

Perancangan Media Collectible Figure Karakter Tokoh Topeng Malangan Sebagai Souvenir Tematik Kesenian Tradisional Kota Malang

Danang Haryo Widigdo dan Sayatman

Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

e-mail: danang14@mhs.prodes.its.ac.id dan *e-mail:* sayatasik@prodes.its.ac.id

Abstrak—Pemerintah Kota Malang menargetkan Malang menjadi destinasi wisata budaya. Sebagai sebuah daerah tujuan wisata sangat erat kaitannya dengan souvenir yang menjadi ciri khas tempat tersebut. Salah satu ikon budaya khas Kota Malang adalah kesenian Topeng Malangan dengan karakter topengnya yang sangat dikenal yaitu: *R. Panji Asmoro Bangun, Dewi Sekar Taji, R. Gunung sari, Dewi Ragil Kuning, Bapang, dan Kelono Sewandono*. Namun souvenir topeng malangan saat ini dalam produksinya masih menggunakan cara manual dan tradisional sehingga stok souvenir tidak menentu jumlahnya. Untuk itu dibutuhkan sebuah pembaruan souvenir dengan teknik produksi yang lebih efisien. Souvenir dengan media *collectible figure* menjadi alternatif yang tepat dan mampu memperkenalkan karakter tokoh topeng secara utuh dan rinci.

Hasil dari perancangan ini adalah souvenir dengan media *collectible figure* karakter tokoh topeng malangan dengan konsep *statue figure*. Teknik produksi dilakukan melalui metode digital dengan pembuatan *molding* untuk mempermudah dan menekan biaya produksi. Metode penelitian dilakukan melalui observasi untuk mendapatkan gambaran langsung setiap karakter topeng malangan dan wawancara dengan pengrajin topeng, praktisi ahli figure. Pendekatan studi komparator dilakukan sebagai acuan untuk melihat sejauh mana produk akan bersaing di pasar dengan produk souvenir lainnya.

Souvenir figure topeng malangan diharapkan menjadi pembaruan souvenir yang menarik wisatawan dan menjadi media pengenalan kesenian tradisional dan karakter lokal yang patut dijaga dan dilestarikan.

Kata Kunci— Souvenir, Malang, Topeng Malangan, Pariwisata, Figure.

I. PENDAHULUAN

JAWA TIMUR menduduki peringkat pertama di Indonesia dengan jumlah 533 warisan budaya tak benda atau The Intangible Heritage). Salah satunya terdapat di Malang, kota Malang juga dikenal sebagai kota pariwisata karena memiliki banyak destinasi wisata yang beraneka ragam, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata edukasi, wisata kuliner dan wisata budaya. Pemkot Kota Malang menargetkan Kota Malang kedepannya dapat menjadi destinasi wisata budaya. Walikota Malang resmi memiliki satu tambahan destinasi baru, yakni pasar topeng polowijen [1]. Tidak hanya pasar topeng saja juga terdapat wisata budaya dengan tema topeng seperti wisata kampung topeng, sanggar topeng malangan

Asmoro Bangun, museum topeng, dan museum pandji.

Salah satu ikon budaya yang ada di Malang adalah kesenian Topeng Malangan. Menurut (Tri Handoyo, 2018) Topeng Malangan mempunyai banyak karakter keseluruhan kurang lebih terdiri dari 76 karakter. Akan tetapi yang dikenal orang hanyalah sebagian, hanya 6 karakter yang umum dipertunjukkan dalam skenario tari wayang topeng malangan yaitu: *R. Panji Asmoro Bangun, Dewi Sekar Taji, R. Gunung sari, Dewi Ragil Kuning, Bapang, dan Kelono Sewandono*.

Seiring berkembangnya jaman kendati kota Malang yang mempunyai sejarah budaya yang panjang dan beragam memiliki potensi yang tinggi dapat dilihat dari segi melonjaknya jumlah wisatawan kota Malang pada tahun ke tahun. Sepanjang 2018 ini ada sebanyak 15.034 turis mancanegara dan wisatawan lokalnya ada sebanyak 4,8 juta orang. Angka tersebut mengalami peningkatan yang cukup besar dibanding tahun 2017 lalu tercatat wisatawan mancanegara sebanyak 12.456 orang, sementara wisatawan domestik sebanyak 4,3 juta orang. Angka kunjungan wisatawan di Kota Malang terus mengalami peningkatan sejak tahun 2014 lalu. Pada tahun 2014 lalu, wisatawan mancanegara ada sebanyak 6.025 orang dan wisatawan domestik sebanyak 2,4 juta orang, selanjutnya pada tahun 2015 wisatawan mancanegara ada sebanyak 8.754 orang dan wisatawan domestik sebanyak 3,3 juta orang dan pada tahun 2016 wisatawan mancanegara ada sebanyak 8.754 orang dan wisatawan domestik sebanyak 3,9 juta orang sebanyak 9.535 orang [2].

Menanggapi lonjakan wisatawan kota Malang yang mengalami peningkatan tajam kota Malang terus berupaya mengembangkan sektor pariwisatanya salah satunya melalui media souvenir. Menurut (Edi Widodo, 2018) Souvenir topeng malangan dalam produksinya masih menggunakan cara tradisional dimana stok souvenir tersebut tidak menentu jumlahnya. Maka dari itu dibutuhkan adanya sebuah pembaruan souvenir yang dapat memperkenalkan karakter lokal tokoh topeng malangan secara utuh dan rinci.

Pada awalnya figure dibuat hanya untuk pasaran anak-anak saja. Kemudian action figure telah berkembang menjadi sebuah tren barang koleksi bagi para kolektor dewasa dan telah diproduksi secara spesifik untuk orang dewasa. Pesatnya pasar figure mulai muncul perusahaan baru yang bergerak dibidang figure seperti McFarlane Toys, NECA, Hot

Toys Limited, dan Bandai.

Permintaan konsumen telah membuat sektor ini menjadi bisnis yang sangat menjajikan terbukti di Indonesia sendiri terdapat wadah yang dapat menampung toys desainer untuk memasarkan produknya terdapat sebuah acara tahunan The Jakarta Toys & Comic fair 2019, yang merupakan pameran mainan dan komik terbesar di Indonesia.

Hasil akhir dari perancangan ini adalah souvenir dengan media collectible figure karakter tokoh topeng malangan dengan konsep statue figure, full badan dengan pose khas setiap karakter. Diproduksi menggunakan teknik digital dan pembuatan molding guna mempermudah dan menekan biaya produksi. Souvenir figure topeng malangan diharapkan menjadi pembaruan souvenir yang menarik wisatawan dan menjadi media pengenalan kesenian tradisional dan karakter lokal yang patut dijaga dan dilestarikan.

A. Identifikasi Masalah

1. Potensi kesenian topeng Malangan belum sepenuhnya di kelola dengan maksimal.
2. Dengan munculnya destinasi wisata budaya baru menjadi peluang besar adanya pembaruan souvenir topeng malangan sekaligus sebagai ajang promosi.
3. Souvenir topeng malangan dalam produksinya masih menggunakan cara tradisional dimana stok souvenir tersebut tidak menentu jumlahnya.

B. Rumusan Masalah

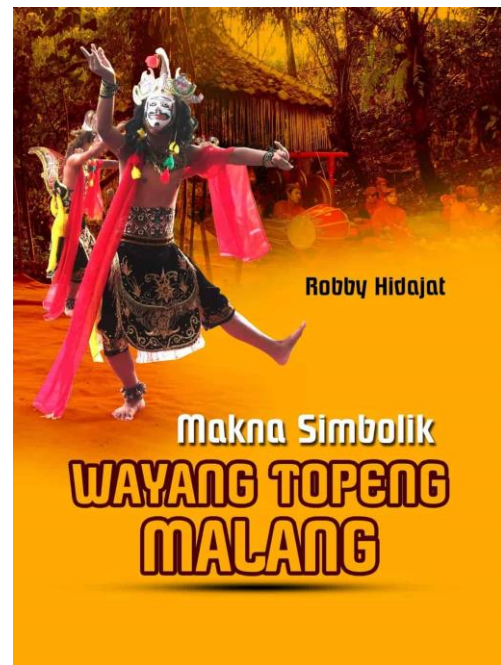
Bagaimana Merancang Pembaruan souvenir dengan media collectible figure karakter topeng malangan yang dapat diproduksi secara efektif dan efisien serta dapat mengenalkan ikon budaya kota malang yaitu topeng malangan ?

C. Batasan Masalah

1. Perancangan desain figure yang akan dibuat harus bisa diproduksi secara semi masal atau dapat diproduksi dalam jumlah tertentu.
2. Studi lokasi penelitian adalah Sanggar Asmorobangun kota malang.
3. Figure karakter topeng malangan diperuntukan sebagai kebutuhan souvenir untuk wisatawan, sekarang banyak perusahaan membutuhkan souvenir dalam bentuk corporate merchandise atau corporate gift yang difungsikan sebagai strategi pemasaran suatu perusahaan untuk membangun hubungan relasi dengan mitranya.
4. Desain figure karakter topeng malangan terdiri dari 2 jenis alternaif desain yaitu figure dengan ukuran kecil dan ukuran besar.
5. Untuk masing-masing jenis figure penulis membatasi hanya 3 karakter topeng malangan dikarenakan keterbatasan waktu dan 3 karakter tersebut termasuk karakter utama yang sering dipentaskan dalam drama tari topeng malangan. Yaitu: R. Panji Asmoro Bangun, Bapang, dan Kelono Sewandana.

D. Tujuan

1. Merancang pembaruan desain souvenir figure karakter tokoh topeng malangan yang dapat diproduksi secara



Gambar 1. Buku Makna Simbolik Wayang Topeng Malangan (Sumber: <http://studiotari.blogspot.com>)



Gambar 2. miniatur penari gandrung (Sumber: <http://www.google.com>)

semi masal dan sekaligus mengangkat kesenian tradisional kota malang.

2. Mengangkat karakter lokal yaitu karakter topeng malangan sebagai obyek desain.

3. Memperkuat potensi kesenian traditional topeng malangan melalui desain souvenir yang dirancang.
4. Dapat menjadi strategi pemasaran perusahaan yang efektif penggunaan souvenir dalam bentuk corporate merchandise.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Studi Souvenir atau Cendera Mata*

Studi mengenai souvenir secara umum mulai dari definisi souvenir, klasifikasi souvenir, dan kriteria souvenir. yaitu:

- a. Menunjukkan ciri khas daerah
- b. Memiliki keunikan dan daya tarik
- c. Memiliki nilai jual
- d. Kualitas mutu dan bahan yang baik

B. *Studi Figure*

Studi figure membahas mengenai definisi figure secara umum kemudian membahas poin-poin mengenai figur seperti: jenis-jenis figure seperti: klasifikasi figure berdasarkan artikulasi, ukuran, material, dan dimensi figure[3]. diperkirakan jenis figure yang dipakai untuk figure topeng malangan yaitu jenis figure *Fixed Figure*, klasifikasi berdasarkan artikulasinya adalah *Resin Statue / Bust*, kemudian material yang nantinya akan dipakai ada 2 jenis yaitu menggunakan *Vinyl (PVC)* dan *Resin*. Dan untuk dimensi produknya menggunakan ukuran 12 inch dan 4 inch.

C. *Studi Topeng Malangan*

Studi ini mencakup tentang kesenian tradisional topeng malangan secara umum, serta membahas ciri khas topeng malangan mulai dari bentuk topeng hingga warna topeng. Kemudian membahas keseluruhan jumlah karakter topeng malangan, total karakter topeng malangan keseluruhan kurang lebih terdiri dari 76 karakter. Namun yang dikenal orang hanyalah 6 karakter utama antara lain: *R. Panji Asmoro Bangun, Dewi Sekar Taji, R. Gunung sari, Dewi Ragil Kuning, Bapang, dan Kelono Sewandono* [4]

D. *Studi Eksisting*

Studi Eksisting yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

- Buku Makna simbolik wayang topeng malang, Robby Hidayat. Buku ini mengupas tuntas kesenian tradisional topeng malangan baik dari sejarah, persebaran, pelaku, dan makna simbolik yang terkandung dalam kesenian topeng malangan, hingga kisah yang diangkat dalam skenario pertunjukan topeng malangan.

- *Studi Kompetitor yang digunakan dalam perancangan ini adalah:*

1. Miniatur Penari Gandrung Banyuwangi

Miniatur penari gandrung merupakan salah satu cinderamata khas banyuwangi yang bertemakan budaya yaitu kesenian tari gandrung. Boneka ini menampilkan sosok miniatur penari gandrung lengkap dengan seluruh pakaian adatnya. Dilihat miniatur ini menggunakan skala 1:6 atau tingginya setara dengan 12 cm.



Gambar 3. Gatot Kaca Figure
(Sumber: <http://harrymart.com/works/>)



Gambar 4. Figure Goodguysneverwin.Co
(Sumber: <https://www.facebook.com/goodguysneverwintoyco/>)

- Studi Komparator yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

1. Harry Martawijaya Custom Figure

Harry martawijaya merupakan sculptor lokal yang memproduksi custom action figure dengan tokoh-tokoh dalam negeri seperti wayang dan karakter fiksi asli indonesia lainnya. Mengerjakan custom action figure dimana action figure yang sudah beredar di pasaran dirombak untuk menjadi action figure khas indonesia dengan detail yang baik. Kekurangan dari figure ini adalah masih menggunakan figure pabrikan.

2. GOODGUYSNEVERWIN.CO

Sebagai referensi produk, diambil contoh produk lokal yang membuat figure yang mengangkat tema kearifan lokal Indonesia yaitu Goodguysneverwin & Co. yang kerap membuat figure tokoh khas lokal seperti Setan lokal, G.I Jojek, figure pahlawan seperti soekarno, dll.

Nilai plus dari Goodguysneverwin & Co adalah pembuatan karakter figure lokal yang dekat dengan kehidupan sekitar, mengeluarkan karakter berdasarkan isu-isu yang sedang kontroversial yang menjadi kekurangan dari produk GGNW adalah dilihat dari kualitas figurenya adalah kurang detail nya pada figure.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

a. Observasi dan dokumentasi

Observasi dilakukan oleh penulis langsung di kawasan sanggar Asmorobangun, malang. dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran langsung keadaan sanggar, kemudian memperdalam setiap karakter topeng malangan beserta atribut yang dipakai, dan pembuatan souvenir yang ada di sanggar Asmorobangun tersebut.

b. Depth Interview

Depth Interview dilakukan dengan berbagai narasumber yang terkait dengan subjek perancangan yaitu topeng malangan:

1. Depth Interview dengan bapak Tri Handoyo selaku ketua Sanggar Asmorobangun. Wawancara dilakukan untuk mencari data terkait profil sanggar asmorobangun, fenomena identitas visual, sistem pengelolaan, program dan kegiatan sanggar, masalah atau kendala dari sanggar asmorobangun.
2. Depth Interview dengan bapak Edi Widodo selaku pengrajin souvenir topeng di Sanggar Asmorobangun. Wawancara dilakukan untuk menggali makna Simbolik dan arti dari jenis karakter yang topeng malangan, Jumlah total karakter topeng malangan dan karakter mana saja yang sering ada dalam pentas topeng malangan, Kostum dan atribut yang digunakan oleh penari topeng malangan, Pose atau gerakan dasar penari topeng malangan.
3. Depth Interview dengan bapak Aji Tricahyono (Soulart Studio) selaku pemilik Studio Soulart. Wawancara dilakukan untuk Untuk mengetahui detail figure, teknik pembuatan, material yang digunakan, dan teknik yang dipakai untuk membuat sebuah figure.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan riset data yang akan diolah dan disusun menjadi konten perancangan souvenir figure topeng malangan.

- a. Literatur dan jurnal yang terkait dengan kesenian topeng malangan.
- b. Artikel atau berita yang jelas dan terpercaya yang berkaitan dengan perancangan topeng malangan.
- c. Studi eksiting berbentuk seperti buku Wayang Topeng Malangan dan studi eksisting berbentuk figure yang serupa baik dari segi tujuan dibuatnya produk tersebut hingga teknis yang digunakan dalam pembuatannya.

IV. KONSEP DESAIN

A. Target Audiens

1. Demografis Segmentasi

Dalam perancangan ini target audiens yang disasar dalam perancangan souvenir collectible figure topeng malangan adalah sebagai berikut:

- a. Usia : usia 18 – 25 tahun
- b. Jenis Kelamin : seimbang antara laki-laki dan perempuan



Gambar 5. Logo Ajerrupa

- c. Domisili : domestik dan mancanegara
- d. Penghasilan perbulan : ± Rp 500.000–Rp 5.000.000 perbulan
- e. Pendidikan terakhir : SMA, D3, S1
- f. Pekerjaan : pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta, dll

2. Geografis Segmentasi

Souvenir collectible figure ini untuk sementara akan dipasarkan di daerah malang pada toko khusus souvenir.

3. Psikografis Segmentasi

1. Suka akan karya seni dan budaya.
2. Suka berkumpul bersama teman saat waktu luang.
3. Senang dengan pop culture.
4. Kolektor mainan.

B. Konsep Elemen Visual

• Merk

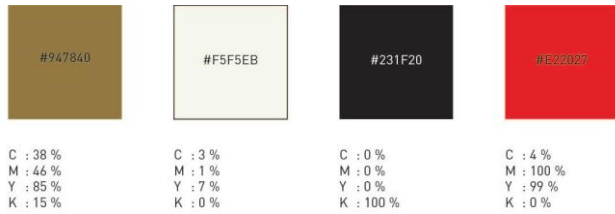
Merk brand souvenir figure topeng malangan adalah Ajerrupa diambil dari bahasa sansekerta yang artinya “rupa yang mencair”. Terdapat 2 logo primary dan secondary. DNA ajerrupa sendiri diambil dari 3 unsur: purity, Worship, dan Dualism.

• Warna

Pemilihan warna yang digunakan adalah warna yang berorientasi terhadap budaya jawa yang sangat kental. Bertujuan agar brand image Ajerrupa dapat langsung terekam sebagai brand yang berakar dari akar budaya yang kental dan sakral.

• Elemen Visual

Elemen visual berupa ilustrasi 3 karakter topeng malangan, dengan gaya ilustrasi flat design, pemilihan warna yang tegas dan beroutline. Berikut karakteristiknya yaitu: Bapang, Klono dan Panji asmorobangun. Elemen visual ini dapat



Gambar 6. Warna Ajerrupa



Gambar 7. Ilustrasi Ajerrupa: Bapang, Klono, Panji Asmorobangun



Gambar 9. Kemasan Figure ukuran kecil



Gambar 10. Kemasan Figure ukuran besar

Lydian Baskerville

Aa Vv Rr
0123456789

Aa Vv Rr
0123456789

Gambar 8. Font

diaplikasikan ke media pendukung lainnya seperti poster dan kemasan.

• Font

Tipografi yang digunakan pada perancangan figure topeng malangan berjenis Caligrafi dan Sans serif. Pemilihan font tersebut dimaksudkan agar image Ajerrupa sebagai brand yang berakar budaya semakin kuat.

C. Konsep Figure

Penulis mengadoptasi jenis figure yaitu statue figure. statue figure merupakan figure yang tidak menggunakan artikulasi sendi dan dikombinasikan dengan sistem bongkar pasang guna ada interaksi yang antara figure dengan pembeli.



D. Konsep Kemasan

Kemasan yang dirancang baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama prosuk yang dihadapi pembeli dan mampu menjadi alat pertimbangan pembeli untuk membeli sebuah produk tersebut atau tidak. Berikut adalah konsep elemen kemasan collectible figure topeng malangan:

• Konsep Produk 1 (small size)

a. Ukuran

Untuk kemasan produk untuk figure small size menggunakan kemasan jenis blister. Dimensi kemasannya adalah 21 cm x 14 cm.

b. Material

Untuk kemasan produk untuk figure small size menggunakan material karton dan blister plastik.

d. Design Prototype

• Konsep Produk 2 (big size)

a. Ukuran

Untuk kemasan produk untuk limited product menggunakan kemasan jenis box. Dimensi kemasan adalah 30 cm x 10 cm.

b. Material

Untuk kemasan produk untuk limited product menggunakan material karton box dan mika plastic.

d. Design Prototype



Gambar 11. Sketsa Proporsi



Gambar 12. Modeling 3D



Gambar 13. Hasil 3D print



Gambar 14. Traditional Modeling



Gambar 15. Molding



Gambar 16. Casting



Gambar 17. Pengecatan

V. PROSES DAN IMPLEMENTASI DESAIN

A. Proses Desain

1. Proses sketsa dan digitalisasi

Dalam membuat bentukan model orang dengan sketsa proporsi bentuk badan sesuai dengan tiap karakter. tampak samping, tampak depan dan tampak belakang yang nantinya akan didigitalisasi ke dalam bentukan 3D.

2. Traditional Modeling

3D printer adalah salah satu alat yang dapat mempermudah proses manufacturing. Dimana 3D print dapat membuat sebuah objek 3D dari sebuah software menjadi benda fisik yang dapat dipegang.

Berdasarkan hasil cetak 3D Print dapat disimpulkan bahwa terdapat kekurangan dalam media 3D Print ini terkadang masih banyak filamen yang kurang rapi, perlu diperhatikan juga dari bentuk 3D model kita apakah sudah cukup rapi untuk di print nantinya.

3. Traditional Modeling

Dalam proses traditional modeling menggunakan bahan epoclay dan bahan campuran resin dengan dempul.

4. Molding & Casting

Kemudian masuk ke dalam tahap pembuatan cetakan figure. pembuatan cetakan atau molding merupakan salah satu cara yang efisien untuk menekan biaya produksi.

bahan yang digunakan dalam pembuatan cetakan master model figure adalah:

- Silicone rubber RTV-48 1kg & hardener.
- Serat Fiberglass
- Resin jenis SHCP beserta katalis.
- Malam atau tanah liat

Setelah cetakan sudah jadi kemudian masuk dala tahap casting setiap bagian part master model. Menggunakan bahan resin SHCP atau resin 108.

5. Pengecatan

Masuk dalam tahap pengecatan setelah semua elemen figure seperti proporsi badan, style pakaian, serta atribut



Gambar 18. Implementasi Desain Figure Panji Asmrobangun



Gambar 20. Implementasi Desain Bapang



Gambar 19. Implementasi Desain Figure Klana Swandana



Gambar 21. Implementasi Kemasan Box



Gambar 22. Implementasi Kemasan Blister

sudah lengkap, tahap pengecatan dibagi menjadi 3 tahap yaitu:

- Pendempulan
- Epoxy / Cat dasar
- Pengecatan

B. Implementasi Desain

Berikut adalah hasil implementasi desain collectible figure karakter topeng malangan:

- Raden Panji Asmrobangun

Karakter Raden Panji Asmrobangun dengan warna khasnya menggunakan warna hijau, beserta pose dan style pakaian dan aksesorisnya yaitu: topeng, kuluk / irah-raham, kace, kelat bahu, sabuk & stagen, gelang poros, pedangan & rapek, keris, celana, selendang, dan gongseng.

- Klono Swandana

Karakter Raja Sabrang atau Klono Swandana dengan warna khasnya menggunakan warna merah, beserta pose dan style pakaian dan aksesorisnya yaitu: topeng, kuluk / irah-raham, kace, kelat bahu, sabuk & stagen, gelang poros, pedangan & rapek, keris, celana, selendang, gongseng dan sayap.

- Bapang Jaya Swantika

Karakter Sabrang atau Bapang Jaya Santika dengan warna khasnya menggunkan warna merah, beserta pose dan style pakaian dan aksesorisnya yaitu: topeng, kuluk / irah-raham, kace, kelat bahu, sabuk & stagen, gelang poros, pedangan & rapek, keris, celana, selendang, gongseng.

- Figure Beserta Packaging (box)

Adapun bisa dilihat dari pada gambar 21. Maka didapatkan hasil dari gambar tersebut.

- Figure Beserta Packaging (blister)

Sedangkan bila packaging ini, bisa dilihat pada gambar 22. Maka bisa dilihat dari gambar tersebut.

VI. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Perancangan media collectible figure karakter topeng malangan sebagai sebagai souvenir tematik kesenian tradisional kota malang, telah didapat beberapa kesimpulan yaitu :

- Pembuatan karakter untuk sebuah collectible figure yang bertema tentang kesenian lokal indonesia yaitu topeng malangan yang membutuhkan analisa proporsi, gerak khas setiap karakter, atribut tari topeng malangan, serta filosofi dan sejarah tentang tari topeng malangan.
- Pengetahuan masyarakat mengenai karakter topeng malangan belum terlalu besar, namun pasar figure sendiri memiliki potensi yang cukup besar.
- Untuk pembuatan figure diperlukan master figure yang nantinya akan di duplikasi dan di produksi secara masal dengan cara pembuatan cetakan.
- Untuk souvenir pembuatan figure perlu adanya daya penarik baik desain atau cara penyajiannya.
- Untuk menghemat waktu dan tenaga teknologi 3D print sangat cocok dipakai namun untuk base model saja dikarenakan produksi untuk mencetak di 3D print membutuhkan dana yang tidak sedikit.
- Untuk pembuatan master figure menggunakan gabungan cara antara digital dan traditional. Untuk pembuatan base model manusia menggunakan software digital dan dicetak 3d print kemudian penambahan detail atribut menggunakan traditional sculpture.
- Ada 2 jenis souvenir yang nantinya akan di produksi yaitu figure dengan ukuran besar dan figure dengan ukuran kecil perlu mempertimbangkan harga yang tepat untuk masing-masing produk tersebut agar diterima oleh masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang sudah dilakukan, terdapat saran-saran sebagai berikut:

- Dengan pengetahuan masyarakat yang belum terlalu besar mengenai karakter topeng malangan perlu ditambahkan story telling berupa penjelasan dan ilustrasi agar calon

pembeli teredukasi dan lebih mengenal lebih dalam setiap karakter topeng malangan

- Untuk media collectible figure karakter topeng malangan dapat dikembangkan melalui kerja sama dengan instansi / perusahaan untuk menjadi produk corporate merchandise.
- Untuk keperluan corporate merchandise perlu ditambahkan produk dengan kemasan yang tidak terlalu memakan tempat.
- Penyesuaian sasaran media dengan mempertimbangkan konten yang akan disampaikan baik dari tujuan dan visual yang akan disampaikan.
- Pengembangan media dapat dilakukan berdasarkan potensi dan peluang sejauh mana figure ini sesuai dengan tren yang ada dan dapat mempertahankan identitas asli dari kota malang ini yaitu kesenian tradisional.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Pasar Topeng Jadi Destinasi Baru di Malang | Republika Online." [Online]. Available: <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/07/31/pcq3yc335-pasar-topeng-jadi-destinasi-baru-di-malangt>. [Accessed: 20-Jan-2020].
- [2] "Sepanjang Tahun Ini, 5 Juta Turis Datang ke Malang." [Online]. Available: <https://www.jawapos.com/jpg-today/30/12/2018/5-juta-wisatawan-berkunjung-ke-malang-selama-2018/>. [Accessed: 20-Jan-2020].
- [3] "The Scoop on Action Figure Size Scales." [Online]. Available: <https://www.thesprucecrafts.com/the-scoop-on-action-figure-size-scales-17899>. [Accessed: 20-Jan-2020].
- [4] R. H.-M. S. P. Gemilang and undefined 2015, "Makna Simbolik Wayang Topeng Malang."