

Pengaruh Elemen Visual terhadap Ketertarikan Khalayak Sasaran terhadap Karakter Fiksi Menggunakan Pendekatan Mise-En-Scene Pada Video Game Trailer “Final Fantasy XIV: Endwalker”

Muhammad Fikrul Hadi Atsabit^{a1*}, Irfansyah^{b2}

^{ab} Institut Teknologi Bandung, Jalan Ganesa No.10, Kota Bandung, Jawa Barat, 40132, Indonesia

¹27121311@mahasiswa.itb.ac.id; ²irfansyah@itb.ac.id

SEJARAH ARTIKEL

Diterima: 24 Juli 2023
Direvisi: 15 September 2023
Disetujui: 12 Oktober 2023
Diterbitkan: 31 Oktober 2023

*Corresponding

27121311@mahasiswa.itb.ac.id



10.22219/satwika.v7i2.28140



jurnalsatwika@umm.ac.id

How to Cite: Atsabit, M. F. H., & Irfansyah. (2023). Pengaruh Elemen Visual terhadap Ketertarikan Khalayak Sasaran terhadap Karakter Fiksi Menggunakan Pendekatan Mise-En-Scene Pada Video Game Trailer “Final Fantasy XIV: endwalker”. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7 (2), 460-468. doi: <https://doi.org/10/22210/satwika.v7i2.28140>



ABSTRAK

Final Fantasy XIV dirilis pada tahun 2010 dan menerima banyak kritik dan dianggap sebagai sebuah video gim *online* yang gagal pada waktu itu. Dirilis kembali pada tahun 2013 dengan nama *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* dan telah sukses hingga merilis *expansion* terakhirnya yang berjudul *Endwalker* yang membuat jumlah pemain *Final Fantasy XIV* melonjak drastis setelah dikeluarkannya *video game trailer* pada bulan Februari dan Mei tahun 2021. *Video game trailer* menampilkan gambaran dari video gim dan memberikan penonton ekspektasi apa yang akan mereka dapatkan pada saat bermain salah satu caranya yaitu dengan menampilkan karakter yang berkaitan dengan narasi dari video gim menggunakan elemen visual yang bertujuan untuk menarik calon pemain. Artikel ini akan menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi ketertarikan khalayak sasaran terhadap suatu video gim melalui visualisasi desain karakter yang ditampilkan. Metode analisis konten digunakan untuk membedah *video game trailer* menggunakan pendekatan *mise-en-scene*, *The Mixed Emotions and Character Appeal (MECA) Model* dan kemudian dianalisa menggunakan pendekatan *mean value*. Penggunaan *MECA* model sendiri sudah memberikan hasil bahwa desain karakter sangat mempengaruhi pemain dalam menikmati sebuah narasi dan ketertarikan mereka terhadap karakter fiksi. Penelitian ini juga membuktikan bahwa penerapan *mise-en-scene* yang tepat juga mempengaruhi persepsi ketertarikan terhadap karakter fiksi.

Kata kunci: *Mise-En-Scene; Video Game Trailer; MECA Model; Final Fantasy XIV*

ABSTRACT

Final Fantasy XIV was released in 2010 and received a lot of criticism and was considered a failed online video game at that time. It was released back in 2013 under the name *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn* and was successful until the release of its last expansion entitled *Endwalker* which made the number of *Final Fantasy XIV* players soar after the release of the video game trailer in February and May 2021. The video game trailer shows an overview of video games and giving viewers expectations of what they will get when playing, one way is to display characters related to the narrative of the video game using visual elements that aim to attract potential players. This article will analyze what factors affect the target audience's interest in a video game through the visualization of the character designs displayed throughout the video game trailer. Content analysis method is used to dissect video game trailers using the *mise-en-scene* approach, *The Mixed Emotions and Character Appeal (MECA) Model* and then analyzed using the *mean value* approach. The use of the *MECA* model itself

has resulted in the character design greatly influencing the players' enjoyment of a narrative and their interest in fictional characters. This research also proves that the application of the right *mise-en-scene* also influences the perception of attraction towards fictional characters.

Keywords: *Mise-En-Scene; Video Game Trailer; MECA Model; Final Fantasy XIV*

© 2023 This is an Open Access Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original works are appropriately cited.



PENDAHULUAN

Trailer merupakan sebuah media yang muncul pada industri film di Amerika sekitar tahun 1920-an ([Kernan, 2009](#)). *Trailers* menurut [Johnston \(2009\)](#) merupakan bahan promosi dan dengan adanya *trailers* dapat memberikan sisi lain dari bahan promosi seperti dari sudut pengambilan atau material yang digunakan ([Johnston, 2019](#)). *Trailers* juga merupakan sebuah *paratext* dengan fungsi promosi yang sangat kuat ([Kernan, 2009](#); [Gray, 2010](#)). [Johnston, Vollans, & Greene \(2016\)](#) juga sudah melihat perubahan *trailer* yang berawal dari *cinematic media* yang merupakan sebuah bentuk dari ekspresi menjadi segala jenis media audiovisual yang berbentuk promosi. Diwaktu yang bersamaan, *trailer* juga dapat menjadi sebuah media yang dapat mengungkapkan ekspresi ([Williams, 2013](#); [Ortega, 2014](#)) atau sebuah *cinematic performance* yang mirip dengan drama ([Hesford, 2013](#)). Melihat wujud *trailer* sebagai sebuah media ekspresi, di dalam waktu yang bersamaan pada *trailer* bisa terdapat unsur *paratextuality*.

[Svelch \(2015\)](#) membagi *video game trailers* menjadi tiga bagian menurut fokus dari *trailer* tersebut, yakni (1) *performance*, (2) *transmedia* dan (3) *interface*. *Transmedia trailer* memberikan kemungkinan bahwasannya *trailer* dapat menjadi sebuah media *paratextual* dan juga sebagai media *storytelling*. *Video game trailer* sebagai media *storytelling* dan *paratext* memiliki elemen yang mengandung informasi seperti intensi yang ingin disampaikan oleh produsen kepada konsumen dan juga genre dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen ([Lewin & Macksey, 1997](#)). Berdasarkan bagaimana konsumen menerima *video game trailers* tersebut, [Svelch \(2017\)](#) membagi menjadi dua bagian, yakni (1) hubungan *prertextual* antara *video game* dengan *trailer* dan (2) unsur *trailer* sebagai sebuah media.

Trailer sebagai sebuah media memiliki beberapa unsur seperti *cinematic expression*, *artistic value* atau unsur yang sangat spesifik dari *trailer* tersebut. Metode untuk membedah *cinematic expression* salah satunya

menggunakan pendekatan *Mise-En-Scene*. *Mise-En-Scene* dalam bahasa Perancis dapat diartikan sebagai peletakan di atas panggung, berkaitan dengan elemen visual yang terdapat pada produksi sebuah media audiovisual. Menurut [Gibbs \(2022\)](#) dan dikelompokkan oleh [Bordwell, Thomposon, & Smith \(2017\)](#), yakni (1) *setting*, (2) *kostum*, dan *make-up* (3) *lighting*, dan (4) *staging: movement and performance*.

Elemen *mise-en-scene* ini jika dimanfaatkan dengan baik pada pembuatan *video game trailer* akan memberikan efek yang sangat besar terhadap target pasar dari *video game* tersebut. Disamping sebagai media promosi, *video game trailer* juga dijadikan sebagai *cinematic media*. [Vosmeer & Schouten \(2014\)](#) menyimpulkan bahwa pada *transmedia storytelling*, setiap medium yang digunakan berperan penting dalam menyampaikan narasi termasuk pengambilan *scene*. Selain itu, pemilihan kostum dan *make-up* dari karakter juga akan memberikan gambaran identitas dari *video game* tersebut, representasi karakter dan juga potensi pasar ([Makryniotis, 2018](#)). Faktor *lighting* dan *staging* menurut [Power \(2008\)](#) dalam dunia animasi seperti gaya animasi yang digunakan, *visual cues* dan desain karakter berpengaruh secara langsung dengan bagaimana otak menilai apa yang sedang terjadi di layar dan mendapatkan pesan yang diinginkan oleh pembuat animasi. Hal ini juga didukung oleh temuan [McDonnel, Breidt, & Bulthoff \(2012\)](#) dan [Lucas \(2020\)](#) yang menemukan bahwa *render style* juga sangat berpengaruh pada makna atau pesan yang ingin disampaikan pada suatu *scene*. Selain itu [Svelch \(2016\)](#) juga sudah melakukan pembahasan mengenai *reveal trailer* dari *video game Mass Effect: Andromeda* dan menemukan bahwa hubungan antara *trailer* dan *video game* di antaranya melalui *footage* yang ditampilkan pada *trailer*, *voice over* dan uraian yang ditampilkan pada *trailer* memberikan gambaran kepada calon pemain atau penonton dan memberikan rasa ketertarikan untuk mencoba *video game* dari *trailer* yang ditampilkan.

Penelitian yang dilakukan oleh [Ramasubramanian & Sanders \(2009\)](#) mengemukakan sebuah model yang bernama *The Mixed Emotions and Character Appeal (MECA) Model* yang digunakan untuk mengukur ketertarikan

seseorang terhadap karakter fiksi pada *video game*. MECA model merupakan gabungan beberapa model yang sudah ada sebelumnya yaitu *Affective Disposition Theory (ADT)* (Raney, 2017), *The Stereotype Content Model (SCM)* (Fiske, 2018), dan *Perceiving and Experiencing Fictional Characters (PEFiC) Model* (Hoorn & Konijin, 2003). Di dalam *video game*, faktor yang menentukan menariknya sebuah karakter yaitu bagaimana karakter tersebut direpresentasikan melalui narasi, *morality*, *aesthetics* dan juga *competence* karakter tersebut. Faktor-faktor ini muncul secara singkat pada *video game trailer*, di mana *publisher* berusaha memikat calon pemain terhadap karakter sehingga membuat calon pemain tertarik terhadap karakter tersebut dan membeli *video game* yang dipromosikan. Ramasubramanian dan Sanders dalam penelitiannya menggunakan *video game trailer* berjudul *Evil Genius (2004)* dan menggunakan skala likert beserta kosa kata yang sudah ditentukan dalam MECA Model. Hasil penelitian mereka konsisten dengan model yang mereka kemukakan.

Video game Final Fantasy XIV pada tahun 2021 terdapat lonjakan pemain yang sangat signifikan setelah dikeluarkannya *video game trailer* untuk ekspansi terbarunya yang berjudul *Endwalker*. Pemilihan *Final Fantasy XIV* sebagai objek penelitian dikarenakan setelah perilisannya ekspansi *Endwalker*, *developer* sekaligus *publisher Square (2021)* menghentikan penjualan *video game* ini dikarenakan server yang penuh dengan pemain yang ingin memainkan *video game* ini. Di samping itu, *Final Fantasy XIV* juga sudah banyak memenangkan lebih dari 200 penghargaan (Square Enix, 2022) dan merupakan *franchise* yang sudah sangat populer sejak tahun 1987. Selain itu, *Final Fantasy XIV* juga menduduki peringkat pertama sebagai *video game* yang memiliki *player base* paling aktif menurut MMO Population (2022).



Gambar 1. Diagram populasi video gim Final Fantasy XIV (MMO Population, 2022)

Menurut data pada [gambar 1](#) di atas yang dikumpulkan oleh website bernama MMO Population (2022), lonjakan pemain terjadi pada bulan Februari, Juni dan juga November tahun 2021. Lonjakan yang sangat signifikan terjadi setelah perilisannya *full trailer* yaitu pada bulan Mei tanggal 15 tahun 2021. Dalam rentang

waktu 3 bulan setelah dirilisnya *full trailer*, pada bulan Agustus total pemain yang memainkan *video game Final Fantasy XIV* menyentuh angka 2,872,625 pemain. Grafik lonjakan pemain ini dapat dilihat pada [gambar 1](#) dan kotak hijau merupakan lonjakan pemain setelah dirilisnya *full trailer Final Fantasy XIV Endwalker*.

Melihat fenomena yang terjadi ini, peneliti memilih untuk melakukan penelitian mengenai unsur apa yang terdapat di dalam *video game trailer Final Fantasy XIV* sehingga memikat banyak pemain. Dikarenakan penelitian sebelumnya yang membahas *video game trailer* hanya sebatas unsur *paratext* dan ketertarikan terhadap karakter fiksi tetapi belum ada yang membahas pengaruh *mise-en-scene* dengan ketertarikan terhadap karakter fiksi membuat topik ini bagus untuk diangkat. Diharapkan dengan adanya artikel ini membuka peluang baru yakni memanfaatkan *mise-en-scene* untuk membuat penonton tertarik dengan karakter fiksi melalui *video game trailer*.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *exploratory sequential mixed method* dengan tahapan pertama yakni melakukan tahapan kualitatif kemudian kuantitatif. Pada tahapan kualitatif, peneliti menggunakan *conventional qualitative content analysis*. Menurut Shava et. al. (2021) *conventional qualitative content analysis* digunakan untuk penelitian dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. *Conventional qualitative content analysis* dimulai dengan peneliti melihat data yang sudah dikumpulkan berulang kali agar peneliti mendapatkan *immersion* dan juga *sense of the whole*. Kelebihan dari *conventional qualitative content analysis* mendapatkan informasi secara langsung tanpa adanya pengaruh dari luar. Kekurangan dari *conventional qualitative content analysis* yakni tidak akuratnya data yang didapatkan, tetapi pendekatan ini bagus digunakan untuk pembangunan sebuah konsep. Pada tahapan kualitatif ini, peneliti sudah melakukan pemilihan *scene-scene* tertentu dari *full trailer Final Fantasy XIV: Endwalker* (Yoshida, 2021) yang diambil dari YouTube dengan kriteria terdapat karakter pada *scene* tersebut, merupakan fokus dari *scene* tersebut dan memiliki durasi karakter yang muncul pada *scene* tidak kurang dari 3 detik. Selain mengambil *scene* yang diperlukan dari *video game trailer*, peneliti juga akan memainkan *video game Final Fantasy XIV: Endwalker* secara keseluruhan agar lebih memahami karakter dan juga dunia dari *Final Fantasy XIV: Endwalker*, sehingga bisa memberikan deskripsi yang hanya terdapat di dalam *video game* terhadap settingan, kostum, dan juga karakter yang dianalisa.

Untuk tahapan kuantitatif, peneliti memberikan *video game trailer* kepada responden dan menyusun kuesioner dengan pendekatan MECA Model dan menggunakan skala likert dengan skala 1 sampai 5, untuk 1 bernilai Sangat Tidak Setuju (STS) dan 5 untuk Sangat Setuju (SS) dan disebar secara *online*. Untuk pengolahan data dari hasil kuesioner peneliti menggunakan metode *Mean Value* untuk mendapatkan nilai yang akan digunakan pada MECA Model. Untuk penilaian perspsi penonton terhadap karakter (*character traits*) terdapat tiga komponen yakni: (1) Kompetensi, (2) Moralitas dan (3) Estetika Karakter. Kompetensi terdapat tiga penilaian yaitu cerdas, berbakat, dan percaya diri. Moralitas terdapat tiga penilaian yaitu imoral, kejam, dan jahat sedangkan estetika karakter terdapat dua penilaian yaitu tampan atau cantik dan fisiknya bagus. Untuk respon emosi penonton disaat melihat karakter terdapat empat komponen yakni: (1) Kekaguman, (2) Hina, (3) Iri dan (4) Simpati. Kekaguman memiliki empat penilaian yaitu kagum, memberikan inspirasi, penuh hormat, dan suka. Hina memiliki empat penilaian yaitu marah, benci, jijik dan muak. Untuk Iri terdapat dua penilaian yaitu iri dan cemburu sedangkan simpati terdapat dua penilaian yaitu simpati dan iba. Untuk penilaian daya tarik karakter terbagi menjadi empat penilaian yakni menarik, seru, menyenangkan dan membosankan. Diakhir sesi penilaian, peneliti juga menanyakan karakter apa yang paling disukai oleh responden.

Disamping menggunakan MECA Model sebagai penilaian ketertarikan penonton terhadap karakter fiksi, peneliti juga memecah bagian karakter menjadi gaya rambut, kostum, aksesoris dan senjata. Hal ini dilakukan untuk mencari tahu unsur yang paling dominan dari karakter tersebut dan unsur mana yang paling disukai oleh penonton. Setelah mendapatkan data kuantitatif, peneliti akan melakukan analisis *mise-en-scene* terhadap *scene* di mana karakter tersebut muncul dari *scene* yang paling menggambarkan karakter tersebut berdasarkan pilihan terbanyak dari responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Menggunakan MECA Model

Berdasarkan data yang didapatkan pada kuesioner yang disebar (n = 151), karakter yang paling disukai yaitu karakter bernama Estinien yang mendapatkan jawaban 30% dari total tujuh karakter yang muncul pada *video game trailer*. Seperti halnya gambar karakter di bawah ini.



Gambar 2. Karakter Estinien *(Square Enix, 2023)*

Terlihat pada [tabel 1](#) menunjukkan penilaian perspsi penonton terhadap karakter (*character traits*) Estinien (n = 151) dari segi Kompetensi (M = 3,9), Moralitas (M = 2,5) dan Estetika karakter (M = 4,3).

Tabel 1. Persepsi Penonton

Aspek Penilaian	Mean Value
Kompetensi	3,9
Moralitas	2,5
Estetika Karakter	4,3

Dari tiga aspek penilaian ini, responden setuju dengan karakter ini bahwa karakter ini sangat kompeten dan memiliki tingkat moralitas yang tinggi (digambarkan dengan *mean value* moralitas yang kecil). Disamping itu, karakter Estinien di mata responden sangatlah estetik untuk dilihat. Dari tiga aspek penilaian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi penonton terhadap karakter Estinien ini sangatlah baik dan terkesan sebagai orang yang baik dikarenakan tingginya nilai moralitas.

Untuk respon emosi penonton terlihat pada [tabel 2](#) menunjukkan disaat melihat karakter Estinien (n = 151) dari aspek Kekaguman (M = 3,6), Hina (M = 1,7), Iri (M = 1,9), dan Simpati (M = 2,4).

Tabel 2. Respon Emosi Penonton

Aspek Penilaian	Mean Value
Kekaguman	3,6
Hina	1,7
Iri	1,9
Simpati	2,4

Dari empat aspek penilaian ini, responden setuju bahwa dengan melihat karakter ini menimbulkan perasaan kagum terhadap karakter. Hal ini dapat dilihat dengan aspek Kekaguman yang lebih tinggi dibandingkan dengan tiga aspek lainnya. Sedangkan untuk daya tarik

karakter mendapatkan nilai *mean value* 3,6, yang berarti karakter ini sangatlah terlihat menarik di mata penonton.

Kesimpulan yang didapat dari data ini adalah karakter Estinien memiliki tingkat kompetensi dan moralitas yang tinggi, disamping itu juga memiliki daya tarik karakter yang sangat menarik sehingga menimbulkan rasa kagum terhadap karakter tersebut. Menurut Fiske (2018) karakter yang memberikan rasa kagum cenderung karakter tersebut merupakan tokoh protagonis dan memiliki peran penting dalam narasi yang diberikan seperti karakter utama atau pembantu karakter utama yang memiliki peran sangat penting. Hoffner (1996) juga menjelaskan bahwa penonton akan mendapatkan rasa emosi positif yang muncul terhadap karakter karena menggambarkan kesamaan dengan diri penonton tersebut, dan disaat tingkat kesamaan penonton dan karakter fiksi meningkat maka ketertarikan penonton dengan karakter tersebut juga akan meningkat. Selain itu, Konijin et. al. (2007) juga menjelaskan bahwa penonton juga dapat menimbulkan ikatan yang kuat dengan karakter fiksi, yakni dengan karakter yang mereka kagumi dan jadikan sebagai *role model* dikarenakan karakter tersebut memiliki kualitas yang tidak dimiliki oleh penonton.

Analisis *mise-en-scene*



Gambar 3. Scene Estinien bersama naga Vrithra (Yoshida, 2021)



Gambar 4. Scene Link melihat Calamity Moon (Fujibayashi, 2023)

Setting

Jika diperhatikan scene pada gambar 3 dapat dilihat beberapa set yang mencakup nuansa dunia fantasi. Fantasi menurut Dubourg & Baumard (2021) yaitu segala elemen dan makhluk yang berasal dari atau terinspirasi dari cerita tradisional seperti makhluk mistis (naga, manusia *elf*, sihir, *potions*, dan sebagainya). Dapat kita perhatikan ada seekor naga yang sedang berada di belakang Estinien dan sosok karakter Estinien yang menggambarkan seorang manusia *elf* yang ditandai dengan kuping yang panjang dan juga lancip.

Selain memiliki setting bernuansa fantasi, scene pada gambar 3 juga menggambarkan setting yang bertema apocalyptic. Apocalyptic menurut Dubourg & Baumard (2021) merupakan narasi yang terjadi sebelum atau disaat terjadinya perang atau pertempuran berskala besar. Hal ini dapat kita perhatikan di latar belakang dengan adanya meteor berwarna biru jatuh dari langit dan pekatnya asap berwarna hitam disertai dengan adanya warna merah.

Penerapan setting fantasi dan apocalypse pada video game trailer tidak hanya terdapat pada Final Fantasy XIV: Endwalker. Hal serupa dapat dilihat dari video game trailer ke-2 dari video game berjudul The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom yang dikeluarkan oleh Nintendo pada 9 Februari tahun 2023. Scene spesifiknya dapat dilihat pada gambar 4. Nuansa fantasi dapat dilihat dengan karakter Link yang menggambarkan manusia *elf* yaitu dengan kupingnya yang panjang dan lancip. Selain itu setting apocalypse dapat terlihat jelas dengan adanya bulan yang berwarna merah dan suasana yang sangat gelap.

Kostum dan *make-up*

Kostum yang digunakan oleh Estinien (dapat dilihat pada gambar 2) merupakan kostum yang sangat iconic pada franchise Final Fantasy. Karakter yang menggunakan kostum ini biasa disebut dengan Dragon Knight atau Dragoon (FINAL FANTASY Wiki, 2023) dan sangat identik dengan warna yang dominan yaitu warna ungu, bentuk kostum yang menggambarkan nuansa naga dan juga membawa tombak.

Dragoon berasal dari kelas tentara berkuda, yang menggunakan kuda untuk keperluan mobilitas dan kemudian melakukan berperangan di darat (Carman, 1977). Istilah Dragoon didapatkan dari senjata api yang digunakan bernama Dragon. Setelah terjadi perang Napoleonic, kelas tentara berkuda ini diajarkan menggunakan tombak. Penamaan Dragon Knight muncul di Jepang yang umum digunakan pada novel fantasi yang berasal dari barat yang dialih bahasakan ke dalam bahasa Jepang.

Tabel 3. Ketertarikan Penonton Terhadap Fitur Karakter

Aspek Penilaian	Mean Value
Gaya rambut	3,4
Wajah	3,6
Badan	3,8
Kostum	4,3
Aksesoris	3,7
Senjata	4,4

Di samping kostum dan senjata yang digunakan oleh Estinien sangat mencolok, responden juga setuju bahwa fitur yang membuat mereka tertarik terhadap karakter Estinien yaitu terdapat pada kostum dan juga senjatanya. Sehingga, yang menjadi ciri khas seorang karakter Estinien terdapat pada kostum yang dia gunakan dan senjata yang dia bawa. Penonton disaat melihat kostum yang digunakan oleh Estinien menimbulkan persepsi bahwa seorang karakter Estinien terlihat sangat ahli dan kompeten di medan perang.

Pencahayaan (Lighting)

Penggunaan kualitas pencahayaan dari [gambar 3](#) menggunakan hard lighting. Hal ini dapat dilihat dengan jelasnya sudut dari kostum Estinien dan tekstur yang terlihat tajam. Penggunaan *hard lighting* ini digunakan untuk memperlihatkan detail-detail yang sedang terjadi pada fokus dari scene tersebut ([Bordwell, Thompson, & Smith, 2017](#)).

Sumber pencahayaan juga memiliki kualitas dan arah, dan ini bisa dicirikan dengan dari mana sumber pencahayaan itu datang. [Bordwell, Thompson, & Smith \(2017\)](#) menyatakan bahwa setiap karakter yang memiliki peran penting selalu memiliki three-point lighting yang terdiri dari key light, fill light dan backlight-nya masing-masing. Penggunaan *three-point lighting* sangat cocok untuk *high-key lighting*, yakni desain pencahayaan yang menggunakan *fill light* dan *backlight* untuk membuat contrast yang kecil antara area yang terang dan juga gelap. *High-key lighting* biasa digunakan untuk pencahayaan yang memberi kesan waktu seperti siang atau malam. Jika diperhatikan pada [gambar 3](#), dapat dilihat bahwa tiga sumber pencahayaan ini ada sehingga penonton dapat melihat contrast yang sangat jelas antara foreground dan juga *background*. Selain itu, dengan menggunakan *high-key lighting* penonton juga dapat mengetahui bahwa scene ini diambil pada waktu malam hari diindikasikan dengan terlihatnya suasana yang gelap pada *background*. Penggunaan *high-key lighting* berbanding terbalik dengan *low-key lighting* di mana *low-key lighting* digunakan untuk menggambarkan scene yang

suram, mencekam dan terkesan horor ([Bordwell, Thompson, & Smith, 2017](#)).

Penggunaan warna pada pencahayaan juga berperan penting dalam memberikan mood dari scene. Dalam proses pembuatan sinematik media, cahaya yang digunakan sebisa mungkin menggunakan warna putih dan pada *post-production* akan diberikan filter yang menggambarkan mood dari scene yang ditampilkan ([Brown, 2012](#)). Jika kita lihat pada [gambar 3](#), dengan contrast yang tinggi diindikasikan dengan perbedaan warna yang terlihat jelas dan adanya peningkatan *warmth* memberikan kesan bahwa scene ini memberikan makna bahwa karakter Estinien memiliki kesempatan menang dalam pertarungan yang sedang dihadapinya dalam scene tersebut.

Staging: Acting and Performance

Pada aspek ini, akting dan penghayatan dari peran sangatlah penting. *Performance* dari seorang aktor menurut [Bordwell, Thompson, & Smith \(2017\)](#) terdiri atas elemen visual seperti penampilan, gestur dan juga ekspresi wajah. Ekspresi wajahh, gerakan tubuh, hingga cara berjalan memberikan peran penting untuk mengetahui bagaimana personality dari karakter tersebut. Selain itu, dengan menggunakan teknologi motion and performance capture dapat membuat akting dan performance dari karakter terlihat lebih nyata pada animasi. Akting dan performa yang dilakukan oleh karakter Estinien pada [gambar 3](#) memperlihatkan dia sedang mengambil ancang-ancang untuk bertempur. Sehingga dari akting dan performa yang dilakukan oleh Estinien menggambarkan bahwa seorang Estinien merupakan seorang yang berani, cekatan, dan menggambarkan seorang pahlawan.

Kesimpulan yang didapatkan dari analisa *mise-en-scene* terhadap scene pada [gambar 3](#) memperlihatkan bahwa seorang karakter Estinien yang terlihat sebagai seorang pahlawan yang sedang berada di medan pertempuran. Dengan ciri khas menggunakan kostum kesatria naga (Dragoon) dan bantuan kekuatan naga, membuat karakter Estinien terlihat kompeten di medan perang dan tergambarkan seperti *hero*. Hal ini juga telah dideskripsikan pada *video game Final Fantasy Record Keeper* yang ditulis pada halaman website [_\(FINAL FANTASY Wiki, 2023\)](#) yang mengatakan bahwa “seorang Dragoon adalah keturunan dari suatu ras yang memiliki hubungan sangat mendalam dengan naga. Dragoon menggunakan teknik tombak dengan cara melompat ke bawah dari punggung naga untuk menyerang musuh”.

SIMPULAN

Temuan yang didapat dari artikel ini adalah, penerapan *mise-en-scene* yang tepat sangat mempengaruhi persepsi penonton terhadap karakter fiksi yang ditampilkan pada *video game trailer*. Semakin bagus persepsi penonton terhadap suatu karakter, semakin tertarik penonton tersebut untuk mengetahui lebih lanjut karakter fiksi yang ditampilkan. Sehingga dengan adanya ikatan emosional antara penonton dan karakter fiksi membuat keinginan untuk mencoba *video game* tersebut semakin besar. Dengan diterapkannya *mise-en-scene* yang baik dan benar pada *video game trailer*, akan memenuhi peran dari *trailer* tersebut yakni sebagai media promosi dan juga sebagai *transmedia storytelling*. Jika kita melihat fenomena yang terjadi pada kasus *video game Final Fantasy XIV: Endwalker*, hal ini bisa dikatakan wajar dikarenakan *trailer* yang ditampilkan oleh *video game* tersebut telah memenuhi fungsi dari *trailer* itu sendiri.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah *scene* yang dianalisa sebatas *scene* yang paling menggambarkan karakter yang paling disukai oleh responden, yaitu karakter Estinien. Selain itu, dengan sedikitnya literatur atau sumber referensi resmi dari pihak *developer* maupun *publisher* membuat analisa yang mendalam terhadap aspek setting dan kostum yang digunakan oleh karakter Estinien sangat sulit untuk dilakukan sehingga analisa setting dan kostum sebatas interpretasi dari peneliti yang sudah memainkan *video game Final Fantasy* secara keseluruhan sebelumnya. Disamping itu, minimnya penelitian diranah hubungan antara *mise-en-scene* dengan ketertarikan penonton terhadap karakter fiksi membuat penelitian ini masih jauh dari kata lengkap. Untuk kedepannya diharapkan dengan adanya artikel ini, membuat penelitian diranah hubungan antara *mise-en-scene* dengan ketertarikan karakter fiksi semakin dieksplor lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2017). *Film Art: An Introduction 7th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Brown, B. (2012). *Cinematography Theory and Practice 2nd Edition*. Oxford: Elsevier.
- Carman, W. Y. (1977). *Dictionary of Military Uniforms*. United Kingdom: HarperCollins Distribution Services.
- Dubourg, E., & Baumard, N. (2021). Why Imaginary Worlds? The Psychological Foundations and Cultural Evolution of Fictions With Imaginary Worlds. *Behavioral and Brain Sciences*, 1-52. doi: 10.1017/S0140525X21000923.
- FINAL FANTASY Wiki. (2023, Juli 30). *Dragoon (job) | Final Fantasy Wiki | Fandom*. Diambil kembali dari Final Fantasy Wiki | Fandom: [https://finalfantasy.fandom.com/wiki/Dragoon_\(job\)](https://finalfantasy.fandom.com/wiki/Dragoon_(job))
- Fiske, S. T. (2018). Stereotype Content: Warmth and Competence Endure. *Association For Psychological Science*, doi: 10.1177/0963721417738825.
- Fujibayashi, H. (Sutradara). (2023). *The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom – Official Trailer #2* [Gambar Hidup].
- Gibbs, J. (2002). *Mise-En-Scene Film Style and Interpretation*. New York: Columbia University Press.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. New York: NYU Press.
- Hesford, D. (2013). 'Action... Suspense... Emotion!': The Trailer as Cinematic Performance. *Frames Cinema Journal*, Diambil kembali dari Frames Cinema Journal: <http://framescinemajournal.com/article/action-suspense-emotion-the-trailer-as-cinematic-performance/>.
- Hoffner, C. (1996). Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media. Summer 96, Vol. 40, Issue 3*, 389-402. doi: 10.1080/08838159609364360.
- Hoorn, J. F., & Konijin, E. A. (2003). Perceiving and Experiencing Fictional Characters: An Integrative Account. *Japanese Psychological Research Vol 45 No. 4*, 250-268. doi: 10.1111/1468-5884.00225.
- Johnston, K. M. (2009). *Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*. United States of America: McFarland & Company, Inc.
- Johnston, K. M. (2019). Researching Historical Promotional Materials: Towards a New Methodology. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 643-662. doi: 10.1080/01439685.2019.1615293.
- Johnston, K. M., Vollans, E., & Greene, F. L. (2016). Watching the trailer: Researching the film trailer audience. *Participations, Journal of Audience & Reception Studies, Vol. 13, Issue 2*, 56-85. Diambil kembali dari Academia.edu: <https://www.academia.edu/29849063/Watchin>

- g_the_Trailer_Researching_the_Film_Trailer_Audience.
- Kernan, L. (2009). *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers*. Texas: University of Texas Press.
- Konijin, E. A., Bushman, B. J., & Bijvank, M. N. (2007). I Wish I Were a Warrior: The Role of Wishful Identification in the Effects. *Developmental Psychology*, Vol. 43, No. 4, 1038-1044. doi: 10.1037/0012-1649.43.4.1038.
- Lewin, J. E., & Macksey, R. (1997). *Gerard Genette Paratexts Thresholds of Interpretation*. New York: Cambridge University Press.
- Lucas, T. (2020). From Analog to Virtual: Visual Stylizations of Humanoid Character Across Media. *Journal Visual Art & Design*, Vol. 12, No. 1, 38-55. doi: 10.5614/j.vad.2020.12.1.3.
- Makryniotis, T. (2018). Fashion and Costume Design in Electronic Entertainment—Bridging the Gap between Character and Fashion Design. *Fashion Practice, The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, Vol 10, Issue 1, 99-118. doi: 10.1080/17569370.2017.1412595.
- McDonnell, R., Breidt, M., & Bulthoff, H. H. (2012). Render me Real? Investigating the Effect of Render Style on the Perception of Animated Virtual Humans. *ACM Transactions on Graphics*, Vol. 13, No. 4, 1-11. doi: 10.1145/2185520.2185587.
- MMO Population. (2022). *Final Fantasy XIV: A Realm Reborn 5 Year Subscriber Stats Server Population & Player Count*. Dipetik November 17, 2022, dari MMO Population: <https://mmo-population.com/r/ffxiv/stats>
- MMO Population. (2022). *Top MMOs in 2021 Server Population & Player Count*. Retrieved November 17, 2022, from MM Population: <https://mmo-population.com/top/2021>
- Ortega, V. R. (2014). Spoof trailers, hyperlinked spectators & the web. *New Media & Society*, Vol 16, Issue 1, 149-164. doi: 10.1177/1461444813479000.
- Power, P. (2008). Character animation and the embodied mind-brain. *Animation: An Interdisciplinary Journal*, Vol 3, Issue 1, 25-48. doi: 10.1177/1746847708088734.
- Ramasubramanian, S., & Sanders, M. S. (2009). The Good, The Bad, and The Ugly: Exploring The Role Of Emotions In Understanding The Appeal Of Video Game Characters. *American Journal of Media Psychology Vol. 2*, 148-169. Diambil kembali dari Academia.edu: https://www.academia.edu/20996596/The_good_the_bad_and_the_ugly_Exploring_the_role_of_emotions_in_understanding_the_appeal_of_video_game_characters.
- Raney, A. A. (2017). Affective Disposition Theory. Dalam P. Rossler, C. A. Hoffner, & L. v. Zoonen, *The International Encyclopedia of Media Effects* (hal. 1). John Wiley & Sons, Inc.
- Shava, G. N., Tlou, F. N., Hleza, S., & Shonhiwa, S. (2021). Qualitative Content Analysis, Utility, Usability, and Process in Educational Research. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, Vol 5, Issue 7, 553-558. Diambil kembali dari Rsis International: <https://www.rsisinternational.org/journals/ijris/s/Digital-Library/volume-5-issue-7/553-558.pdf>.
- Square Enix. (2021, December 16). *Response to Congestion (as of Dec. 15)*. Diambil kembali dari FINAL FANTASY XIV, The Lodestone: <https://na.finalfantasyxiv.com/lodestone/news/detail/e7388986bc24d5a1337e0beed057f7b5b78b9bb3>
- Square Enix. (2022). *FINAL FANTASY XIV Awards and Nominations*. Diambil kembali dari FINAL FANTASY XIV The Lodestone: <https://na.finalfantasyxiv.com/winning/>
- Square Enix. (2023, Juli 30). *FINAL FANTASY XIV: Endwalker*. Diambil kembali dari FINAL FANTASY XIV: Endwalker | Media: <https://na.finalfantasyxiv.com/endwalker/media/#artworks>
- Svelch, J. (2015). Towards a typology of video game trailers: Between the ludic and the cinematic. *Game, The Italian Journal of Game Studies*, Issue 4, 17-21. Diambil kembali dari Game Journal: https://www.gamejournal.it/svelch_trailers/.
- Svelch, J. (2016). Paratextual Analysis As A Complementary Method Of Research Of Historical Reception Language And National Identity Of Paratexts Of Czech And Foreign Sound Films Screened In 1930 In Czechoslovakia. *Illuminance, The Journal of Film Theory, History and Aesthetics*, 71-88. Diambil kembali dari Illuminance: https://www.iluminace.cz/en/artkey/ilu-201603-0004_paratextual-analysis-as-a

complementary-method-of-research-of-historical-reception-language-and-national-identi.php.

140-147). Springer. doi: 10.1007/978-3-319-12337-0_14.

Svelch, J. (2017). *Paratexts to Non-Linear Media Texts: Paratextuality in Video Game Culture (published doctoral dissertation)*. Charles University, Prague.

Williams, K. A. (2012). Fake and fan film trailers as incarnations of audience anticipation and desire. *Transformative Works and Cultures*, Vol 9, doi: 10.3983/twc.2012.0360.

Vosmeer, M., & Schouten, B. (2014). Interactive Cinema: Engagement and Interaction. *International Conference on Interactive Digital Storytelling* (hal.

Yoshida, N. (Sutradara). (2021). *Final Fantasy XIV: Endwalker Full Trailer* [Gambar Hidup].