

**PERANCANGAN *MOTION COMIC* ASAL NAMA SALATIGA
SEBAGAI MEDIA EDUKASI UNTUK ANAK**



JURNAL KARYA DESAIN

**Oleh:
Bangkit Dandy Yanuarta
091 1928 024**

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016**

Jurnal Tugas Akhir Desain berjudul :

**PERANCANGAN *MOTION COMIC* ASAL NAMA SALATIGA SEBAGAI
EDUKASI UNTUK ANAK** diajukan oleh Bangkit Dandy Yanuarta, NIM
0911928024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP.19650209 199512 1 001

A. JUDUL

Perancangan *Motion Comic* Asal Nama Salatiga Sebagai Media Edukasi Untuk Anak

B. ABSTRAK

Perancangan *Motion Comic* Asal Nama Salatiga Sebagai media Edukasi Untuk Anak

Salatiga memiliki berbagai potensi yang belum dioptimalkan dengan baik, salah satunya cerita rakyat asal nama Salatiga yang biasanya diceritakan secara lisan dari orang tua kepada anaknya sebagai pengantar tidur. Cerita rakyat ini memuat nilai-nilai moral yang baik dan dapat menjadi tuntunan. Namun cerita rakyat tentang Asal Nama Salatiga masih kurang dalam penyajiannya untuk anak-anak, selain itu budaya cerita sebelum tidur tak lagi nampak. Zaman yang makin modern menuntut orang tua semakin sibuk, hingga akhirnya peran pencerita tergantikan oleh perangkat pintar.

Perancangan *motion comic* ini diharapkan dapat menjadi solusi dari kedua masalah tersebut, menyajikan cerita dengan nuansa yang lebih segar melalui platform yang sesuai di era modern. Metode perancangan sangat diperlukan dalam *motion comic* ini, dengan mengumpulkan data mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan cerita untuk kemudian dianalisa secara wujud, bentuk, susunan, dan isi yang meliputi: suasana; gagasan; pesan; dan; penampilan.

Kata kunci:

Cerita rakyat, Asal nama Salatiga, *Motion comic*, Perangkat pintar

ABSTRACT

a *Motion Comic* design about “Asal Nama Salatiga” as an education media for Kids

Salatiga have several potential that not optimized yet, such as folklore about the beginning of Salatiga that usually told by words from parent to their children as a lullaby. This folklore has a good morale value that could be a guide. But folklore about the beginning of Salatiga have not well served for nowadays kids, beside of the modern age that push the parents become more busy, so that's why the person who tell the lullaby replaced by gadget.

This motion comic design is mean to be a solution for both problem, to serve this folklore in a brand new story and visually through modern age platform. The design method is needed in this motion comic, collecting data about everything that related with the story then analyzed it into shape, form, flow, and content that contain: the atmosphere; idea; message; and; appearance.

Keywords:

Folklore, the Beginning of Salatiga Name, Motion comic, Gadget

C. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Salatiga merupakan salah satu kota kecil di Indonesia yang terletak di Propinsi Jawa Tengah. Kota ini berbatasan sepenuhnya dengan kabupaten Semarang dan terdiri dari empat kecamatan yaitu Argomulyo, Sidomukti, Sidorejo, dan Tingkir. Terletak 40 km di sebelah selatan Kota Semarang, dan berada di jalan negara yang menghubungkan Semarang-Surakarta. Dengan ketinggian mencapai 800m di atas permukaan air laut dan terletak di kaki gunung Merbabu (3,142 m) dan Telomoyo, Salatiga mempunyai iklim yang cukup sejuk. Pada masa pemerintahan kolonial, Salatiga berhasil mengembangkan perencanaan tata kelola dengan baik, sehingga pada tahun 1919 Salatiga dinobatkan sebagai “de Schoonste Stad van Midden-Java” yang berarti kota terindah di Jawa Tengah (Supangkat, 2007,40)

Kini Salatiga adalah kota yang ramai dan ditinggali berbagai etnis dan agama. Adanya beberapa universitas, menjadikan Salatiga berpredikat sebagai kota pendidikan. Salah satu universitas yang cukup dikenal ialah Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW). Rektor UKSW, Prof. Pdt. John A. Titaley, Th.D pada sambutan mahasiswa baru 2010 lalu menjulukan UKSW sebagai “Indonesia Mini” dikarenakan mahasiswanya yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Salatiga juga memiliki beberapa bangunan bersejarah peninggalan masa kolonial yang masih kokoh berdiri dan dimanfaatkan sebagai sekolah, gedung pemerintahan, dan atau rumah tinggal. Berbagai destinasi wisata mengelilingi kota Salatiga, sehingga kota ini juga dikenal sebagai kota transit pariwisata. Tidak ketinggalan, Salatiga juga mendapat predikat kota olah raga dikarenakan banyak atlet profesional yang lahir di kota ini seperti Bambang Pamungkas, Kurniawan, dan Gendut Doni yang menjadi bintang lapangan sepak bola.

Salah satu yang cukup unik dari kota ini ialah namanya. Sering orang melestkan Salatiga menjadi “salah tiga” baik orang yang tahu – tentang legenda Salatiga – maupun yang tidak tahu, karena kedua kata tersebut memiliki homofon yang sama. Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mencari asal nama Salatiga, diantaranya ditemukannya *Staatblad* 1917 No. 266 mulai 1 Juli 1917 pada masa kolonial yang menyatakan *Stood Gemente Salatiga* atau ketentuan luas daerah Salatiga (<http://salatigakota.go.id/TentangSejarah.php>), namun nama Salatiga sendiri telah ada sebelum itu. Temuan terakhir yaitu saat ditemukannya Prasasti Plumpungan yang setelah diteliti, daerah asal prasasti tersebut berdiri pada 750 Masehi. batu bertulis tersebut menjelaskan ketetapan hukum daerah bernama Hampra yang diberikan keistimewaan dan menjadikannya daerah perdikan karena telah berjasa pada kerajaan pada waktu itu (<http://salatigakota.go.id/TentangSejarah.php>). Walau akhirnya prasasti Plumpungan diresmikan sebagai awal berdirinya kota Salatiga, namun tetap tidak dijelaskan bagaimana daerah yang dulunya bernama Hampra tersebut bisa menjadi Salatiga. Satu-satunya sumber yang

menyatakan daerah tersebut bernama Salatiga berasal dari cerita rakyat yang diceritakan secara turun temurun, legenda yang menceritakan kisah perjalanan Ki Ageng Pandanaran II menuju gunung Jabalkat untuk belajar agama kepada Sunan Kalijaga.

2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah, bagaimana merancang *motion comic* tentang “Asal nama Salatiga” untuk mengedukasi generasi muda di Salatiga.

3. Teori dan Metode

- Mencari dan mengumpulkan data verbal dan visual yang berhubungan dengan legenda Salatiga, serta memahami informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan dalam perancangan *motion comic*.
- Mencari referensi sebanyak-banyaknya guna mendukung proses perancangan pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
- Setelah data terkumpul, masuk pada tahap produksi yang diantaranya Brainstorming dan mind mapping, scriptwriting, sketsa karakter, dan storyboard.
- Setelah proses pra produksi maka akan dilanjutkan dalam tahap produksi yang dimulai dengan memvisualkan sketsa karakter dan setting dengan menambahkan warna dan *shading* untuk kemudian dianimasikan.
- Proses terakhir adalah pasca produksi, yaitu compositing dan editing. Dalam proses ini, hasil render akan dimaksimalkan dengan beberapa tambahan efek ataupun suara.

D. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

1. Tahap Riset

Legenda asal mula nama Salatiga ini tidak memiliki cerita yang baku, dikarenakan legenda ini diceritakan secara lisan dan turun-temurun. Walau terdapat versi yang beragam namun inti cerita dari masing-masing sumber tidak jauh berbeda. Berbagai nilai-nilai masih tetap tersirat dalam tiap versi cerita, seperti nilai religi, nilai sosial, nilai moral, dan nilai budaya yang terasa ringan untuk diperdengarkan dan diceritakan. Selain itu kisah ini juga mengenalkan tokoh-tokoh nyata yang berasal dari sejarah abad ke-15, seperti Ki Ageng Pandanaran II dan Sunan Kalijaga. Kisah tokoh-tokoh tersebut dapat memberikan gambaran tentang watak manusia dan menjadi panutan dan tuntunan dalam kehidupan, terutama bagi generasi muda yang kelak akan menjadi penerus keluarga dan bangsa.

Beberapa media seperti buku cergam sempat dibuat namun publikasi dan penyebarannya hanya sampai ke sekolah-sekolah dasar dan perpustakaan daerah. Ada pula yang sempat dijual di toko buku namun dari layout dan penceritaan kurang menarik, karena hanya ada satu

gambar ilustrasi dan tulisan yang dikemas dalam satu lembar juga sehingga penggambarannya kurang detail. Ada beberapa website dan blog yang menceritakan kisah ini seperti di www.ceritakyatnusantara.com namun hanya berupa tulisan, sehingga kurang menarik bagi anak-anak.

Menurut Mahyudin Al Mudra, SH., MM. selaku Pendiri dan Pemangku Balai Kajian dan Pengembangan Budaya Melayu (BKPBM), Yogyakarta, menyatakan “Secara garis besar, terdapat tiga bentuk masyarakat yang menyikapi dongeng secara berbeda-beda. Yang pertama adalah masyarakat tradisional; kedua masyarakat transisional; dan ketiga masyarakat modern.”

Bagi masyarakat tradisional yang masih memiliki pola pikir sederhana karena belum terjamah peralatan canggih, masih efektif bila menggunakan buku sebagai media bercerita. Sementara masyarakat adalah masyarakat yang mengalami pergeseran ciri-ciri lokalnya seiring dengan melebarnya batas-batas interaksi dan batas pengetahuan mereka. Intensitas hubungan sosial yang semakin meningkat memacu perubahan bentuk-bentuk kewajiban sosial antaranggota masyarakat akibat meluasnya batas-batas solidaritas sosial. Meskipun kepemimpinan lokal masih dianggap penting, hubungan dengan dunia luar telah menyebabkan melemahnya keyakinan tentang sesuatu yang bersifat magis dan supernatural (Abdullah, 2006: 173).

Terakhir masyarakat modern adalah masyarakat yang menempatkan mesin dan teknologi pada posisi yang sangat penting dalam kehidupannya sehingga mempengaruhi ritme kehidupan dan norma-norma. Hubungan antarorang telah digantikan dengan kehadiran media dan barang-barang elektronik. Dalam sebuah keluarga modern, bisa jadi anak bukan merupakan pewaris tradisi keluarganya, tetapi dia mewakili tradisi yang jauh lebih besar yang datang dari negara maju, seperti Amerika atau Jepang. Hal itu terjadi karena pusat pembentukan karakter dan orientasi anak tidak lagi pada orang tua, tetapi pada pusat-pusat kekuasaan baru yang mengendalikan sistem sosial dan moral, seperti televisi, internet, dan handphone (Abdullah, 2006: 59). Melihat dari teori diatas, keadaan di kota Salatiga merupakan kota yang dihuni oleh masyarakat transisional dan modern. Salatiga juga memiliki beragam etnis dengan latar belakang yang beragam yang saling bersinggungan dalam kehidupan sehari-hari.

Masyarakat dengan corak multietnis mengalami problematika dalam interaksi sosial karena bermukim di suatu tempat di mana penduduknya berasal dari daerah-daerah yang berbeda. Tiap-tiap orang memiliki masa lalu yang berbeda-beda dan ikatan-ikatan tradisional cenderung tidak berlaku karena pengalaman tradisional antaretnis tidak dapat dikomunikasikan. Dengan demikian, masyarakat modern membutuhkan simbol universal dari tata nilai yang pernah diimajinasikan bersama. Di sinilah cerita rakyat mendapatkan ruangnya kembali dan berperan mendorong pembauran, mengingat karya sastra ini mempunyai

potensi yang sangat besar sebagai medium imajinasi untuk pemahaman lintas budaya (Budianta, 2003: 137).

Melihat perkembangan jaman yang berubah, khususnya di kota Salatiga, perlu adanya media bercerita yang sesuai untuk menyampaikan kisah legenda ini agar dapat diterima dan diserap secara baik bagi masyarakat, khususnya anak-anak. Selain agar dapat mengenal tentang kota Salatiga, juga dapat menyerap nilai-nilai moral yang tersirat pada kisah legenda ini.

Legenda asal nama Salatiga ini menjadi penting tidak hanya dikarenakan kisah ini menjadi salah satu sumber dimana nama Salatiga teretus, namun juga merupakan khasanah budaya dari Salatiga yang hampir tidak lagi terdengar oleh telinga-telinga anak-anak Indonesia khususnya kota Salatiga. Selain itu legenda merupakan cara pendahulu menyampaikan konsep kehidupan yang menjadi tuntunan. Clifford Geertz mengatakan bahwa sistem pewarisan konsepsi dalam bentuk simbolik merupakan cara bagaimana manusia dapat berkomunikasi, melestarikan, dan mengembangkan pengetahuan dan sikapnya terhadap kehidupan (Geertz, 1973: 89). Menyadari akan potensi dari cerita rakyat tersebut, Pemerintah kota Salatiga ingin mencoba mendokumentasikannya dengan lebih menarik, agar dapat menarik antusias masyarakat. Hal ini sesuai dengan salah satu misi pemerintah Kota Salatiga pada butir ke-5 yang berbunyi “Melestarikan nilai-nilai kearifan lokal dalam rangka memperkuat identitas dan jati diri daerah.” Media yang dipilih untuk menyampaikan kisah legenda ini berupa *motion comic*. Sebuah media audio visual yang berangkat dari komik dan digerakan dengan teknologi komputer, lalu disajikan seperti layaknya video dengan berbagai efek suara dan musik. *Motion comic* dipilih karena dianggap sesuai dengan *target audience* yang memiliki rentang umur 6-15 tahun, dimana pada masa ini media berupa audio visual sangat digemari dan populer. Juga sesuai dengan keadaan masyarakat yang tinggal di kota Salatiga itu sendiri.

Sebagai dasar analisis data didalam perancangan *motion comic* asal nama Salatiga ini digunakan enam pertanyaan mendasar yang juga disebut 5W + 1H yang terdiri dari *What* (apa), *When* (kapan), *Who* (siapa), *Where* (dimana), *Why* (mengapa), dan *How* (bagaimana). Berikut enam pertanyaan tersebut :

a. *What* (Apa)

Bentuk pesan seperti apa yang akan disampaikan dalam perancangan ini?

Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan *motion comic* ini ialah untuk mengedukasi masyarakat khususnya generasi muda tentang Legenda “Asal Nama Salatiga”

b. Who (Siapa)

Siapa target audience dalam perancangan ini?

Perancangan ini di tergetkan bagi anak-anak usia 6-15 tahun.

c. When (Kapan)

Kapan perancangan ini akan dipublikasikan?

Karya perancangan ini akan dipublikasikan pada acara hari jadi kota Salatiga.

d. Where (Dimana)

Dimana karya perncangan ini akan dipublikasikan?

Karya perancangan ini akan dipublikasikan melalui media sosial.

e. Why (Mengapa)

Mengapa perancangan ini perlu dibuat?

Perancangan ini perlu untuk dibuat dikarenakan kisah ini merupakan salah satu khasanah budaya Salatiga, sehingga perlu direkonstruksi lagi agar dapat tampil lebih menarik sehingga dapat diterima dan dinikmati oleh generasi baru.

f. How (Bagaimana)

Bagaimana tahapan merancang *motion comic*?

Dalam perancangan ini nantinya akan dibagi dalam tiga tahap, yaitu pra produksi, masa produksi, dan pasca produksi. Dalam tahapan pra produksi meliputi pengumpulan data dan referensi yang kemudian dijadikan acuan dalam perancangan ide, *storyline*, sket karakter, suasana, dlsb. Masuk pada tahap produksi, akan dirancang tokoh karakter, seting background, paneling. Kemudian masuk pada digitalisasi menggabungkan bahan produksi, musik, dan efek pada tahapan pasca produksi.

2. Tahap Perancangan

a. Konsep Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi dari perancangan motion comic ini ingin merekonstruksi kembali Legenda tersebut pada media baru, selain sebagai salah satu cara mendokumentasi khasanah budaya ini dengan mengacu pada target audience, juga untuk mengedukasi nilai-nilai yang terkandung dalam legenda tersebut.

Yang menjadi *target audience* adalah masyarakat rentang umur dari 6-15 tahun, maka strategi komunikasi dalam perancangan ini menerapkan 3 jenis komunikasi, antara lain Pesan verbal dengan bahasa yang digunakan akan disederhanakan sesuai dengan ejaan yang disempurnakan sehingga mudah diserap dengan baik. Pesan Non-verbal dengan gerakan, isyarat, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah dan Pesan visual dengan menerapkan gaya desain ilustrasi yang menarik

pada desain karakter juga *background* diharapkan dapat menarik antusias anak-anak untuk menikmati *motion comic* ini.

b. Konsep Kreatif

Tujuan dari perancangan ini ialah menciptakan *motion comic* yang dapat menarik antusias *target audience*, sehingga dapat mengenal salah satu khasanah budaya Salatiga berupa cerita legenda serta diharapkan dapat menyerap nilai-nilai yang terkandung didalamnya.

Dalam upaya merepresentasikan tujuan kreatif dalam *motion comic* ini, strategi kreatif dibagi menjadi dua bagian yaitu isi pesan dan bentuk pesan. Isi pesan berisi tema tentang konsep ke-Tuhanan dan budi pekerti, bagaimana kita para manusia seharusnya hanya tunduk pada sang pencipta bukannya harta atau benda duniawi yang kelak tak akan dibawa mati. Selain itu perancangan *motion comic* ini ingin agar anak-anak juga dapat memiliki kebebasan berpendapat (tentunya dengan pendampingan orang tua atau guru) tentang bagaimana isi cerita sehingga memancing otak mereka agar tetap aktif untuk berfikir.

Sedangkan dari bentuk pesan diharapkan dengan menerapkan gaya ilustrasi yang sesuai dengan *target audience*, dapat menyukai terlebih dahulu baru kemudian dapat menyerap nilai-nilai yang terkandung dalam cerita.

Video ini nantinya akan berdurasi total 15 menit yang akan di bagi menjadi 5 bagian untuk nantinya di upload pada media sosial Facebook. Gaya visual yang kelam akan menjadi dasar pada perancangan *motion comic* ini. Gaya ini dipilih untuk memberi rasa penasaran dan melatih anak untuk tidak takut pada nuansa-nuansa yang gelap. Pewarnaannya menggunakan gaya cat air dan garis yang tidak terlalu rapi. Dari desain karakter hingga *environment* akan ada beberapa modifikasi bentuk ke arah kontemporer, terutama desain busana yang menggabungkan nuansa barat dan oriental agar tak monoton.

c. Konsep Media

Tujuan dari perancangan ini ialah untuk memberikan edukasi kepada anak-anak tentang legenda Asal Nama Salatiga, dan diharapkan mereka dapat menyerap nilai-nilai yang terkandung atas bimbingan orang tua, wali, dan atau guru di sekolah. *Motion comic* bersifat audio visual, sehingga penyerapan informasi dapat dengan mudah ditangkap anak-anak. Video animasi membuat anak-anak memiliki ruang untuk berimajinasi dikarenakan gerakan animasi yang terbatas, sehingga otak anak-anak ikut aktif. Selain itu output yang berupa data digital

dapat memudahkan dalam pendistribusian dan mudah diunggah melalui media sosial. , sehingga tidak memakan banyak biaya.

Output dari video animasi digital 2 dimensi berformat *.mp4*, dengan dimensi 1280×720 pixel. Pengolahan *motion comic* menggunakan program digital produksi Adobe, yaitu Adobe Photoshop dan After Effect.

Media Pendukung yang digunakan berupa Fanpage Facebook yang dipilih karena memiliki fitur paling lengkap diantara media sosial lainnya, dari teks, gambar hingga video dengan durasi panjang dapat diunggah dan disebar sesuai keinginan. Media pendukung lain adalah Poster yang masih cukup dapat diandalkan untuk menarik perhatian target audience. Walau jangkauannya tidak seluas media sosial namun poster dapat *mentrigger* target menuju ke Fanpage Asal Nama Salatiga. Selain itu juga didukung media seperti X-Banner yang berfungsi sebagai atribut disaat *screening* film dimana siapapun dapat menjadi atribut untuk berfoto yang akan diunggah ke media sosial sehingga dapat menarik perhatian target lainnya. Pin menjadi *merchandise* yang cukup efisien, dimana pastinya akan dikenakan di area dimana orang lain dapat melihatnya. Gantungan kunci menjadi merchandise yang menarik dimana menampilkan karakter-karakter Asal Nama Salatiga. Dan yang terakhir adalah T-Shirt yang di bagian belakangnya akan dicetak *QR code* yang menautkan alaman *fanpage* begitu di *scan*.

b. Media Pendukung



Gambar 02. Desain poster dan X-Banner



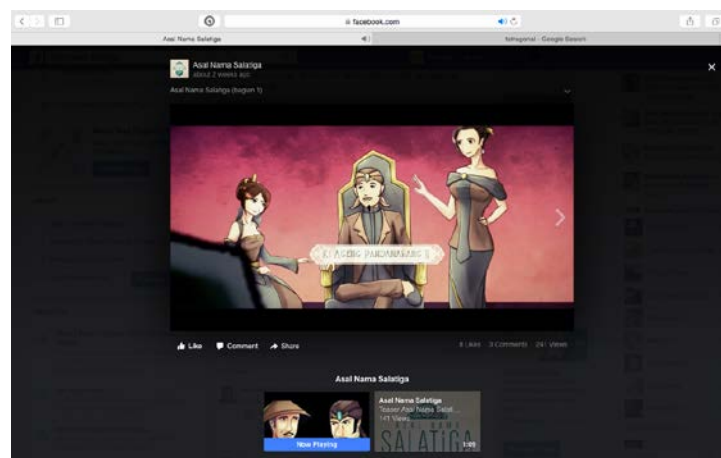
Gambar 03. Desain gantungan kunci



Gambar 04. Desain Pin



Gambar 05. T-Shirt



Gambar 06. Fanspage Facebook

E. KESIMPULAN

Indonesia menjadi negara yang luar biasa salah satunya karena kekayaan budayanya, banyak dari kekayaan budaya tersebut tak tersip atau didokumentasikan dengan baik, seperti legenda atau cerita rakyat yang biasanya di wariskan secara lisan. Budaya lisan tersebut menjadikan cerita rakyat riskan untuk terlupakan, terutama cerita rakyat dari daerah-daerah yang tak sebesar Aceh dengan Malin Kundang atau Jawa Barat dengan Lutung Kasarung. Salatiga sebagai salah satu kota kecil juga memiliki beberapa cerita rakyat yang tidak kalah menarik salah satunya kisah Kyai Pandanarang yang berhijrah ke gunung Jabalkat untuk berguru menyusul Sunan Kalijaga sehingga ternamailah daerah yang Kyai Pandanarang lewati dengan sebutan Salatiga.

Cerita legenda tentang asal nama Salatiga sendiri sebenarnya telah didokumentasikan dengan tapi kurang menarik dan tak terserap oleh target audience dengan baik karena hanya berupa tulisan di blog-blog pribadi dengan sumber yang tak tau dari mana. Sehingga dibuatnya legenda ini dalam format audio visual menjadi perlu. Tidak hanya untuk melestarikan khasanah budaya di Indonesia umumnya dan Salatiga khususnya, sebagaimana layaknya sebuah cerita rakyat pastilah memiliki berbagai nilai yang dapat menjadi tuntunan bagi generasi mendatang.

Dalam pengerjaan *motion comic* Asal Nama Salatiga ini kesulitan utama dalam pengerjaan ialah terbatasnya kemampuan ilustrasi dari perancang yang membuat waktu pengerjaan menjadi lama, ditambah dengan manajemen waktu yang serampangan, tak adanya timeline yang jelas dan kurangnya pengalaman dalam mengerjakan karya audio visual membuat pengerjaannya mundur hingga satu setengah tahun.

F. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdullah, Irwan. (2006) *Konstruksi dan Reproduksi Kekuasaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Budianta, Melani. (2003) "Sastra dan Interaksi Lintas Budaya", dalam Abdul Rozak Zaidin dan Dendy Sugono (ed.) *Apakah Bangsa dalam Sastra?*. Jakarta: Progress dan Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.

Geertz, Clifford. (1973) *Interpretation of Cultures*. New York: Basic Book

Santoso, Soewito. (1970) *Babad Tanah Jawi: Galuh Mataram*. Surabaya: Citra Jaya Murti

Pertautan :

- <http://salatigakota.go.id/> (diakses pada 23 September 2015)