/Hiragana. - Simbol pada Alvin yang dapat dimaknai sebagai pemimpin atau utama di antara ketiga tupai |
| 4 | Garis vertikal sebagai corak. | Vertikal <i>line</i> , jenis garis ini mempunyai efek yang mencerminkan kekuatan dan kesan kokoh (Felix et al., 2011). |

Secara garis besar sifat dan kepribadian Alvin berdasarkan yang ada di dalam film dengan makna warna di atas, dapat disimpulkan; enerjik, impulsif, penuh semangat, dominan, antusias, dan berani. Selain itu, hanya Alvin yang diberikan simbol A pada hoodie, di mana dapat dimaknai sebagai inisial namanya, juga dapat dimaknai sebagai yang utama atau pemimpin. Dalam konteks memimpin, Alvin menjadi lead-singer dalam regunya karena lebih pandai bernyanyi dan bermain musik dibandingkan Simon dan Theodore. Alvin di dalam frame sering berada di posisi tengah antara Simon dan Theodore. Penempatan karakter di tengah frame akan menciptakan keseimbangan visual, yang dapat menunjukkan tekad pada adegan (Sanjaya & Marian, 2023). Komposisi keseimbangan visual yang diciptakan dengan didukung pengambilan gambar atau di bawah pandangan dari subjek berdasarkan frame rule of thirds juga dapat menunjukkan kekuasaan atau dominasi (Sanjaya et al., 2024). Terakhir adalah garis, secara arti garis mempunyai kemampuan untuk memisahkan juga menyatukan atau bisa juga digunakan untuk memberi aksen pada bagian tertentu dari sebuah komposisi (Felix et al., 2011). Itu berarti Alvin memiliki dua tanda yang menjadikannya tokoh utama yang memimpin di dalam film.

Tabel 3. Analisis Semiotika Saussure pada Visual Simon

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| No | Tanda | |
|----|--|--|
| | Petanda | Penanda |
| 1 | Warna biru tua; pakaian dan aksesoris (Hendratman, 2023) | - Citra positif: konsentrasi, kooperatif, cerdas, bijaksana, keamanan, keteraturan - Citra negatif: kaku, keras, perasa, serius |
| 2 | Warna biru muda; mata (Hendratman, 2023) | - Citra positif: ketentraman, ketenangan, kepercayaan - Citra negatif: santai |
| 3 | Kacamata | Kacamata mempermudah penglihatan Simon, menjadi ciri utama Simon |

Berdasarkan makna warna sebagai penanda, serta sifat dan karakter Simon di dalam film dapat disimpulkan bahwa Simon memiliki sifat dan karakter yang cerdas, serius, bijaksana, dan dapat dipercaya. Ciri visual lain dari Simon yang mudah dikenali ialah kacamata bulat besarnya yang berwarna hitam. Kacamata ini diberikan oleh Dave karena Dave melihat Simon memiliki masalah pada penglihatannya.

Tabel 4. Analisis Semiotika Saussure pada Visual Theodore

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| NO | Tanda | |
|----|--|--|
| | Petanda | Penanda |
| 1 | Warna hijau; mata, pakaian dan aksesoris | - Citra positif: Rileks, sukses, keinginan, keberuntungan, kebanggaan - Citra negatif: terlalu umum/kurang unik, kurang serius, kurang formal |

| | | |
|---|---------------------------|--|
| | (Hendratman, 2023) | |
| 2 | Bertubuh gemuk dan pendek | - Citra negatif: dianggap lamban, kurang lincah, dianggap sebagai tokoh komedi (Arif et al., 2022). Theodore pernah menjadi bahan bully di sekolah karena tubuhnya yang gemuk. |

Sifat dan kepribadian Theodore yang digambarkan dalam film cenderung tidak memiliki kesamaan dengan makna warna di atas. Di dalam film Theodore memiliki perasaan yang lemah lembut, naif, dan penakut. Berdasarkan analisis tanda melalui semiotika Saussure, terdapat keterkaitan antara sifat dan warna. Warna bisa membantu mendefinisikan karakter utama atau pendukung sebuah cerita. Karakter dikuatkan dengan warna dan menjadi penentu akhir untuk mengangkat karakter dari *mise en scene*; kostum dan tata rias. Warna dapat memberikan pemaknaan berdasarkan faktor emotif (Paksi, 2021).

Triangulasi Data Sumber

Tabel 5. Analisis Semiotika Saussure Karakter The Chipmunks; Dialog

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| Dialog | | | |
|----------------|--|---|---|
| Semiotika | Alvin | Simon | Theodore |
| Penanda | Berbicara spontan, nada bicara keras dan cepat | Berbicara logis, sering mengoreksi perilaku dan kata-kata yang menurutnya salah | Berbicara lembut, polos dan naif, kadang berbicara tentang perasaan |
| Petanda | Pencari perhatian, dominan | Cerdas, dan ideal dalam norma akademik | Kasih sayang, kepolosan, ketergantungan emosional |

Tabel 6. Analisis Semiotika Saussure Karakter The Chipmunks; Visual

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| Visual | | | |
|----------------|--|--|---|
| Semiotika | Alvin | Simon | Theodore |
| Penanda | Berpakaian dan beraksesoris merah | Berkacamata, berpakaian dan beraksesoris biru | Bertubuh paling kecil, berpakaian dan beraksesoris hijau |
| Petanda | Enerjik, impulsif, penuh semangat, dominan, antusias, dan berani | Cerdas, serius, bijaksana, dan dapat dipercaya | Anak kecil yang butuh perlindungan, lemah lembut, naif, dan penakut |

Tabel 7. Analisis Semiotika Saussure Karakter The Chipmunks; Narasi

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| Sumber | Narasi | | |
|----------------|---|---|--|
| | Alvin | Simon | Theodore |
| Penanda | Bertindak spontan dan suka melanggar aturan, menyukai tantangan | Memiliki pengetahuan yang luas, membaca buku dan bermain catur, dapat memperbaiki alat-alat | Cenderung tampak cemas dan meminta kehangatan (kebersamaan, pelukan) |
| Petanda | Simbol “kebebasan tanpa batas” dan simbol dari kekacauan | Simbol kecerdasan dan intelektual | Simbol kelembutan dan empati |

Berdasarkan observasi terhadap film dan rangkuman [Tabel 5](#) di atas, makna tanda yang ditemukan ialah: a) Alvin ialah simbol pemimpin alami, memiliki jiwa kebebasan dan ekstrovet yang menyukai perhatian. Karakter ini sering diartikan sebagai anak pencari masalah atau “*troublemaker*” dalam sistem sosial dan/atau keluarga. Namun Alvin dapat menunjukkan bagaimana energi berlebih yang dimiliki dapat menjadi potensi namun sekaligus menjadi tantangan yang dapat menyebabkan masalah; b) Simon menjadi representasi “akal sehat” karena lebih sering bersikap rasional mengedepankan logika dan menjadi penyeimbang antara karakter Alvin yang dominan dan Theodore yang penakut. Simon dapat menjadi simbol kestabilan dalam konteks keluarga dan tim; c) Theodore menjadi simbol kemurnian hati karena karakternya, serta menjadi simbol kehangatan dan rasa cinta dalam berkeluarga. Theodore menjadi penyeimbang dan pusat emosi yang menyatukan dua kutub karakter yang berbeda (Alvin dan Simon).

Triangulasi Data Sumber

Tabel 8. Integrasi Teori Semiotika dan *Three Dimensional Character Alvin*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| | Alvin | |
|-------------------|--|--|
| | <i>Three dimensional character</i> | Semiotika Saussure |
| Fisiologis | Berpakaian merah yang enerjik | Penanda Sikap yang meledak-ledak |
| Sosiologi | Dominan dan menjadi pemimpin alami kelompok, suka melanggar aturan | Petanda Simbol trouble maker, kebebasan dan spontanitas, rebellious leader yang memiliki kharisma |
| Psikologi | Pencari perhatian, memiliki ego besar namun baik hati | Makna Alvin menjadi tanda dari seorang individualisme yang liar tapi tetap bagian dari sistem |

Tabel 9. Integrasi Teori Semiotika dan *Three Dimensional Character* Simon

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| Simon | | | |
|---|---|---------------------------|---|
| <i>Three dimensional character</i> | | Semiotika Saussure | |
| Fisiologis | Berpakaian dan beraksesori biru, berkacamata | Penanda | Bijaksana, cerdas,serius |
| Sosiologi | Menjadi “otak” dari kelompok, dan tipe kutu buku | Petanda | Simbol intelektual, rasional, dan logika |
| Psikologi | Rasional, perfeksionis, kadang canggung secara sosial katena terlalu serius | Makna | Simon menjadi tanda dari akal sehat dan struktur. |

Tabel 10. Integrasi Teori Semiotika dan *Three Dimensional Character* Theodore

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| Theodore | | | |
|---|---|---------------------------|--|
| <i>Three dimensional character</i> | | Semiotika Saussure | |
| Fisiologis | Bertubuh paling pendek dan gemuk, memiliki wajah yang imut dan suara lembut | Penanda | Tubuh bulat, bersuara lembut, berwajah imut |
| Sosiologi | Anak paling bungsu, lemah lembut, polos dan perasa | Petanda | Simbol kepolosan, kebaikan hati, dan empati |
| Psikologi | Sensitif, penuh kasih sayang, mudah takut dan naif | Makna | Theodore menjadi tanda dari kepolosan dan emosi manusia yang paling dasar-kebutuhan perlindungan |

Kesimpulan yang didapat melalui analisa karakter pada [Tabel 5](#), [Tabel 6](#), [Tabel 7](#), [Tabel 8](#), [Tabel 9](#), dan [Tabel 10](#) ialah, bahwa adanya hubungan dan saling keterkaitan dalam mengungkap makna di balik representasi ketiga karakter tersebut. Dalam kerangka semiotika Saussure, karakter dianalisis sebagai tanda yang terdiri dari penanda dan petanda. Penanda merujuk pada bentuk fisik atau eksistensi luar dari karakter seperti penampilan, suara, dan tindakan. Sementara itu petanda mengacu pada konsep atau makna yang diasosiasikan dengan masing-masing karakter seperti sifat liar Alvin, kebijaksanaan Simon, dan kepolosan Theodore. Dari hubungan penanda dan petanda inilah didapatkan makna sosial-budaya dan naratif dari ketiga karakter tersebut. Maka, ketika dikombinasikan dalam dimensi fisiologis, sosiologis dan psikologis, makna menjadi lebih kontekstual. Teori ini membantu menguraikan bagaimana tanda-tanda berkembang dalam dinamika cerita dan interaksi antar tokoh.

Karakter Unik dan Tak Terduga

Memiliki ciri yang dapat dibedakan dengan karakter lainnya. Sama seperti poin sebelumnya, tahapan ini merupakan petanda yang dapat mengidentifikasi sifat dan karakter unik yang dimiliki tokoh. Karakter merupakan penggabungan beberapa ciri yang dapat dibedakan dengan karakter lainnya ([Avisenna et al., 2013](#)). Karakter

tupai berkelompok yang bisa bernyanyi dapat dikatakan karakter yang unik dan tidak terduga karena kombinasi tersebut tidak sering dilihat dalam band virtual atau film animasi lainnya. Penggambaran karakter Alvin, Simon dan Theodore disebut sebagai antropomorfisme.

Antropomorfisme dan Asosiasi Psikologi Karakter dengan Warna

Secara bahasa antropomorfi berarti manusia (*Anthropos*) dan bentuk (*morphe*) dalam Bahasa Yunani. Oxford Dictionary menjelaskan lebih sederhana, (kepercayaan atau ide) dalam memperlakukan dewa, hewan, atau benda seolah-olah mereka memiliki kualitas manusia. Antropomorfisme dikategorikan menjadi dua, yakni antropomorfis interpretatif dan imajinatif. Antropomorfis interpretatif sebagai atribusi niat, keyakinan dan emosi kepada makhluk selain manusia berdasarkan perilakunya. Misalnya kita mengetahui bahwa seekor kucing akan lapar ketika mengeong sambil berdiri di dekat tempat makannya. Sementara antropomorfis imajinatif sebagai representasi karakter imajiner dan fiksi yang divisualisasikan seperti manusia, serta ciri seperti manusia sebagai kepribadian, emosi dan minat (Urquiza-Haas & Kotrschal, 2015).

Antropomorfisme pada *The Chipmunks* merupakan antropomorfis imajiner yang merepresentasikan beberapa karakter, emosi dan minat manusia pada hewan tupai. *The Chipmunks* dalam bentuk tupai melakukan aktivitas seperti manusia yang tidak dilakukan oleh hewan secara umum misalnya berbicara (khususnya Bahasa Inggris), bermain gitar, bernyanyi, dan menari. Daya tarik pada ketiga karakter tupai yang menjalani kehidupan seperti manusia, memiliki latar belakang yang dapat menarik empati dan memiliki minat dan bakat dalam dunia tarik suara, mereka bersemangat untuk menjadi penyanyi sukses dan terkenal. Sejauh ini hewan adalah target non-manusia yang paling sering atribusi orang terhadap kondisi mental, karena manusia secara naluriah tertarik pada alam dan hewan. Bahkan makhluk hidup dapat menarik lebih banyak perhatian di antara orang dewasa, daripada benda (Urquiza-Haas & Kotrschal, 2015). Apalagi dari ketiga tupai masing-masing memiliki karakter berbeda.

Antropomorfisme dalam dunia kartun dan animasi menjadi satu teknik yang paling umum digunakan untuk menciptakan karakter-karakter yang unik dan menarik. Dengan beberapa alasan, yang pertama ialah membuat karakter lebih dapat dikenali. Karakter non-manusia diberi wajah dan ekspresi sehingga mudah dikenali penonton untuk mempermudah penonton mengikuti perkembangan karakter, mengidentifikasi karakter, dan memperjelas cerita. Kedua, adanya keterlibatan emosional, karena karakter diantropomorfisasi memiliki emosi dan sifat-sifat manusia. Ketiga, menghadirkan cerita yang lebih menarik, memungkinkan pembuat kartun dan animator menjelajahi cerita-cerita yang unik dan kreatif. Mereka dapat menggabungkan unsur dunia nyata dan imajinatif menjadi narasi yang menarik. Keempat, mengkomunikasikan pesan dan nilai. Kartun dan animasi dapat menyampaikan pesan moral atau nilai-nilai tertentu yang mudah dimengerti oleh penonton terutama anak-anak. Kelima, menghibur dan mengajar, karakter antropomorfik digunakan untuk menjelaskan konsep yang kompleks atau mengangkat isu-isu sosial ke dalam format yang mudah dicerna oleh berbagai rentang usia (Cahyadi, 2023).

Kelima aspek di atas dimiliki oleh *The Chipmunks* sebagai karakter antropomorfik hewan tupai yang diberikan karakteristik manusia dan berperilaku layaknya anak-anak/manusia berusia muda dan memiliki dinamika sosial. Pertama, *The Chipmunks* memiliki penciri yang mudah dikenali (Tabel 1), bukan hanya sekedar

figur band virtual yang menjadi *branding*, mereka memiliki ekspresi layaknya manusia yang menghidupkan cerita. Kedua, The Chipmunks memiliki sifat-sifat seperti manusia yang dapat dirasakan oleh penonton (Tabel 2, sampai Tabel 10). Ketiga, The Chipmunks menjadi unik dan menarik karena menawarkan penggabungan dunia manusia dan dunia khayalan. Di mana tupai yang dapat berbicara, bernyanyi, menari, dan beraktivitas layaknya manusia, dapat di terima oleh masyarakat dan menjadi hal yang biasa saja, meskipun kenyataan ini pada awalnya ditolak oleh Dave, seorang komposer dan musisi yang nantinya menjadi manajer dan “ayah angkat” The Chipmunks. Keempat, dari keempat sequel film Alvin and the Chipmunks mengkomunikasikan pesan bahwa popularitas yang didapatkan dengan mengorbankan kepercayaan dan kebersamaan keluarga menjadi sebuah kekacauan. Film ini juga mengajarkan kita akan pentingnya ikatan sebuah “keluarga” yang saling memahami, melengkapi, menolong, dan menyayangi satu sama lain. Kelima, film Alvin and The Chipmunks menyampaikan konsep persahabatan dan mengangkat permasalahan sosial yang terjadi di hubungan antara teman dan keluarga dengan mengemasnya menjadi narasi yang dibalut humor.

The Chipmunks menggambarkan kekuatan antropomorfi dalam menciptakan ikon budaya populer. Dampak karakter The Chipmunks dalam budaya populer terlihat jelas dalam merk dagang, mainan, *merchandise* dan banyak produk lainnya. The Chipmunks telah membawa animasi ke tingkat yang lebih tinggi dengan membuktikan karakter hewan yang bersifat manusiawi. Mereka menjadi ikon dan ikatan yang menghubungkan berbagai generasi penonton dalam budaya dan hiburan yang lebih luas, contohnya dapat menghidupkan figur band virtual menjadi karakter animasi dalam film yang dapat menyampaikan pesan dan nilai moral. Dengan demikian, The Chipmunks menjadi contoh kuat bagaimana figur band virtual diberikan karakteristik manusiawi yang memiliki dampak signifikan dalam budaya populer dan menjadi bagian dari perkembangan animasi dan hiburan. Ketika karakter-karakter diberi sifat manusiawi, termasuk psikologi dan emosi, hal ini menciptakan ikatan emosional antara penonton dan karakter menjadi lebih kuat (Cahyadi, 2023). Terdapat enam poin untuk menganalisisnya apakah The Chipmunks telah memenuhi syarat ini:

Tabel 11. Psikologi dan Emosi dalam Karakter Antropomorfi

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

| No | Poin | Temuan |
|----|-----------------------------|--|
| 1 | Identifikasi penonton | Kemelut emosi yang dirasakan The Chipmunks dapat diidentifikasi penonton melalui perspektifnya, karena adanya paduan antara psikologi dan emosi manusia untuk merenungkan nilai-nilai moralitas yang dapat diterapkan ke dalam dunia nyata. Seperti tidak baik untuk bertindak impulsif seperti Alvin karena berakibat membahayakan diri sendiri dan orang lain. |
| 2 | Emosi dan alur cerita | Motivasi utama bagi alur cerita dibangun melalui emosi manusiawi The Chipmunks seperti rasa kasih sayang, kegembiraan, kemarahan, atau kekecewaan |
| 3 | Stereotip dan karakterisasi | Karakter The Chipmunks-Simon dibangun melalui proses stereotip manusia. Contohnya kacamata menjadi simbol kecerdasan karena sering membaca buku. |
| 4 | Kompleksitas | Konflik internal pada karakter seringkali mencerminkan |

| | |
|--------------------------|---|
| karakter | konflik yang dihadapi penonton dalam hidupnya. Terjadi pada Alvin yang mencari popularitas bersama teman populer barunya dan meninggalkan Simon dan Theodore, atau tetap bersama Simon dan Theodore. Alvin mengurangi waktu kebersamaan dengan mereka, jadwal “ <i>hang out</i> ” bersama anak populer di sekolahnya membuatnya melupakan tugas dan tanggung jawabnya. Namun di satu sisi Alvin masih memikirkan mereka. |
| 5 Pesan moral dan sosial | <ul style="list-style-type: none"> - Persahabatan, kekeluargaan, dan kerjasama: penonton diajarkan pentingnya toleransi, pengertian, dan kerjasama dalam menghadapi masalah bersama - Keberagaman dan penerimaan: penggambaran fisik dan atribut warna yang berbeda yang menjadi ciri khas serta perbedaan karakter yang mencolok memberikan pesan pada penonton untuk dapat saling menerima satu sama lain - Perjuangan melawan ketidakadilan: The Chipmunks bekerja sama untuk memberikan pelajaran pada Ian sang produser yang tamak dan telah mengeksploitasi mereka. Ini salah satu ketidakadilan yang mereka dapatkan ketika mencapai puncak popularitas - Kemajuan pribadi dan perubahan: The Chipmunks mengalami pertumbuhan dan perubahan kepribadian sepanjang cerita. Sifat negatif yang berdampak pada hubungan sosial menjadi titik balik bagi mereka untuk sadar dan berubah. - Etika dan moralitas: setiap karakter The Chipmunks dihadapkan pada situasi moral untuk membuat keputusan yang tepat. Misalnya apa yang dilakukan The Chipmunks dalam melawan ketidakadilan tanpa harus membalasnya dengan sama persis. - Pengelolaan emosi: Alvin lebih memilih untuk berbicara spontan tanpa memikirkan lawan bicaranya, berbeda dengan Simon yang berfikir sebelum bertindak dan Theodore yang selalu berbicara lembut berusaha untuk tidak menyakiti hati lawan bicara. Pada akhirnya semua belajar akan kesalahan mereka dan mengajarkan penonton tentang pengendalian diri, empati, dan komunikasi yang efektif. |

Dalam menganalisis karakter Alvin, Simon, dan Theodore, integrasi pendekatan psikologi melalui teori antropomorfisme serta asosiasi warna dan emosi memberikan pemahaman yang lebih dalam terhadap konstruksi karakter. Dalam konteks visual, warna pakaian masing-masing karakter memperkuat dimensi psikologis mereka. Warna tidak mempunyai sifat, tetapi dapat menciptakan perspektif sifat dalam otak manusia dan secara tidak langsung mempengaruhi emosi manusia (Zharandont & Patrycia, 2015). Dalam psikologi, warna merah merupakan simbol dari energi, gairah, action, kekuatan dan kegembiraan (Zharandont & Patrycia, 2015). Warna merah pada Alvin memberi arti gairah dan memberi energi dan menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Warna biru umumnya dapat memberi efek

menenangkan, diyakini mampu mengatasi kecemasan, insomnia, tekanan darah tinggi dan migrain. Dalam psikologi warna, biru tua mampu merangsang pikiran yang jernih dan biru muda membantu menenangkan pikiran dan meningkatkan konsentrasi (Zharandont & Patrycia, 2015). Artinya warna biru pada Simon sejalan dengan sifat dan karakternya yang menjadi penenang dalam masalah yang dihadapi The Chipmunks. Warna hijau pada Theodore berdasarkan cara pandang ilmu psikologi, membantu menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi (Zharandont & Patrycia, 2015). Dalam konteks karakter, Theodore bertindak sebagai jembatan emosi antara Alvin dan Simon. Theodore seringkali berbicara perasaannya bahkan kepada siapa pun yang berarti terbuka dalam berkomunikasi. Berdasarkan analisis Tabel 2, Tabel 3 dan Tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa warna pada atribut fisik The Chipmunks berasosiasi dengan makna warna dalam psikologi warna, yang artinya dapat membangkitkan emosi manusia yang melihatnya. Penonton menyesuaikan emosi yang dirasakan dengan representasi sifat dan kepribadian The Chipmunks sebagai hewan antropomorfik yang membawa alur cerita.

Berelasi dengan Karakter Lainnya

Karakter harus memiliki pasangan untuk dapat menciptakan komunikasi antar satu dengan yang lain. Tahapan ini menjelaskan poin sosiologis pada tokoh, sekaligus merupakan penanda yang dapat mengidentifikasi sifat dan karakter tokoh (Avisenna et al., 2013). Paradigma Saussure muncul dari relasi antara tanda dan perbedaan antar tanda. Karakter Alvin, Simon dan Theodore tidak sama satu sama lain. Karakter mereka terlihat karena memiliki relasi dengan karakter lain sehingga dapat dijadikan pembandingan seperti pada Tabel 2 sampai Tabel 10 di atas. Baik itu hubungan sosial antara mereka bertiga, dengan manusia lain, atau dengan The chipettes, tupai perempuan yang sama-sama memiliki bakat bernyanyi dan menari. Karakter Alvin, Simon, dan Theodore yang berbeda satu sama lain dapat saling melengkapi. Ini terbukti dari keseharian Alvin yang cenderung selalu berbuat onar, Simon yang menyelesaikannya, dan Theodore yang menjadi penengah di antara keduanya. Karakter mereka tidak dapat berdiri sendiri, tapi saling mendefinisikan. Masing-masing mendapatkan maknanya karena kontras satu sama lain. Alvin terlihat liar dan impulsif karena Simon terlihat tenang dan kritis. Theodore tampak rapuh karena Alvin lebih dominan. Simon terlihat lebih pintar karena yang lain bertindak impulsif.

SIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa pendekatan semiotika dan teori *three dimensional character* saling melengkapi dalam membaca representasi karakter. Gabungan dari pendekatan antropomorfik dengan psikologi warna tidak hanya memperkaya daya tarik visual dan emosional karakter. Tetapi juga menciptakan jembatan semiotik yang kuat antara penonton dan ketiga tokoh. Karakterisasi dalam Alvin and The Chipmunks menjadi contoh efektif perpaduan narasi visual dan psikologis dalam menciptakan tokoh-tokoh yang mudah dikenali, diingat, dan disukai berbagai lapisan usia. Faktor lain yang menjadi daya tarik The Chipmunks selain karakter antropomorfik yang memiliki relevansi psikologi dan emosi dengan penonton ialah, keberadaan empat *sequel* filmnya yang secara tidak langsung menjadi promosi keberadaan band virtual The Chipmunks yang telah berdiri lebih dari 60 tahun. Bahwa promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap kesadaran merek, karena promosi diakui mampu menggugah kesadaran konsumen akan merek sebuah produk. Kriteria yang bagus seperti mudah diucapkan, mudah diingat, mudah

dikenali, menarik, menonjolkan perbedaan produk dibanding pesaing berpengaruh terhadap *brand awareness* (Amba & Sisnuhadi, 2021). Dalam hal ini band virtual The Chipmunks telah memenuhi kriteria tersebut. Simpulan dari pendekatan ini menunjukkan bahwa penggabungan dua teori memberikan fleksibilitas metodologis yang lebih luas dalam menafsirkan karakter, sekaligus membuka ruang baru bagi analisis secara lebih kritis dan mendalam.

Penelitian ini masih memiliki batasan yang perlu diperhatikan misalnya, analisis hanya difokuskan pada tiga karakter utama, yaitu Alvin, Simon, dan Theodore. Sehingga keterlibatan tokoh pendukung yang membentuk dinamika dan karakter belum dianalisis. Selanjutnya penelitian ini juga belum menggali bagaimana representasi karakter tersebut dipengaruhi oleh sumber teks atau media lain selain film. Data penelitian hanya bersifat kualitatif deskriptif tanpa dukungan data kuantitatif untuk eksplorasi keterlibatan audiens dalam memaknai daya tarik visual secara luas. Penelitian belum membahas aspek evolusi karakter (historis) dari waktu ke waktu yang sebenarnya dapat memperkaya pemahaman tentang perubahan makna budaya. Oleh karena itu diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas cakupan analisis dengan pendekatan multidisipliner serta mempertimbangkan aspek historis dan keterlibatan audiens untuk mendapat gambaran yang lebih utuh.

DAFTAR RUJUKAN

- Amba, V., & Sisnuhadi. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Konsumen E-Commerce Shopee.
- Arif, M. N., Flemino, D. T., & Kurniawan, M. S. (2022). Pembentukan Stereotipe Terhadap Lelaki Gemuk dalam Iklan Axis. *Jurnal Audiens*, 3(4), 189–198. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i4.14518>
- Avisenna, E., Alvanov, Z., & Naomi, H. (2013). Kajian Daya Tarik Visual pada Desain. Cahyadi, D. (2023). Antropomorfi Benda, Benda Imajinasi, dalam Karakter Kartun dan Animasi. ResearchGate, 1–21.
- Datau, A., & Murwonugroho, W. (2020). Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual 2020 ANALISIS DESAIN KARAKTER ELSA DALAM FILM “FROZEN.” <https://2dtraditionalanimation.tumblr.com/>
- Dayu, B., & Syadli, M. R. (2023). Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/index>
- Endarini, E. R. (2019). ARTic REPRESENTASI IDOLA FILM ANIMASI SHINGEKI NO KYOJIN PADA TOKOH LEVI DAN MIKASA.
- Felix, J., Desain, J., Visual, K., Komunikasi, F., & Multimedia, D. (2011). PENGGUNAAN ELEMEN VISUAL GARIS DALAM FOTOGRAFI (Vol. 2, Issue 1).
- Franzia, E. (2019). Aspek Keunikan dan Komunikasi Visual pada Stiker LINE (Studi Kasus: Stiker “Cony Special Edition”, “Soekirman Si Tukang Parkir”, dan “Baba Kiko”). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(01), 48–62. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v5i01.2049>
- Hendratman, H. (2023). TEORI DAN PENERAPAN WARNA YANG HARMONIS. <https://play.google.com/books/reader?id=4JC6EAAAQBAJ&pg=GBS.PA10>; <https://play.google.com/books/reader?id=4JC6EAAAQBAJ&pg=GBS.PA10> EXOTIC.

- Paksi, D. (2021). Jurnal IMAJI Volume 12 Nomor 2 Jakarta Diterbitkan oleh: Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta. 47–54. <https://doi.org/10.52290>
- Rahman, O. (2016). The hoodie: Consumer choice, fashion style and symbolic meaning. *International Journal of Fashion Studies*, 3(1), 111–133. https://doi.org/10.1386/inf.3.1.111_1
- Rasendriya A, Ramli Ishak, Utomo Drajatno, Respati Yosua, & Murwonugroho W. (2024). *DAYA TARIK VISUAL BAND VIRTUAL GORILLAZ: MEMBANGUN IDENTITAS DAN FANTASI*.
- Sanjaya, W., Jalur, J., Sutera, A., & Kav, B. (2024). Jurnal Bahasa Rupa | 150 Komposisi Visual Dalam Membangun Dramatisasi Kekuasaan Pada Lirik Lagu Video Musik “Kamu Anggap Apa.” <https://bit.ly/jurnalbahasarupa>
- Sanjaya, W., & Marian, H. (2023). Relasi Kepercayaan Diri pada Karakter Utama dengan Komposisi Visual di Film “TAR.” *Jurnal Seni Nasional Cikini*, 9(2), 65–80. <https://doi.org/10.52969/jsnc.v9i2.231>
- Sitompul, A. L., Patriansah, M., & Pangestu, R. (2021). *BESAUNG JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA VOLUME 6 No. 1 MARET 2021 ANALISIS POSTER VIDEO KLIP LATHI : KAJIAN SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE*.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.vii1.60>
- Urquiza-Haas, E. G., & Kotrschal, K. (2015). The mind behind anthropomorphic thinking: Attribution of mental states to other species. In *Animal Behaviour* (Vol. 109, pp. 167–176). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/j.anbehav.2015.08.011>
- Zahra, A., Julyan, P., & Yuliansyah, T. (2023). Analisis Semiotika Saussure Pada Poster Series “Girl From Nowhere” Menggunakan metode Ferdinand De Saussure (Vol. 7, Issue 2).
- Zharandont, & Patrycia. (2015). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Humaniora Binus*, 2(Terminologi warna), 1086. <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>