

PERANCANGAN *URBAN TOYS* DARI ADAPTASI KARAKTER KOMIK KARYA TATANG SUHENRA

Ardhian Laksono¹, Hendro Aryanto²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
ardhianlaksono@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Suarabaya
email: hendroaryanto@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan lebih dikenalnya karakter komik dari luar negeri, hal tersebut menjadikan tergesernya budaya atau karakter komik lokal salah satunya karakter komik Petruk Gareng karya Tatang S. Oleh karena itu, perancangan ini dilakukan agar eksistensi dari budaya lokal Indonesia dalam hal ini yaitu karakter Petruk-Gareng agar tetap eksis dan digemari masyarakat namun tidak terkesan kuno dan ketinggalan jaman dengan menyisipkan tema budaya urban maupun ideologi yang familiar dengan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis data 5W+1H dengan sumber data yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan dengan founder Toyskita serta studi literatur dari komik Tatang S, jurnal, artikel serta berita yang membahas urban toys. Perancangan ini menggunakan platform/blank "Munny" yang digabungkan dengan karakter komik Petruk Gareng karya Tatang S. Hasil Penelitian (Perancangan) ini menunjukkan bahwa bentuk "Munny" dan karakter Petruk Gareng menghasilkan bentuk visual baru yang memungkinkan dapat mempopulerkan atau melestarikan budaya lokal Indonesia.

Kata Kunci: Urban toys, gareng, petruk, karakter komik

Abstract

The research is backed by more comic characters from abroad, this makes the culture or character of a local comic one of the characters from the comic Petruk Gareng by Tatang S. Therefore, the design is done so that the existence of the local culture of Indonesia in this case is the concept of Petruk-Gareng to keep exist and popular society but not impressed ancient and outdated by inserting themes of urban culture and ideology familiar with society. This study used the method of data analysis technique 5W + 1H with data source obtained from interviews conducted by founder Toyskita as well as literature study from Tatang S Comics, journals, articles and news discussing urban toys. This design uses the platform/blank "Munny" which is combined with the comic character Petruk Gareng by Tatang S. The result of the design shows that the form "Munny" and the character Petruk Gareng produce a new visual form that allows it can popularize or preserve the local culture of Indonesia.

Keywords: Urban toys, gareng, petruk, comic character

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan teknologi yang terjadi saat ini sangat berdampak pada budaya populer yang semakin meluas salah satunya di negara Indonesia bukan hanya makanan, transportasi, musik bahkan dalam dunia mainan (*toys*) sekalipun. Mainan merupakan salah satu yang perkembangannya cepat di Indonesia, mainan atau *toys* yang identik sebagai media untuk hiburan anak-anak bahkan sudah memiliki arti yang lebih dari sekedar mainan anak-anak tetapi juga media yang juga digemari orang dewasa dengan berbagai aplikasi fungsi, fenomena tersebut terjadi awal tahun 2000an bernama “*Toys Movement*” (Atilgan, 2014). Sejak saat itu beberapa kalangan menjadikannya sebagai hobi bahkan menjadikannya sebagai media komunikasi dalam hal menyampaikan sesuatu, ideologi atau kritik yang melekat pada wujud *toys* tersebut.

Saat era tersebut dimulai, *toys* yang memiliki konsep *Urban Viny/Design Toys/ Art Toy/Urban Toys*, banyaknya istilah ini memunculkan perbedaan mendasar antara konsep mainan anak-anak dengan *urban toys* yang memiliki konsep ide, nilai seni ataupun budaya untuk menggiring persepsi khalayak.

“*Designer Toys*” which is also named as “*Urban toys, Urban Vinyl, Art Toys*” which has been developing since the end of 1990’s and defined as artistic/design movement today occurs with the perception of aesthetic and production consumption which improved with DIY culture in the sense of approach and idea” (Atilgan, 2014).

Di Indonesia *urban toys* memiliki eksistensi yang baik dilihat dari munculnya kreator *urban toys* lokal dari kota-kota besar di Indonesia seperti Bandung, Jakarta, dan Surabaya. Namun, penyebutan *urban toys* oleh masyarakat di Indonesia masih kurang familiar jika dibandingkan dengan *action figure*. Padahal, *action figure* dan *urban toys* adalah dua hal berbeda. Jika *action figure* adalah mainan berkarakter yang berpose dan karakternya memakai karakter yang sudah ada berdasarkan *film*, komik, *video game* atau acara televisi maka

berbeda dengan *urban toys* yang bentuk karakternya dibuat sedemikian rupa dengan mengembangkan, menyilangkan atau bahkan menggabungkan lebih dari satu karakter sehingga terbentuk karakter baru sesuai dengan nilai, gagasan, dan konsep yang ingin disampaikan oleh pembuat *toys* dengan didasarkan dari pengalaman, pemikiran, maupun lingkungan sekitar.

Beberapa artis yang ada berasal dari pelaku hobi, desainer grafs, artis *graffiti*, *illustrator* dan pelaku seni murni. Setiap tahunnya artis *urban toys* semakin sering menampilkan dirinya baik secara individu maupun melalui komunitas. Beberapa komunitas artis *urban toys* Indonesia yang didalamnya beranggotakan artis, baik senior ataupun pemula adalah: 1) IAT (*Indonesian Art Toys*) memiliki kurang lebih 500 Artis. (Yusrini, 2017). 2) Sotoy (*Self Original Toys*) memiliki 8 artis. 3) *Mute Kolektif* yang memiliki kurang lebih 3 anggota.

Dengan bermunculannya artis dan komunitas, *urban toys* di Indonesia semakin berkembang bahkan dalam pembuatan karyanya tidak hanya sekedar membawa gagasan individu melainkan menciptakan konsep kolektif dari komunitas. Sejalan dengan bertumbuhnya *urban toys* di Indonesia, berkembang pula beberapa *platform* dan *event-event* yang diadakan setiap tahunnya sebagai sarana publikasi *urban toys* yang secara spesifik memamerkan karya *urban toys*, baik karya lokal maupun produksi pabrik luar negeri.

Tabel 1.1 Event *urban toys* dalam negeri

No.	Nama Event	Lokasi	Waktu
1.	Battle of The Toys	Balai Kartini	Reguler Tahunan
2.	Jakarta Toys and Comic	Balai Kartini	Reguler Tahunan
3.	Star Words Day	Kuningan City	Periodik
4.	Real American Heroes	Kuningan City	Periodik
5.	Urban Toys Stage	Kuningan City	Periodik

(Sumber: Hasil Penelitian Data Sekunder)

Dari data diatas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah memiliki antusiasme yang baik terhadap *urban toys* di Indonesia. Tidak hanya itu, ada juga artis *urban toys* Indonesia yang sudah mendapatkan apresiasi dari perusahaan internasional, yaitu Kong Andri yang bersama dengan 29 artis *toys* lainnya berpartisipasi dalam proyek *toys* android yang diselenggarakan oleh Dead Zebra Inc. bersama google. (Mazidah,2015).

Meskipun begitu budaya populer masih banyak dipakai oleh para kreator *urban toys* sebagai tema penciptaan karyanya karena arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang cepat budaya populer dari luar negeri yang masuk ke indonesia lebih mendominasi daripada budaya lokal indonesia itu sendiri. Selain itu, memungkinkannya lebih mudah diterima dan digemari oleh masyarakat. hal ini tentunya juga akan berdampak terhadap kelestarian budaya lokal Indonesia yang mungkin juga akan kehilangan citranya sebagai warisan budaya .

Tatang Suhenra atau yang biasa dikenal dengan Tatang S adalah seorang komikus yang dikenal dengan komik Gareng-Petruknya yang tenar pada tahun 90an ini menjadi salah satu komikus legend yang ada diindonesia yang karya-karya nya sudah tidak diragukan lagi dan menjadi salah satu komikus yang melestarikan budaya indonesia Sebelumnya memang sudah banyak yang membuat komik Gareng-Petruk seperti misalnya HAB, Hidayat Sujana, Rachman, Rowing, Rini A.S, dan tentu saja Indri S. Tetapi komikus Tatang S yang paling eksis, karena ia sudah melewati berbagai generasi, mulai dari era komik silat tahun 60-70an, Punakawan (Gareng-Petruk) 80an, hingga era komik agama (surga-neraka) ditahun 90an.

Salah satu karakternya yaitu karakter Petruk-Gareng dari Komik karya Tatang Suhendra yang sangat khas karena komik Tatang Suhendra selalu menggunakan tokoh Punakawan dalam pewayangan, seperti Petruk-Gareng yang dijadikan tokoh utama. Komik-komik Tatang Suhendra bergaya humor, dengan cerdas Tatang mengangkat tema berupa *urban legend horror* dan kepahlawanan, juga mengenai keseharian yang

diceritakan secara sederhana, dengan tema keseharian seperti pekerjaan, pengangguran, romantika orang pinggiran hingga horror dengan tokoh utamanya adalah Petruk-Gareng sehingga membuat cerita dari komik Tatang Suhenra bisa dengan mudah diterima oleh masyarakat. Di dalam komiknya akan dijumpai keluguan, kekonyolan, sampai ironi kehidupan yang lekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, Tatang tidak main-main dalam menciptakan karakter punakawan di setiap komiknya.

Karakter komik Petruk-Gareng seperti diketahui awalnya merupakan karakter yang sudah lama diketahui dan dikenal hanya sebatas karakter tokoh pewayangan yang semakin berkembangnya jaman mulai dilupakan oleh masyarakat yang mungkin hanya terbatas kalangan usia tertentu yang mengetahuinya. Oleh karena itu, perancangan ini dilakukan agar eksistensi dari budaya lokal Indonesia dalam hal ini yaitu karakter petruk-gareng agar tetap eksis dan digemari masyarakat namun tidak terkesan kuno dan ketinggalan jaman dengan menyisipkan tema budaya urban maupun ideologi yang familiar dengan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah dalam perancangan ni adalah bagaimana merancang sebuah perancangan urban toys yang diadaptasi dari karakter komik karya Tatang S. dan bagaimana memperkenalkan *urban toys* kepada masyarakat dengan menggunakan karakter komik karya Tatang Petruk-Gareng sebagai salah satu upaya agar semakin dikenal lagi dan mudah diterima masyarakat luas serta mendapatkan tempat tersendiri di hati para pecinta *urban toys* dengan ciri khas kearifan lokal indonesia yang tentu tidak kalah dengan urban toys dari luar negeri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Surabaya, dan difokuskan pada perancangan *urban toys* dengan menggunakan karakter Petruk-Gareng karya Tatang Suhenra.

Dalam mendukung perancangan ini, diperlukan data pendukung berupa data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data, sementara sumber sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011:308). Pengumpulan data dilakukan adalah dengan melakukan observasi. Hal – hal yang diobservasi adalah jenis-jenis dari *urban toys* teknik pembuatan dari urban toys bahan untuk membuat *urban toys* dan jenis/model *urban toys* yang diminati oleh kolektor/pecinta *toys*. Dalam observasi ini penulis juga terlibat langsung dengan *creator urban toys* asal Surabaya yang juga selaku *founder* dari Toyskita. Adapun data sekunder didapatkan dengan menggunakan metode kepustakaan yaitu dengan mengumpulkan data dari komik Tatang S artikel, jurnal serta berita yang membahas tentang *urban toys*.

Menggunakan teknik analisa data 5W+1H yang digunakan untuk menulis informasi. Penggunaan Analisis ini di tujukan untuk mencari data guna menjawab pertanyaan dan sebagai dasar permasalahan dari perancangan yang di angkat. Setelah itu barulah membuat sebuah gambar rancang atau sketsa yang faktual, sistematis dan akurat berdasarkan data-data yang ada di lapangan.

Tahapan tahapan yang dilakukan sebelum merancang desain urban toys dari adaptasi karakter komik karya Tatang S yaitu :

Pengumpulan data, dengan cara observasi dan wawancara. Analisis data, yang dikumpulkan dianalisis dengan 5W+1H untuk memperkuat ide konsep desain. Konsep desain, penyusunan dan perancangan konsep berdasarkan data yang telah didapat dan dioalah di pengumpulan data dan analisis data. Perwujudan karya, pembuatan karya dilakukan dengan proses panjang dengan melalui penggabungan antara *urban toys* dan karakter Petruk Gareng dari komik Tatang S, kemudian membuat sketsa/thumbnail dengan teknik dua dimensi, membuat tightissue dengan memilih warna dan gaya visual yang sesuai dengan karakter Petruk Gareng karya Tatang S , lalu final desain dengan membuat desain vector menggunakan Adobe Illustrator, selanjutnya final desain tersebut diproses menjadi 3D. Dengan begitu akan tercipta karya desain dengan konsep yang kuat dan original.

KERANGKA TEORETIK

a. Sejarah Urban Toys

Sejarah *Urban Toys* berawal dari Hong Kong jenis mainan yang berawal di Hong Kong pada 1997 (kanten, and Hubner.2006) ini memang sengaja dibuat oleh para desainer sebagai bentuk perlawanan dari mainan yang mainstream. Desainer yang memulai pergerakan *Urban Toy* adalah Michael Lau, ia memulai dengan yang mendandani boneka GIJoe dengan gaya *street fashion* ala penyanyi hip-hop (Lubow, 2004). Lantas banyak desainer yang meniru gaya ini mulai dari desainer Jepang, Eropa, sampai Amerika Serikat. Sejak itu, mulailah para desainer berlomba-lomba membuat mainan sesuai kreativitas mereka tanpa harus jengah dibatasi atau tanpa campur tangan industri mainan.

Urban toys lahir dari budaya urban, *urban toys* tentu menjadi pembahasan bagi segala kondisi yang berkaitan dengan urban. Urban berasal dari kata latin *Urbanus* atau *Urbs* yang berarti kota. Urban berarti sesuatu yang bersifat kota yang secara langsung maupun tidak, terkait dengan urbanisasi (perpindahan penduduk dari desa ke kota). Sedangkan segala tindakan, tingkah laku, sikap dan berpikir manusia urban ditengah tatanan hidup kota masyarakat modern disebut budaya urban (Setijowati, 2010)

b. Perbedaan *Urban toys* dengan *Action Figure*

Perbedaan *Urban toys* dan *Action Figure*, *Urban toys* dapat disebut bukan sekadar mainan biasa. *Urban Toys* adalah suatu produk yang lahir dari budaya *pop culture*, *urban culture*, atau *urban art* yang dirancang seorang desainer/artist yang umumnya diproduksi secara terbatas (*limited edition*) serta diburu desainer dan kolektor lainnya. *Urban toys* disebut juga mainan orang dewasa karena desain khasya yang unik Jika diterjemahkan dari bahasa Indonesia *Urban Toys* disebut “seni mainan”, adalah ,mainan baru dan koleksi yang dibuat oleh seniman dan desainer independen, yang biasanya mereka hasilkan dalam edisi terbatas. (Leibrock, 2004). Sedangkan mainan yang berkarakter atau berpose terbuat dari plastik atau bahan lainnya berbentuk sesuai dengan karakter atau tokoh yang

diinginkan dan diproduksi secara massal disebut dengan *Action Figure*. *Action Figure* biasa mengadaptasi karakter atau tokoh berdasarkan tokoh film, *video game*, komik, dan serial televisi.

c. Jenis-Jenis Urban Toys

- Versi asli original yang didesain atau dirancang oleh team atau desainer itu sendiri
- Memakai desainer tamu untuk mendesain urban toys atau yang sering disebut dengan kolaborasi (*collabs*)
- Versi *DIY Series* atau *Blank* contoh : Ada 3 bentuk dasar platform/blank yang paling populer digunakan dalam pembuatan urban toys, yaitu “*munny*”, “*dunny*”, dan “*labbit*”. 1) *Munny* pertama kali dirilis pada 2012, sebagai *blank vinyl urban toys* yang didesain untuk menginspirasi kreatifitas dan memungkinkan untuk membentuk ulang, mengembangkan, mengecat, merusak ataupun menempel dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah urban toys dengan bentuk baru sesuai imajinasi maupun gagasan yang ingin disampaikan. 2) *Dunny* adalah *urban toys* yang diciptakan oleh kidrobot dan Tristan Eaton. Sampai saat ini *dunny* sudah menjadi *urban toys* yang dikoleksi karena seri *dunny* dibuat berkolaborasi dengan seniman populer, seniman *grafitti*, *fashion designer*, *illustrator*, dan juga legenda seni ikonik. Sejak 2 dekade *dunny* menjadi platform yang ikonik karena diproduksi dengan terbatas. 3) *Labbit* adalah karakter kelinci yang diciptakan oleh seniman pop terkenal, yang juga sebagai Kidrobot Direktur, Frank Kozik. (Kidrobot.com).

d. Bahan/Material Urban Toy

Bahan yang sering digunakan untuk membuat urban toys adalah PVC/Vinyl, Plastik, Kayu, P.U. Resin Casting dan Clay sebagai Raw Model atau Master. Tetapi sebagian besar creator lokal (Indonesia) menggunakan P.U Resin Casting karena memiliki kualitas yang hampir sama dengan PVC/Vinyl tetapi memiliki harga yang lebih terjangkau serta mudah di dapat. Karena PVC/Vinyl harus mempergunakan mesin pabrik dan harus membeli setara kuota produksi pabrik dan harus import.

e. Teknik Pembuatan Urban Toys

Teknik pembuatan urban toys melalui beberapa tahap. Tahap pertama membuat desain/sketsa lalu desain final , tahap selanjutnya membuat raw model atau yang biasa disebut master, untuk membuat raw model atau master yang harus dimiliki kreator toy adalah skill *sculpting*. Untuk membuat *raw model creator* biasa menggunakan clay. Setelah master atau *raw model* sudah menjadi bentuk yang diinginkan barulah bias untuk dicetak/diperbanyak. Ada juga teknik yang lebih mudah menggunakan 3D *sculpting* dan proses cetaknya menggunakan 3D print, tetapi teknik ini membutuhkan investasi/biaya yang mahal.

f. Komik Tatang Suhenra

Pada dasarnya komik Petruk Gareng karya Tatang S ini memiliki tema yang dekat dengan masyarakat, dari romansa, horror dan kepahlawanan (hero). Komik karya Petruk gareng ini memiliki gaya visual yang berlebihan atau dilebih-lebihkan terutama pada tokoh utamanya yaitu Gareng dan Petruk. Aspek berlebihan atau hiperbola ini, mengikuti gaya visual pada wayang, baik wayang kulit maupun wayang golek.

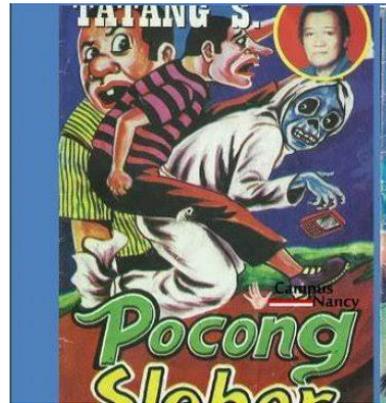
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengumpulan data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perlunya perancangan komunikasi visual berupa *urban toys* yang juga tidak meninggalkan kearifan lokal budaya Indonesia. Hal ini dilakukan karena arus globalisasi dan kemajuan teknologi secara tidak langsung membawa budaya populer negara lain seperti Jepang dan Amerika, khususnya karakter pada komik Jepang dan karakter komik Amerika misalnya Naruto, One Piece dan karakter komik Marvel dan DC Comic dimana karakter komik Jepang dan Amerika tersebut dipasarkan dan lebih mendominasi bahkan sampai menggeser budaya lokal Indonesia itu sendiri. Oleh karena itu, perancangan *urban toys* ini dibuat sebagai

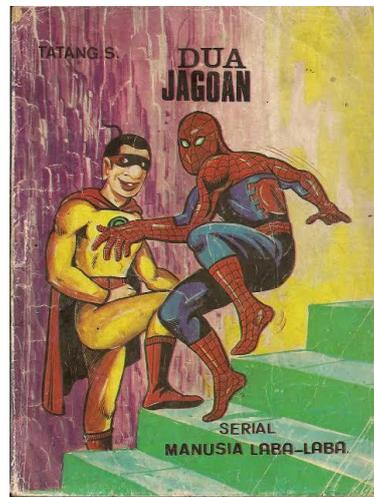
salah satu cara agar eksistensi dari budaya lokal Indonesia tetap eksis dan lestari bahkan digemari oleh masyarakat. Begitupun dengan komik karya Tatang S yang mungkin hanya terbatas kalangan usia tertentu saja yang mengetahui dan mengenalnya, dengan memadukan kultur populer berupa *urban toys* dengan kearifan lokal yaitu menggunakan karakter Petruk-Gareng yang terinspirasi dari komik karya Tatang ini diharapkan banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui dan mengenalnya sebagai salah satu mainan (*toys*) warisan budaya yang tidak ketinggalan jaman dan perlu dibanggakan selain itu, juga menjadi salah satu media sosialisasi dan komunikasi budaya kreatif yang memungkinkan dapat mensosialisasikan warisan budaya yang mudah diterima dan semakin dikenal di kalangan masyarakat Indonesia.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Novica & Hidayat (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “*Designing Urban Toys To Support Local Traditional Arts*” dimana penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk membantu keberlangsungan kesenian tradisional daerah indonesia dengan mengulas desain *urban toys* sebagai hasil transformasi visual style wayang topeng malang (WTM) Indonesia melalui mainan yang mulai tergeser khususnya kalangan dikalangan remaja agar tetap diminati lagi. Penelitian ini menggunakan metode *atomics* dan melakukan diskusi kelompok/*focus group discuss* untuk mendapatkan model 3D sesuai rancangan urban toys yang diharapkan dapat melestarikan budaya tradisional setempat.

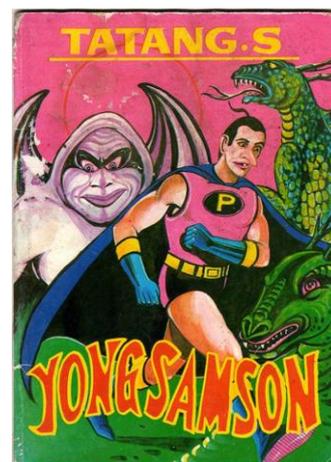
Berikut referensi cover dari komik-komik karya Tatang S. yang menjadi inspirasi perancangan urban toys dengan menggunakan karakter petruk-gareng, antara lain:



Gambar 1: cover komik Tatang S. dengan judul pocong slebor (Sumber: pinterest)



Gambar 2: cover komik tatang s. Dengan judul dua jagoan (sumber: pinterest)



Gambar 3: Cover komik Tatang s dengan judul yongsamson (sumber: pinterest)

Adapun dalam perancangan ini platform/blank yang digunakan adalah bentuk “munny”. bentuk “munny” dipilih oleh penulis

karena memiliki bentuk yang paling manusiawi dan tidak terkesan sara selain itu, platform/blank “munny” juga dirasa paling populer karena banyak *creator toys* besar yang juga menggunakannya sebagai salah satu platform/blanknya seperti (Instagram: @mrkumkum) dan (Instagram: @quiccs) untuk karya-karya nya oleh karena itu, bentuk “munny” yang telah banyak populer dikalangan *creator toys* akan memudahkan penulis untuk dijadikan sebagai media perancangan *urban toys* yang nantinya akan dipadukan dengan karakter Petruk-Gareng yang terinsipasi dari komik karya Tatang S yang nantinya akan menghasilkan bentuk visual baru yang sesuai dengan karakter petruk-gareng jika dibandingkan dengan dunny dan labbit yang memiliki bentuk kelinci.

Berikut merupakan bentuk-bentuk *platform/blank*, antara lain:



Gambar 4. Munny
(sumber: kidrobot.com)



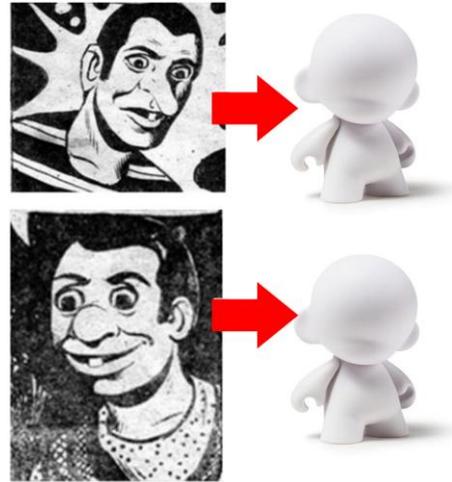
Gambar 5. Dunny
(sumber: kidrobot.com)



Gambar 6. labbit
(sumber: kidrobot.com)

Penggabungan *platform/blank munny* dengan adaptasi yang mengambil karakter petruk-gareng dari komik karya Tatang S. yang memadukan budaya populer *urban toys* “munny” dengan budaya lokal yaitu karakter petruk-gareng

menghasilkan produk baru berupa karya *urban toys* sebagai berikut:



Gambar 7. penggabungan karakter Gareng-Petruk dan Munny
(sumber:penulis)

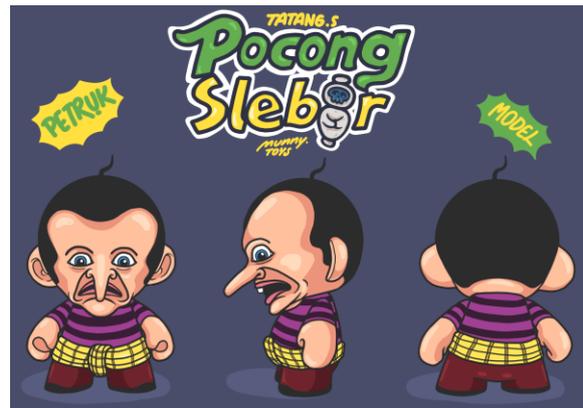


Gambar 8. sketsa desain karakter petruk-gareng dengan munny untuk urban toys
(sumber:penulis)



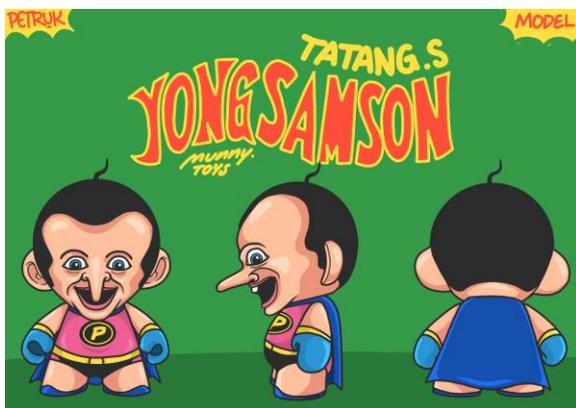
Gambar 9. Desain urban toys 2D gareng serial manusia laba-laba (sumber: penulis)

Urban toys Gareng dari dua jagoan serial manusia laba-laba di desain dari *platform munny*, bentuk wajah Gareng dibuat sesuai ciri khas hidung bulat dan pakaian superhero dari gareng. Menggunakan warna yang sama seperti yang terdapat pada cover komik agar masyarakat lebih mudah mengenali karakter superhero gareng Tatang.S tanpa menghilangkan ciri khas pada komik Tatang.S.



Gambar 11: desain urban toys 2D petruk pocong slebor (sumber: penulis)

Urban toys Petruk dari serial pocong slebor di desain dari *platform munny*, bentuk hidung panjang seperti ciri khas petruk wajah didesain dengan raut muka takut untuk menggambarkan kesan horror seperti judul pada komik. Menggunakan warna yang sama seperti yang terdapat pada cover komik agar masyarakat lebih mudah mengenali karakter petruk karya Tatang.S tanpa menghilangkan ciri khas pada komik Tatang.S



Gambar 10: desain urban toys 2D petruk yongsamson (sumber: penulis)

Urban toys Petruk dari serial yongsamson di desain dari *platform munny*, bentuk wajah dan pakaian superhero dari petruk yang memiliki ciri khas hidung panjang. Menggunakan warna yang sama seperti yang terdapat pada cover komik agar masyarakat lebih mudah mengenali karakter superhero petruk karya Tatang.S tanpa menghilangkan ciri khas pada komik Tatang.S.



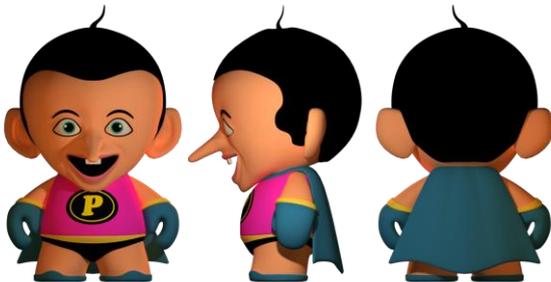
Gambar 12: desain urban toys 2D gareng pocong slebor (sumber: penulis)

Urban toys Gareng dari serial pocong slebor di desain dari *platform munny*, bentuk hidung bulat seperti ciri khas gareng wajah didesain dengan raut muka takut untuk menggambarkan kesan horror seperti judul pada komik. Menggunakan warna yang sama seperti yang terdapat pada cover komik agar masyarakat lebih mudah mengenali karakter gareng karya Tatang.S tanpa menghilangkan ciri khas pada

komik Tatang.S Berikut contoh hasil desain modeling 3D :



Gambar 13. Desain 3D Model Urban Toys Petruk Yongsamson (sumber : penulis)



Gambar 14. Desain 3D Model Urban Toys Petruk Yongsamson versi berwarna (sumber:penulis)



Gambar 15. desain kemasan *urban toys* petruk yongsamson (sumber: penulis)

Desain kemasan *urban toys* Petruk dari serial yongsamson di desain dengan warna hijau untuk memberikan warna yang kontras atau

mencolok namun tetap sesuai dengan komik, menggunakan *typeface* dekoratif yang sama seperti pada cover, terdapat aksan gambar sayap berwarna pink yang diambil dari musuh superhero petruk dari seial yongsamson serta terdapat gambar petruk yang sama seperti *urban toys* dan cover komik petruk dari serial yongsamson.



Gambar 16. desain kemasan *urban toys* gareng dua jagoan (sumber: penulis)

Desain kemasan *urban toys* Gareng dari dua jagoan serial manusia laba-laba di desain dengan warna ungu dan kuning yang diambil dari mayoritas warna dari cover komik, menggunakan *typeface* dekoratif yang penulis buat sendiri karena *typeface* dari cover komik kurang menarik Terdapat gambar gareng yang sama seperti *urban toys* dan cover komik gareng dari serial dua jagoan serial manusia laba-laba.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang sudah disampaikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut yaitu penelitian ini menunjukkan bahwa *urban toys* di Indonesia sudah mulai berkembang dengan munculnya artis *urban toys* lokal baik individu, maupun komunitas. Serta event-event yang sudah rutin digelar juga menunjukkan perkembangan tersebut. Dalam perancangan ini *urban toys* akan di diproduksi dan disesuaikan dengan pemangku kepentingan dan hasilnya akan dipublikasikan melalui media social agar mendapat respon dari masyarakat. Perancangan produk ini diharapkan dapat

memberikan tanggapan dan komentar yang dapat mengembangkan produk lebih lanjut dan pada saatnya dapat menjadi media alternatif baru untuk melestarikan budaya/karakter lokal Indonesia.

Saran dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, yang khususnya mendalami perancangan *urban toys*, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat mengenai urban toys dan karakter punakawan, serta diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan wawasan dalam bidang keilmuan desain komunikasi visual untuk memecahkan masalah yang ada.

REFERENSI

- Atilgan, N. S. (2014). "Designer activity through open source knowledge : designer toys movement". *Social and Behavioral Sciences*, 122, 35–39.
- Barry, A. (2004). *Perception theory. In s. m. kensmith, handbook of visual communication*. London: Routledge.
- Deden, M. (2016). "Karakteristik Komik Petruk-Gareng Karya Tatang S.: Sebuah Tinjauan Tema dan Latar Cerita" Diakses pada tanggal 19 April 2020 dari <https://academia.edu> demandia, Vol. 01 No. 01 (Maret 2016): 62- 81
- Kidrobot.com
Diakses pada tanggal 2 April 2020
- Lubow, Arthur (2004). "cult figure". *New York Times*. Diakses pada tanggal 8 Juni 2020 dari https://wikimili.com/en/Art_Toys
- Mazidah, I. (2015). "Peluang Usaha Kontan". Diakses pada tanggal 26 Maret 2020 <http://peluangusaha.kontan.co.id/news/potensi-mainan-art-toys-tak-main-main>
- Novica & Hidayat (2019). *Designing Urban Toys To Support Local Traditional Arts. Advances In Social Science, Education And Humanities Research (419)*.
- Oktaviani, R.C. (2019). *Urban toys komunikasi visual sebagai citra intermix tradisional dan budaya populer. Profesi Humas*. 3(9). 114-133
- Robert Klanten; Matthias Hubner, eds. (2006). "Dot Dot Dash: Designer Toys, Action Figures and Character Art". *Die Gestalten Verlag*. Pp. 4-7. Diakses pada tanggal 8 Juni 2020 dari https://wikimili.com/en/Art_Toys
- Sandy, Yudha (2017). "Profil Tatang S, Komikus yang Melegenda lewat karyanya yang populer yaitu komik Petruk Gareng". Diakses pada tanggal 8 Juni 2020 dari <https://komikkoplak.blogspot.com/2017/10/profil-tatang-s-komikus-yang-melegenda.html>
- Setijowati, Adi dan Kawan-Kawan (Ed). (2010). *Sastra dan budaya Urban dalam Kajian Lintas Media*. Surabaya: Airlangga University Press, 10.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Williams, Robert. (1979). *The Lowbrow Art of Robert Williams*, Rip Off Press, Inc, USA.
- White, D. (2018). *Study academy lesson*. Diambil dari Diakses pada tanggal 5 Juni 2020 dari <https://study.com/Academy/Lesson/What-Is-Visual-Communication-Definition-History-Theory-Examples.Html#Transcripthead>
- Yusrini, F. (2017). "Serunya para kolektor berburu urban toys". Diakses pada 20 Maret 2020 dari www.femina.co.id <https://www.femina.co.id/trending-topic/serunya-para-kolektor-berburu-urban-toy>