

Perancangan *Motion Comic* dengan Tema Tokoh Pewayangan Jawa ‘Punakawan’ Sebagai Media Pengenalan Warisan Budaya Indonesia

Kintan Putri Ramadhania Irenanda dan Bambang Mardiono Soewito
Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)
e-mail: bemardiono@gmail.com

Abstrak—Punakawan adalah salah penokohan pewayangan yang memiliki cerita yang menarik, lucu dan memiliki banyak filosofi yang dapat diterapkan dalam kehidupan. Punakawan terdiri dari empat tokoh dengan karakter dengan ciri khas yang berbeda-beda yaitu Semar, Petruk, Bagong dan Gareng. Perancangan ini bertujuan untuk mengenalkan warisan budaya Indonesia khususnya seni pewayangan Punakawan dengan menggunakan media *motion comic*. *Motion comic* menyuguhkan pengalaman baru sebagai media alternatif pengenalan budaya karena memiliki pengalaman audio dan visual yang berbeda dibanding dengan media konvensional yang pernah digunakan sebelumnya. Metode yang akan dilakukan dalam perancangan ini memiliki beberapa tahapan. Yaitu dengan metode studi kualitatif yaitu dengan studi literatur dan studi eksisting sebagai metode untuk mendapatkan informasi dan data perancangan. Studi kuantitatif yang dilakukan yaitu *depth interview* bersama expert dibidang pewayangan dan komik, serta studi eksperimental untuk tahapan perancangan konsep desain. Setelah tahapan riset selesai, perancangan dilanjutkan dengan proses produksi *motion comic* yang akan dibagi dalam tiga bagian yaitu, pra-produksi, produksi dan post- produksi. Setelah hasil selesai, dilakukan post-test kepada target audience untuk mencari dampak dan opportunity dari adaptasi kesenian wayang ‘Punakawan’ menjadi *motion comic*. Hasil luaran perancangan ini adalah *motion comic* dengan durasi maksimal 6 menit sesuai cerita kesenian pewayangan punakawan. *Motion comic* ini diadaptasi melalui gaya semi realis, dengan format gambar komik, dan gerakan animasi cut out. Gaya adegan yang mengkombinasikan gambar komik dengan audio yang otentik memberikan impresi yang fresh dan baru dalam menyaksikan pertunjukan wayang yang diharapkan dapat memberikan media alternatif sebagai upaya pengenalan warisan budaya Indonesia, khususnya kesenian pewayangan ‘Punakawan’ sehingga lebih dikenal oleh generasi muda sekarang ini.

Kata Kunci—*Motion comic*, Pengenalan Budaya, Pewayangan Punakawan.

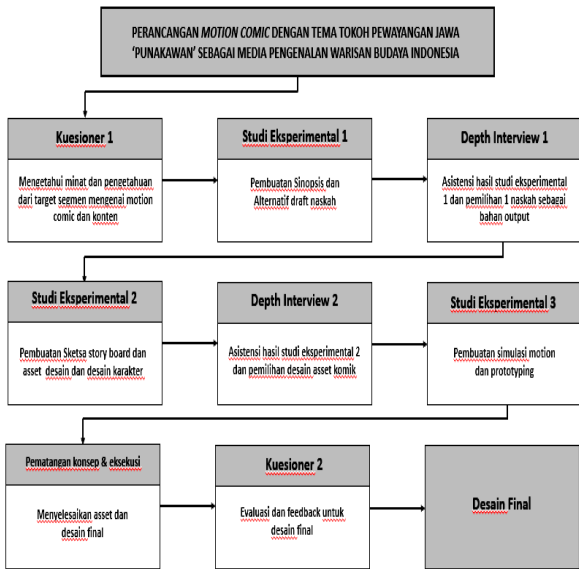
I. PENDAHULUAN

KESENIAN wayang kulit Indonesia diresmikan oleh Organisasi dunia yaitu UNESCO kedalam daftar Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity pada 7 Nopember 2003 sebagai salah satu warisan budaya dunia. Wayang merupakan salah satu karya seni budaya bangsa Indonesia yang paling menonjol diantara banyak karya seni lainnya. Wayang terus berkembang dari zaman ke zaman, yang merupakan salah satu media penerangan, dakwah, pendidikan, pemahaman filsafat serta hiburan[1]. Dalam pertunjukan pewayangan tidak terlepas adanya tokoh Punakawan, Tokoh Punakawan sendiri adalah manivestasi

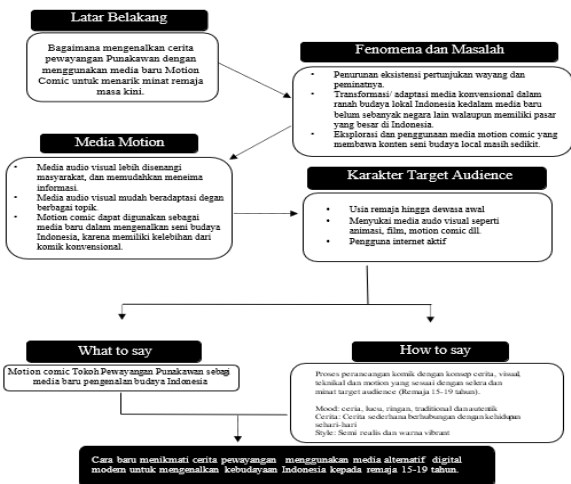
dari beberapa bentuk karakter manusia yang banyak mempunyai nilai – nilai falsafah yang menyiratkan tentang karakter perlakuan dan perbuatan manusia.

Berdasarkan Nur Khafido, moral remaja dari tahun ketahun terus mengalami penurunan kualitas atau degradasi. Degradasi moral pada remaja seakan luput dari pengamatan dan terus berkembang. Dimana remaja adalah calon generasi penerus bangsa yang diharapkan dapat membangun dan memajukan karakter bangsa. Pada kenyataannya, arus globalisasi yang masuk ke Indonesia berdampak pada pola pikir dan gaya hidup remaja[2]. Dari contoh banyaknya kasus degradasi moral pada remaja, khususnya remaja usia 15-19 tahun. Punakawan memiliki nilai yang cocok untuk ditanamkan kepada remaja sebagai salah satu media alternative pendukung pendidikan karakter remaja di Indonesia. Punakawan terdiri dari empat tokoh yang memiliki karakter yang kuat dan berbeda-beda serta memiliki ciri khas masing-masing yaitu Semar, Petruk, Gareng dan Bagong. Punakawan selalu membawakan cerita dengan cara yang berbeda, biasanya cerita yang mengandung topik kehidupan manusia sehari-hari dengan sindiran yang dikemas dengan gelak tawa (humor) yang diperkuat dengan pembawaan masing-masing tokoh yang khas.

Sekarang, Punakawan sudah banyak disajikan dengan berbagai macam media hiburan seperti acara televisi, buku narasi, dongeng, ilustrasi dan komik. Komik sendiri dinilai sebagai media yang menarik untuk menyampaikan cerita, informasi dan propaganda, hingga sarana pembelajaran, sebagai refleksi pemikiran atau ideologi, sekaligus sebagai media hiburan yang mudah dinikmati dan melampaui batas usia. Berdasarkan data kualitatif dari kuesioner terhadap target audience, mayoritas remaja usia 15-19 tahun remaja membaca komik dan menyukai komik. Genre yang paling diminati adalah genre komedi dan slice of life (kehidupan sehari-hari). Saat ini komik sudah banyak dijumpai dengan berbagai macam media, ada komik konvensional (cetak) dan komik digital yang sedang booming di era modern seperti ini. Berdasarkan data kualitatif kuesioner, remaja usia 15-19 tahun menggunakan Handphone/Laptop dan perangkat digital lainnya sebagai media yang paling mereka gunakan sehari-hari. Remaja usia 15-19 tahun lebih tertarik menonton *motion/animasi* dibandingkan dengan membaca, dibuktikan dengan mayoritas remaja 15-19 tahun aktif menggunakan Youtube dan menggunakan Youtube setiap hari. Dilihat dari kebiasaan masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet berdasarkan data dari Hootsuite (We are Social) sekitar 88% masyarakat Indonesia menggunakan Youtube



Gambar 1. Diagram Perancangan.



Gambar 2. Diagram Konsep.

sebagai media paling banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Seiring dengan perkembangan teknologi, komik dikemas dengan berbagai bentuk, ada yang berbentuk konvensional (cetak/buku), ada juga yang bertransformasi dalam format digital. Salah satunya motion comic, yakni sebuah alternatif media baru yang merupakan perpaduan dari komik digital dan motion graphic. Motion comic memiliki kelebihan menyampaikan informasi dengan lebih menarik karena didukung dengan efek visual dan efek suara yang tidak didapat pada media komik konvensional.

Punakawan cocok disajikan menjadi media motion comic karena memiliki cerita yang lucu dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Segala aspek budaya dan nilai dapat ditonjolkan dengan efek audio visual menggunakan media motion comic mulai dari karakter tokoh hingga suasana yang dibangun sehingga audience dapat menikmati cerita dengan pengalaman yang lebih baik, dibandingkan dengan pertunjukan wayang konvensional, komik dan cerita pendek biasa. Karena dengan motion comic audience dapat mendengar cerita berupa dialog, visualisasi yang dibangun penulis melalui ekspresi tokoh melalui gambar yang disajikan dengan efek visual yang menggunakan teknik motion graphic

Tabel 1.
Konsep *motion comic*

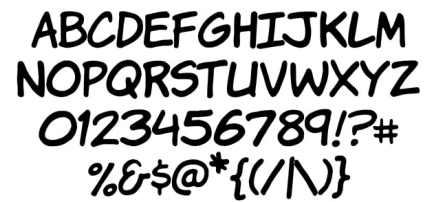
Judul komik	Sekawan Punakawan
Durasi	3-6 menit (setiap episode)
Bahasa	Indonesia
Format	Video Youtube

Tabel 2.
Konsep cerita setiap episode

Episode 1	Buah Ajaib
Episode 2	Sakit jadi Bisnis
Episode 3	Gara-gara Kambing

Tabel 3.
Tipografi

Nama font	Komika hands
Family font	Komika Font Family
Sumber	Dafont.com



Gambar 3. Tipografi.



Gambar 4. Semar.

dan efek suara. Berdasarkan data remaja usia 15-19 tahun mengaku kurang tertarik dengan konten budaya dan sejarah Indonesia karena hal-hal seperti itu dinilai identik dengan pertunjukan konvensional yang kuno di era modern ini.

Dengan dirancangnya motion comic Punakawan ini banyak remaja usia 15-19 tahun yang merasa tertarik jika nanti kisah sejarah dan budaya Indonesia seperti Punakawan disajikan dengan media alternative baru seperti motion comic, sebagai salah satu media alternatif pengenalan dan pendekatan kepada remaja 15-19 tahun sehingga diharapkan dengan adanya media alternatif untuk penyajian cerita pewayangan Punakawan tentunya bisa menjadi upaya baru untuk mengenalkan dan melestarikan kebudayaan Indonesia. Terutama kisah pewayangan Punakawan dengan nilai-nilai pendidikan karakter di setiap cerita yang dibawakan, diharapkan juga menjadi salah satu alternatif media pendidikan karakter selain melalui pendidikan formal di sekolah maupun di rumah.



Gambar 5. Gareng.



Gambar 6. Petruk



Gambar 7. Bagong.



Gambar 8. Batara Guru.



Gambar 9. Sketsa Storyboard.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Desain Terdahulu

Berikut adalah analisis aspek-aspek yang dianggap penting dari beberapa judul motion comic dan motion graphic yang telah diterbitkan di platform Youtube, Analisa yang dilakukan adalah Analisa kelebihan visual dan teknikal dari desain terdahulu untuk dijadikan sebagai acuan dalam mengerjakan perancangan.

1) Warner Bros. Entertainment: *I Am Legend Animated Comic*

Komik ini berhasil membangun mood yang ditonjolkan cerita, dengan gaya gerak overlay yang dinamis, ditambah dengan ilustrasi dan mood warna yang berhasil memberikan efek serius dan mencekam. Motion comic in juga berhasil

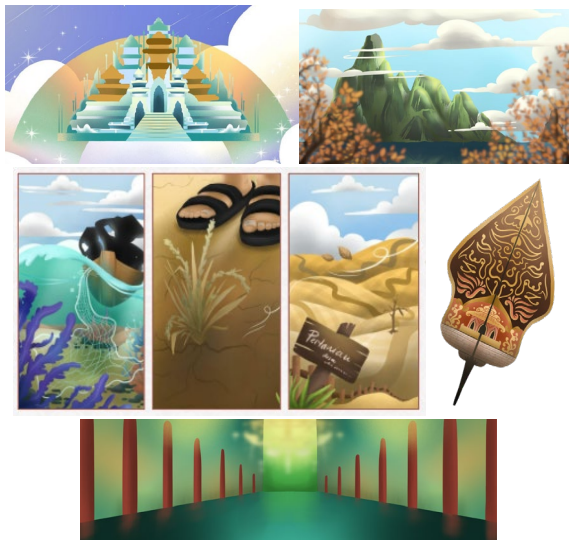
men-highlight adegan tertentu dengan gerakan slow motion dan juga penonjolan warna yang berbeda.

2) *The Epic Adventure of Pepper & Carrot Motion Comic Book*

Komik ini menggunakan gaya paneling yang unik, sehingga masih menonjolkan visual khas dari komik konvensional. Selain menggunakan panel, komik ini juga tetap menggunakan balon kata untuk membangun suasana seara verbal. Ilustrasi dari komik juga menggunakan warna cerah dengan gaya semi realis yang detil dan kontras namun tetap enak dilihat.

3) *Ted Ed Animation: The rise and fall of the Mongol Empire*

Video motion eksplanasi ini menggunakan gaya gambar yang unik, dengan corak warna yang menarik dan tetap memiliki detil yang kuat untuk menonjolkan masing-masing era dan tokoh. Komposisi layout ilustrasi yang unik dan menarik untuk menonjolkan adegan tertentu.



Gambar 10. Desain lingkungan.



Gambar 11. Desain final thumbnail.

B. Tinjauan Pustaka Konten

Perancangan ini menggunakan beberapa sumber sebagai acuan utama perwatakan tokoh, konten cerita dan juga visualisasi dari ciri-ciri fisik tokoh yang menonjol dalam komik. Berdasarkan beberapa konten pagelaran wayang oleh Ki Seno Nugroho di Youtube dan beberapa literatur dalam Ensiklopedia Pewayangan Indonesia[3]. dapat disimpulkan bahwa Punakawan memiliki sifat yang menonjol satu sama lain. Masing-masing sifat itu mengipretasikan sifat-sifat manusia yang ditonjolkan di setiap cerita yang berbeda-beda. Setiap cerita memiliki nilai yang menyinggung kehidupan masyarakat sehari-hari yang dibawakan secara sarkas yang dibalut dengan humor.

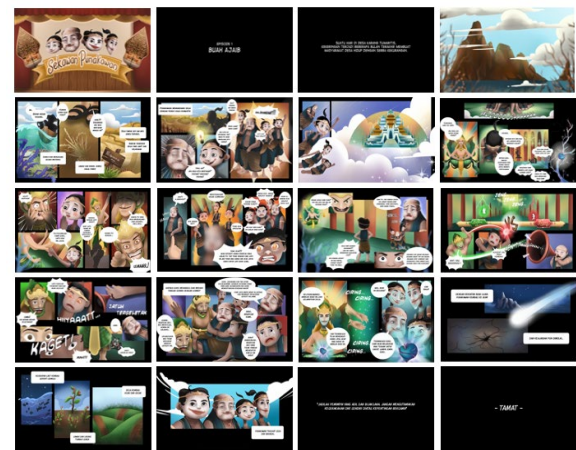
C. Tinjauan Teori Desain

Disini McCloud menggaris bawahi perbedaan mendasar antara komik dan animasi film adalah bahwa rangkaian animasi berurutan oleh waktu sedangkan komik dipisahkan oleh panel yang tersusun saling berdampingan. Animasi dan film ditampilkan secara bersamaan pada satu frame yang sama dengan urutan waktu tertentu. Sedangkan komik harus ditampilkan pada frame yang berbeda dengan member jarak pada masing-masih frame atau panel. Jarak pada komik berfungsi sama dengan waktu pada film[4].

Scott McCloud mengartikan motion comic sebagai 'Invinite Canvas' atau kanvas tidak terbatas, yang mana konsep, storyline, gaya, dan elemen dalam komik disajikan



Gambar 11. Desain prototype motion overlay.

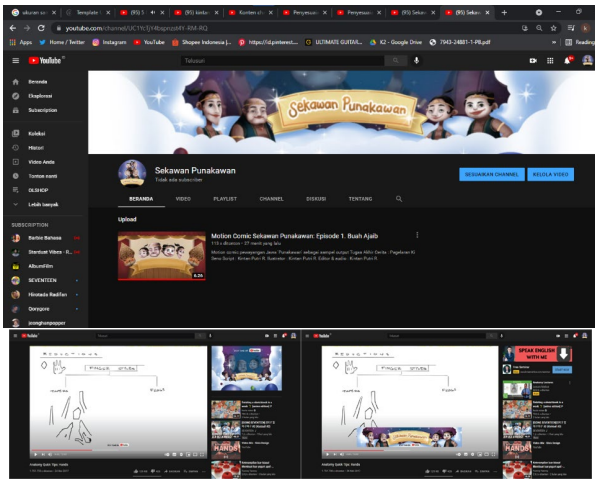


Gambar 12. Desain komik berwarna.

dalam media digital dengan struktur panel yang multi dimensi, penambahan suara, special effect, dan animasi atau gerakan-gerakan sederhana [6].

Motion comic sendiri berbeda dengan motion graphic. Menurut ahli teori perfilman Michael Betancourt, dalam artikelnya yang berjudul The Origins of Motion Graphics, Motion Graphic adalah media yang menggunakan rekaman video dan teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia [7].

Dalam pembuatan motion comic tidak lepas dengan adanya rancangan desain karakter, menurut Bryan Tillman, karakter yang di desain memiliki beberapa tahapan dasar yang harus dilalui, diantaranya pola dasar (archtypes) sebagai pondasi pengembangan karakter, cerita (story) sebagai landasan sifat karakter, bentuk (shape) sebagai penonjolan visual dari sifat dan karakteristik tokoh, estetika, dan warna (color) yang disesuaikan berdasarkan pengembangan sifat dari karakter sehingga dapat menciptakan karakter yang kuat. Dalam perancangan motion comic sendiri ada cinematography yang membantun teknis dalam perancangannya. Menurut Blain Brown, kata cinematography berasal dari kata yunani yaitu roots yang berarti menulis dengan gambar. Cinematography adalah proses pembuatan ide, kata, estetika dan emosional yang di tuangkan kedalam film. Salah satu yang paling penting dari sebuah film dan animasi adalah kamera. Serta adanya unsur teks yang terdiri dari penggunaan balon kata dan font yang berfungsi untuk mambantu komik memberikan informasi secara verbal kepada pembaca.



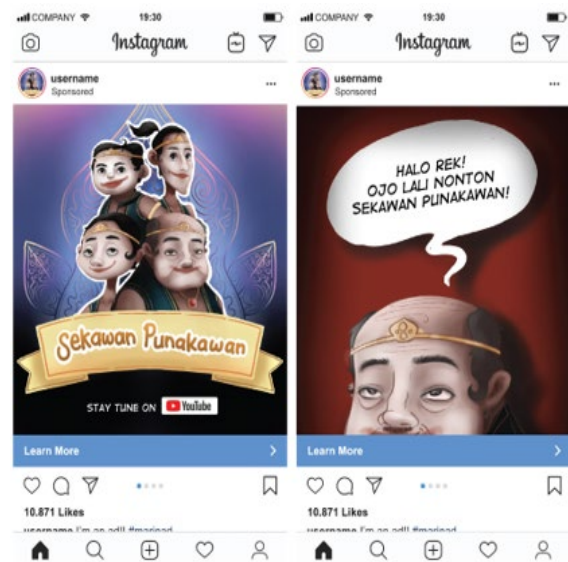
Gambar 12. Aplikasi media pada Youtube dan Youtube Ads.



Gambar 13. Desain konten Instagram story.



Gambar 14. Desain Konten feed Instagram.



Gambar 15. Desain pengaplikasian Instagram Ads.

III. METODE PENELITIAN

Berdasarkan alur perancangan pada Gambar 1, perancangan diawali dengan mencari data kualitatif berdasarkan pengetahuan dan minat target audience terhadap media dan topik yang diangkat yaitu melalui kuesioner kepada remaja usia 15-19 tahun yang kemudian menghasilkan data yang disimpulkan sebagai salah satu landasan dasar penguat latar belakang dan untuk mengetahui strategi yang cocok untuk digunakan dalam perancangan.

Tahapan selanjutnya adalah studi eksperimental 1, yang terdiri dari pembuatan 3 draft alternatif naskah dan sinopsis cerita yang dibuat berdasarkan tinjauan pustaka konten dari video pagelaran wayang Ki Seno Nugroho di Youtube, yang dilanjutkan dengan tahapan depth interview kepada ahli yaitu Bapak Bagus, seorang dalang dan ketua sanggar Taruna Krida Rasa Malang, serta seorang senior script writer Iman dari Hompimpa Animation Studio Surabaya dengan membawa hasil studi eksperimental selanjutnya. Hasil dari depth interview akan digunakan sebagai evaluasi hingga berlanjut ke tahapan studi eksperimental 2, yaitu pembuatan rancangan sketsa hingga final desain berupa desain karakter, desain environment, desain properti pendukung serta sketsa dan final dari storyboard.

Tahapan selanjutnya adalah depth interview 2, yang dilakukan dengan expert yaitu mas Is Yuniarto, mendiskusikan hasil studi eksperimental 2 yang kemudian akan di evaluasi kembali sebelum menuju ke proses

berikutnya. Yaitu studi eksperimental 3 yaitu membuat sampe motion comic dan prototyping sembari emmatangkan konsep dan menyelesaikan asset final. Yang kemudian hasil dari final diujikan kepada target audience sebagai evaluasi dan feedback hingga akhirnya menjadi desain final.

IV. KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan, dirumuskan konsep desain motion comic “Sekawan Punakawan”. Hingga menghasilkan kriteria desain yang menjadi sebuah ide atau gagasan utama, sehingga kreasi konsep dapat diatur lebih terarah terhadap konteks yang ditentukan dapat dilihat pada Gambar 2.

Dicapailah konsep utama dari perancangan ini adalah untuk merancang motion comic sebagai media alternatif pengenalan budaya pertunjukan pewayangan jawa khususnya punakawan dengan menggunakan media digital audio visual untuk remaja 15-19 tahun. Maka dari itu diperlukan riset dan analisis untuk menjadi pertimbangan dalam perumusan konsep utama (big idea) pesan utama. Hasil analisis tersebut juga digunakan untuk menentukan formula dan strategi penyampaian pesan serta teknik komunikasi yang sesuai dengan target audiens. Kemudian didapatkan konsep besar dari output motion comic dengan judul besar ‘Sekawan Punakawan’.

A. Konsep Motion Comic

1) Konsep Cerita

Konsep cerita bergenre slice of life dan komedi, dengan durasi 3-10 menit. Setiap cerita tidak berkaitan antara satu episode dengan episode lainnya dapat dilihat pada Tabel 1 – 2.

Cerita yang diangkat menjadi luaran adalah episode 1, Buah Ajaib. Yang membawa tema cerita mengenai pemimpin yang kurang bijak dalam mengambil keputusan dan kurang memperhatikan kepentingan Bersama. Dengan highlight amanah di akhir video.

2) Tipografi

Dalam menyampaikan narasi dan ekspresi verbal dari cerita komik, perancangan ini menggunakan font sebagai salah satu elemen visual dapat dilihat pada Tabel 3 dan Gambar 3.

Font ini memiliki bentuk yang kuat, jelas dan unik serta cocok sebagai bahasa verbal komik bergenre komedi slice of life yang dibawakan.

3) Tata Bahasa

Tata Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, yang tidak terlalu baku dan kaku mengingat target audiens dari perancangan ini adalah Remaja 15-19 tahun.

4) Musik dan Audio

Background Music yang akan digunakan adalah alunan gamelan Jawa bebas royalti, music di unduh melalui Youtube yang di convert menjadi MP3. Sound effect yang digunakan, merupakan sound effect free royalti, didapat dari beberapa sumber seperti youtube dan zaplab.

B. Konsep Desain dan Visual

1) Desain Karakter

Berikut merupakan draft desain karakter final, yang telah di pilih berdasarkan riset konten terdahulu, pertimbangan dari penulis dan expert serta menyesuaikan style yang disukai oleh remaja 15-19 tahun berdasarkan data kuesioner.

a. Semar

Karakter Semar dipilih berdasarkan karakter penokohan pada Bab II, dengan karakter yang bijaksana, tenang, rendah hati dan penyabar juga disesuaikan dengan karakter selera audiens usia 15-19 tahun berdasarkan voting pada kuesioner 1 dapat dilihat pada Gambar 4.

b. Gareng

Karakter Gareng dipilih berdasarkan karakter penokohan pada Bab II, dengan karakter yang Lucu, Santai dan memiliki cacat kaki (melengkung 1) dan tangan (kecil) juga disesuaikan dengan karakter selera audiens usia 15-19 tahun berdasarkan voting pada kuesioner 1, dapat dilihat pada Gambar 5.

c. Petruk

Karakter Petruk dipilih berdasarkan karakter penokohan pada Bab II, dengan karakter yang Tinggi, santai dan berkarisma juga disesuaikan dengan karakter selera audiens usia 15-19 tahun berdasarkan voting pada kuesioner 1, dapat dilihat pada Gambar 6.

d. Bagong

Karakter Bagong dipilih berdasarkan karakter penokohan pada Bab II, dengan karakter yang Pemberani, mudah marah dan lugu juga disesuaikan dengan karakter selera audiens usia 15-19 tahun berdasarkan voting pada kuesioner 1, dapat dilihat pada Gambar 7.

e. Batara Guru

Karakter Batara Guru dipilih berdasarkan karakter penokohan pada Bab II, dengan karakter yang Sedikit sombong, mudah marah namun baik hati juga disesuaikan dengan karakter selera audiens usia 15-19 tahun berdasarkan voting pada kuesioner 1 dapat dilihat pada Gambar 8.

f. Storyboard

Storyboard menjadi acuan visual yang dikembangkan dari naskah yang kemudian akan dituangkan dalam bentuk motion comic. Konsep storyboard dibuat berdasarkan tampilan pada layer video youtube yaitu dengan ukuran 1018 pc x 1920 px yang 1 halamannya terdiri dari beberapa scene yang dituangkan dalam bentuk panel dapat dilihat pada Gambar 9.

g. Desain Lingkungan dan property

Desain lingkungan dan property digambar dengan gambar konsep semi realis dan diwarnai dengan warna yang vibrant namun tetap soft dapat dilihat pada Gambar 10.

h. Desain Thumbnail

Desain Thumbnail menunjukkan 4 punakawan sebagai point utama dengan judul series berjudul ‘Sekawan Punakawan’ yang berarti 4 punakawan dengan tipografi yang luwes dilengkapi dengan gunung khas Jawa. Thumbnail digunakan sebagai cover depan video saat diunggah di Youtube dan sebagai petunjuk informasi mengenai judul dan episode motion comic dapat dilihat pada Gambar 11.

i. Komik berwarna dan prototyping

Beriku merupakan cuplikan prototype dengan transisi masing-masing panel hingga menjadi 1 halaman yang memainkan teknis overlapping, dan zoom serta visualisasi aspek komik, dapat dilihat pada Gambar 12 – 13.

j. Implementasi media dan media promosi

Berikut merupakan konsep media sharing dan promosi yang digunakan untuk mempromosikan konten motion comic kepada target audience remaja 15-19 tahun antar lain menggunakan Youtube sebagai media utama untuk mendistribusikan motion comic, dan Instagram sebagai media pendukung untuk menggait audience lebih banyak. Semua platform memaksimalkan firur iklan, dapat dilihat pada Gambar 14 – 17.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari perancangan motion comic dengan tema pewayangan Jawa ‘Punakawan’ ini adalah Ketepatan penyampaian informasi dari suatu tokoh merupakan hal penting, terlebih sebagai media pengenalan sebuah tokoh budaya. Agar ketercapaian informasi yang akan disampaikan tokoh tersebut tersalurkan dengan tepat kepada audience yang dituju.

Perancangan motion comic ini memiliki target remaja usia 15-19 tahun, sehingga diperlukan model penyampaian durasi cerita yang relative singkat, dan mudah dipahami. Sehingga metode penyampaian cerita yang tepat adalah dengan pembawaan alur mulai dari pengenalan, humor kemudian digiring hingga menuju klimaks berupa aksi yang menimbulkan titik balik masalah dan diakhiri dengan highlight nilai moral yang dapat dipetik dari cerita tersebut.

Pengenalan budaya dari tokoh juga ditonjolkan dari sisi visual yaitu ciri khas yang terinspirasi dari tokoh asli kemudian di sesuaikan dengan gaya visual yang digemari

oleh target audience. Sehingga dapat menarik ketertarikan audience untuk menonton. Pembawaan media alternatif bertema wayang Punakawan diharapkan dapat menjadi salah satu media alternatif yang dapat memberikan cerminan nilai-nilai pendidikan karakter kepada remaja usia 15-19 tahun melalui pembawaan cerita, filosofi, dan visualisasi karakter khas Punakawan itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Kresna, *Punakawan: Simbol Kerendahan Hati Orang Jawa*. Yogyakarta: Narasi, 2012.
- [2] N. Khafido, "Pendidikan karakter untuk mengatasi degradasi karakter remaja Indonesia," Universitas Negeri Malang, Malang, 2019.
- [3] S. McCloud, *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: William Morrow Paperbacks, 1994.
- [4] Sena Wangi, *Ensiklopedi Wayang Indonesia Jilid 3*. Jakarta: Lewis Publisher, 1999.