

## ANIMASI 3D WAYANG POTEHI DENGAN GAYA GAMBAR *GHIBLI* SEBAGAI MEDIA PROMOSI MUSEUM GUBUG WAYANG DI MOJOKERTO

Muhammad Azhar Alan Arjunanta<sup>1</sup>, Muh Ariffudin Islam<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
muhammadazhar.20045@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
muhariffudin@unesa.ac.id

### Abstrak

Museum Gubug Wayang menggunakan berbagai media, seperti website dan Instagram, untuk mempromosikan dan mengedukasi masyarakat tentang kesenian wayang sebagai bagian dari warisan budaya. Mayoritas pengunjung terinspirasi untuk datang ke museum dari Instagram. Namun, museum menghadapi kendala dalam membuat media promosi yang sesuai dengan karakteristik target pengunjung karena kekurangan sumber daya manusia (SDM). Untuk mengatasi masalah ini, mereka ingin merancang animasi 3D yang berfokus pada Wayang Potehi dan boneka si Unyil. Tujuannya adalah mengajak generasi muda untuk mengenal dan memahami nilai-nilai budaya tradisional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis data Miles & Huberman serta pendekatan *Design Thinking*. Sebelum perancangan, dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, animasi yang telah dirancang dengan gaya gambar *ghibli* diujikan kepada audiens target dan mendapat respon positif atas visualnya yang menarik serta kemampuannya dalam mengkomunikasikan pesan untuk mempromosikan museum. Hasil penelitian ini berupa animasi 3 dimensi menggunakan gaya gambar *ghibli* yang diharapkan dapat membantu memperluas apresiasi terhadap seni wayang dan mendorong kesadaran akan pentingnya melestarikan budaya Indonesia.

**Kata Kunci:** Museum Gubug Wayang, Wayang Potehi, Animasi 3D, Gaya Gambar *Ghibli*

### Abstract

*The Gubug Wayang Museum uses various media, such as websites and Instagram, to promote and educate the public about wayang art as part of cultural heritage. According to Ahmad Sya'dan, Museum's Manager, the majority of visitors are inspired to come to the museum from Instagram. However, museums face obstacles in creating profile videos that suit the needs of target visitors due to a lack of human resources. To overcome this problem, they want to design a 3D animation focusing on the Potehi puppet and the Unyil puppet. The aim is to invite the younger generation to know and understand traditional cultural values. This research uses descriptive qualitative methods with Miles & Huberman data analysis and a Design Thinking approach. Before designing, data was collected through observation, interviews and documentation. Once completed, the animation was tested with the target audience and received a positive response for its attractive visuals and ability to communicate messages to promote the museum. The result of this research is a 3d animation video with ghibli style and it is hoped that this step will help broaden appreciation for wayang art and encourage awareness of the importance of preserving Indonesian culture.*

**Keywords:** Gubug Wayang Museum, Potehi Puppet, 3D Animation, Ghibli Drawing Style

### PENDAHULUAN

Budaya adalah suatu keterhubungan antara pengetahuan, kepercayaan, seni, kesusilaan, hukum, dan adat istiadat yang dipelajari manusia sebagai anggota masyarakat. Akan tetapi, seiring perkembangan globalisasi, terkikisnya warisan

kebudayaan menjadi salah satu masalah yang dihadapi di zaman modern ini.

Menurut Marcel (2006), salah satu hal yang berkaitan erat dengan budaya adalah kesenian. Kesenian adalah salah satu unsur kebudayaan yang keberadaannya sangat diperlukan manusia

dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam penyajian kesenian, para seniman memiliki kebebasan dalam memilih media untuk menuangkan nilai-nilai luhur budaya kepada khalayak, salah satunya wayang. Wayang menjadi salah satu kesenian yang kerap digunakan sebagai media pertunjukan seni. Tidak dapat dipungkiri bahwa wayang juga ikut tergerus ombak globalisasi dan mulai kurang disentuh oleh masyarakat.

Maka dari itu, agar tidak terkikis dan hilang akibat globalisasi, generasi muda berperan penting dalam melestarikan wayang. Beberapa museum di Indonesia telah mengoleksi dan menjaga warisan nusantara ini, salah satunya Museum Gubug Wayang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Sya'dan, Manajer Operasional Museum Gubug Wayang, museum didirikan untuk memperkenalkan kembali budaya lampau ke masa kini. Tidak hanya dalam bentuk wayang, koleksi di museum ini adalah semua hal yang berhubungan dengan pagelaran wayang, seperti topeng, gamelan, pusaka, dan batik nusantara. Museum Gubug Wayang terus melakukan pendataan dan pelengkapan sehingga hingga sampai hari ini, mereka sudah meraih penghargaan MURI (Museum Rekor-Dunia Indonesia) sebanyak 9 penghargaan dari koleksi yang ada di Museum Gubug Wayang.

Dalam usaha untuk terus mengajak dan memperkenalkan museum sebagai wadah edukasi, Museum Gubug Wayang sudah menggunakan beberapa media promosi. Mulai dari website hingga sosial media. Sedangkan media utamanya sendiri adalah instagram. Menurut penjelasan Bapak Sya'dan, mayoritas wisatawan yang berkunjung ke museum ini adalah instansi mulai dari PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) hingga jenjang universitas yang tergerak dari media Instagram.

Permasalahan yang ditemukan adalah media yang selama ini diunggah hanya berbentuk dokumentasi kunjungan yang diunggah dalam bentuk foto dan video reels. Menurut beliau, museum kekurangan SDM (Sumber Daya Manusia) untuk membuat video promosi yang dikhususkan untuk segmen audiens. Minimnya media promosi yang cocok dengan segmen audiens ini membuat museum kesulitan

memperluas jangkauan kunjungan di luar lingkup kota Mojokerto.

Setelah proses diskusi dengan manajer museum, disimpulkan bahwa animasi 3D cocok untuk dirancang karena mampu memvisualkan detail museum dan koleksi pewayangan yang ada di sana. Selain itu, mengingat boneka si Unyil adalah karakter wayang yang sudah cukup dikenal oleh khalayak, wayang potehi dipilih sebagai penghubung budaya masa kini dan masa lampau. Hal ini dikarenakan menurut penjelasan beliau, boneka si Unyil adalah bentuk pengembangan wayang potehi di masa modern ini yang difungsikan untuk hiburan dan pembelajaran anak-anak. Hasil diskusi lain juga menghasilkan terpilihnya gaya gambar ghibli karena selain sesuai dengan karakteristik audiens utama yakni pelajar anak-anak dan remaja, tema *nature and culture* yang kerap dibawakan animasi-animasi *ghibli* juga cocok dengan konsep keasrian dan kebudayaan yang ingin diusung oleh Museum Gubug Wayang.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menyusun dan mendeskripsikan konsep perancangan, serta menghasilkan video animasi untuk kebutuhan media promosi Museum Gubug Wayang di Mojokerto.

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang mengulas fenomena serupa sebelum penelitian ini dilaksanakan. Penelitian pertama merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan oleh Bagaskoro pada tahun 2020 dengan judul "Perancangan Animasi 3D Punakawan Sebagai Media Edukasi dan Media Promosi Museum Wayang Kekayon" bertujuan untuk memperkenalkan tokoh wayang yang dimiliki Museum Wayang Kekayon dan mengajak masyarakat untuk mengunjungi Museum Wayang Kekayon.

Penelitian kedua berjudul Perancangan Animasi 3d sebagai Media Promosi *Paper Quilling* Produksi Pacepulo. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mampu menampilkan proses paper quilling dengan singkat namun detail. Permasalahan yang dihadapi adalah media promosi produk hanya menggunakan foto di media sosial, yang

menyebabkan kurangnya pemahaman audiens tentang paper quilling.

Penelitian yang ketiga berjudul “Perancangan Animasi 3D Iklan Layanan Masyarakat Kampanye Sosial Vaksinasi Covid-19 di Banyumas”. Penelitian ini dilakukan oleh Wahyudi pada tahun 2022 yang merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat Banyumas terkait pemberitaan miring tentang program vaksinasi tersebut, sehingga masyarakat terdorong untuk mengikuti program vaksinasi.

Penelitian yang keempat berjudul “Perancangan Animasi 3D Gedung Fakultas Teknik Universitas Serambi Mekkah Sebagai Media Informasi”. Penelitian ini dilakukan oleh Baihaqi pada tahun 2019. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk media promosi kepada seluruh lapisan masyarakat, khususnya masyarakat di Provinsi Aceh dalam mempromosikan fasilitas-fasilitas yang terdapat di fakultas teknik Universitas Serambi Mekkah kepada calon mahasiswa baru.

Penelitian yang kelima berjudul “Perancangan Animasi 3 Dimensi Sebagai Upaya Penedukasian Masyarakat Mengenai Pentingnya Mencintai Rupiah Sebagai Mata Uang Negara Indonesia”. Penelitian kualitatif deskriptif ini dilakukan oleh Ashshiddiqie pada tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui tahapan-tahapan yang dilalui dalam merancang animasi 3D kecintaan terhadap rupiah dan pengaruhnya terhadap daya tarik edukasi berbalut animasi 3D.

Persamaan penelitian ini dengan kelima penelitian di atas adalah sama-sama menghasilkan *output* video animasi 3d. Selain itu, kesamaan dengan kelima penelitian di atas termasuk ke dalam penelitian kualitatif deskriptif, dimana proses pengumpulan datanya terdiri dari observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi.

Selain ditemukan kesamaan, perbedaan yang dapat dijumpai pada penelitian ini dengan penelitian di atas yakni pada objek penelitian yang dipilih. Selain itu, terdapat juga perbedaan kegunaan media animasi 3D seperti media edukasi, media informasi, dan media promosi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang diterapkan bersifat kualitatif, meliputi observasi di lapangan, wawancara dengan narasumber, dan kajian pustaka. Tahap perancangan selanjutnya akan memanfaatkan metodologi design thinking. Moleong (2007) mengemukakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa ungkapan tertulis maupun lisan dari subjek penelitian, serta perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Pada penelitian ini sumber data yang dikumpulkan didapatkan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui proses observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Selain itu ada juga data sekunder yang didapatkan dari studi literatur.

Dalam penelitian, pengumpulan dan pengukuran data memerlukan instrumen dan teknik yang tepat. Menurut Hikmawati (2020), hal ini penting untuk membandingkan data dengan standar yang telah ditetapkan. Lebih lanjut, ia menekankan bahwa penentuan teknik pengumpulan data merupakan langkah krusial dalam proses penelitian, mengingat tujuan utamanya adalah memperoleh data. Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Pemilihan teknik yang sesuai sangat menentukan keberhasilan dan kualitas hasil penelitian.

### **1. Observasi**

Observasi dilakukan dengan Melakukan pengamatan secara langsung di lokasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, dengan mendatangi Museum Gubug Wayang berlokasi di Jalan R.A Kartini, Mergelo, Kauman, Kec. Prajurit Kulon, Kota Mojokerto, Jawa Timur.

### **2. Wawancara**

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan narasumber yaitu Bapak Ahmad Sya'dan selaku Manajer Operasional Museum Gubug Wayang. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi, sejarah, dan kebutuhan yang dihadapi museum.

### 3. Dokumentasi

Menurut Hikmawati (2020) disebutkan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

### 4. Kuesioner

Dalam penelitian ini, angket diberikan kepada validator untuk memberikan penilaian dan masukan pada hasil perancangan. Selain itu, angket juga diberikan kepada pengunjung yang menjadi target audiens Museum Gubug Wayang.

Miles & Huberman (2014) mengemukakan bahwa teknik analisis data kualitatif memiliki 3 tahapan, antara lain: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data ataupun merangkum informasi bersumber pada hal-hal yang penting untuk dibahas atau diambil satu kesimpulan. Reduksi data bisa dilakukan dengan cara melakukan abstraksi atau merangkum hal yang penting agar tetap berada dalam penelitian.

#### 2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, maka dilanjutkan dengan penyajian data. Penyajian data dilakukan dengan menggunakan tabel, gambar, dan teks naratif agar data mudah dibaca dan dipahami. Serta menggambarkan data-data dari hasil reduksi data dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami.

#### 3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.

Dalam perancangan ini, metode *design thinking* digunakan sebagai metode perancangan. Metode ini dikenal sebagai proses berpikir menyeluruh yang berfokus pada penciptaan solusi. Prosesnya diawali dengan memahami kebutuhan pengguna melalui empati, mengutamakan pendekatan yang berpusat pada manusia. Menurut Razi et al. (2018) metode *design thinking* terdiri dari beberapa tahapan yang saling berkaitan.

#### 1. *Emphatize*

Pada tahap ini dilakukan observasi lapangan dan wawancara pada selaku pengelola usaha museum.

#### 2. *Define*

Hasil dari data yang terkumpul pada tahap pertama dijabarkan lalu dikerucutkan sehingga dapat terfokus pada satu permasalahan atau satu isu.

#### 3. *Ideate*

Pada tahap ketiga ini, desainer berupaya menciptakan solusi atas permasalahan yang ada. Caranya adalah dengan melakukan sesi curah pendapat (*brainstorming*) bersama tim dan pihak-pihak terkait.

#### 4. *Prototype*

Prototype yang telah dibuat akan dilakukan sebuah ujicoba produk kepada validator yang ahli di bidangnya. Dengan memberikan angket penilaian dan masukan kepada validator, masukan untuk produk yang akan didapatkan.

#### 5. *Test*

Setelah Prototype jadi dan berhasil melalui uji coba dari validator, pada tahap testing rancangan diuji coba kepada target audiens dengan memberikan angket sebagai penilaian.

## KERANGKA TEORETIK

### Elemen dan Peranan Animasi 3D sebagai Media Promosi

#### 1. Definisi Animasi

Animasi, menurut definisi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah sebuah program televisi yang terdiri dari serangkaian gambar atau lukisan. Gambar-gambar ini digerakkan secara mekanis atau elektronik sehingga tampak hidup di layar. Dengan demikian, animasi dapat dipahami sebagai sebuah proses yang membuat gambar seolah-olah hidup melalui serangkaian teknik penggerakan.

#### 2. Definisi Promosi

Kotler dan Keller dalam Azmi & Islam (2024) mengemukakan bahwa dalam dunia pemasaran, promosi berperan sebagai sarana komunikasi yang penting. Tujuannya adalah menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan membangun *awareness* tentang produk yang ditawarkan. Strategi promosi dapat diterapkan melalui berbagai platform media, menggunakan

kombinasi elemen visual yang menarik dan pesan-pesan yang mampu menarik perhatian audiens.

### 3. Keunggulan Animasi dalam Iklan

Hushain et al. (2023) mengemukakan bahwa menggunakan animasi dalam iklan memiliki beberapa keunggulan. Pertama, animasi mampu meningkatkan daya tarik visual suatu produk, membuatnya lebih hidup dan menarik perhatian. Kedua, animasi dapat meningkatkan fungsionalitas dan nilai dari objek yang diiklankan. Keunikan animasi terletak pada kemampuannya untuk menciptakan efek dan gerakan pada objek yang sebenarnya statis. Hal ini memberikan hasil visual yang tidak mungkin dicapai melalui teknik pengambilan gambar langsung atau pemotretan biasa.

### 4. Jenis-jenis Animasi

#### a. Animasi 2D

Animasi dua dimensi (2D) merupakan teknik penciptaan animasi yang menggunakan gambar dengan dua sumbu koordinat, yaitu X dan Y. Menurut Gunawan (2013), animasi jenis ini juga dikenal sebagai animasi manual. Proses pembuatannya dimulai dengan menggambar secara tradisional di atas kertas. Selanjutnya, gambar tersebut dipindai dan dimasukkan ke dalam komputer untuk diubah menjadi berkas digital. Teknik ini menggabungkan metode tradisional dengan teknologi digital untuk menghasilkan animasi 2D.

#### b. Animasi 3D

Animasi tiga dimensi (3D) merupakan bentuk gambar bergerak yang diciptakan dalam ruang digital tiga dimensi, mencakup sumbu X, Y, dan Z. Huda dan Ardi (2021) menjelaskan bahwa proses pembuatan animasi 3D melibatkan pengambilan serangkaian potongan gambar atau frame menggunakan kamera virtual. Setelah pengambilan gambar selesai, animasi tersebut kemudian melalui tahap pengolahan akhir yang disebut proses rendering video. Proses ini mengubah rangkaian frame menjadi sebuah video animasi 3D yang utuh.

### 5. Penerapan Gaya Gambar *Ghibli* pada Pembuatan Animasi

Studio Ghibli didirikan pada tahun 1985 oleh tiga tokoh penting dalam dunia animasi Jepang: sutradara Hayao Miyazaki dan Isao Takahata, serta produser Toshio Suzuki. Miyazaki adalah pencetus nama "Ghibli" untuk studio ini.

Chang (2023) mengemukakan bahwa gaya Studio Ghibli ditandai dengan kesederhanaan dan kejelasan. Gaya gambar ini terkenal dengan warnanya yang kontras dan palet warna yang harmonis untuk menciptakan pemandangan yang menarik secara visual.



Gambar 1. *Princess Mononoke* karya Studio Ghibli

Sumber: Gamerant.com (2022)

Linghorn (2019) menyebutkan bahwa referensi Studio Ghibli sangat mempengaruhi gaya gambar dari Shinkai. Akan tetapi, keduanya memiliki perbedaan, yang mana *ghibli* masih menggunakan cara tradisional menggunakan hand-drawn tanpa menggunakan CGI (*Computer Generated Imagery*).



Gambar 2. *The Garden of Words* karya Makoto Shinkai

Sumber: Alphacoders.com (2022)

### 5. Tahapan Pembuatan Animasi 3D

Juang (2017) dalam bukunya menjelaskan bahwa proses pembuatan animasi 3D lebih sederhana dibandingkan animasi 2D karena seluruh tahapan dapat dikerjakan dalam satu perangkat lunak. Secara umum, proses animasi 3D terdiri dari lima tahap utama: *Modeling*, *Animating*, *Texturing*, *Lighting*, dan *Rendering*. Kelima tahap ini dapat dikerjakan sekaligus menggunakan *software* Blender. Penjelasan rinci untuk setiap tahap adalah sebagai berikut:

#### a. *Modeling*

Pemodelan adalah proses pembuatan objek yang diperlukan untuk animasi. Dimulai dari

bentuk dasar seperti kubus, lingkaran, atau kerucut. Seorang 3D Modeler bertugas mengolahnya menjadi bentuk model yang diinginkan.

b. *Animating*

Proses ini melibatkan pembuatan *keyframe* sebagai acuan pergerakan objek. Flavell (2010) menekankan pentingnya memahami pembuatan bingkai kunci dalam animasi. Berbeda dengan animasi 2D, animasi 3D tidak memerlukan *in-between* secara manual karena komputer dapat mengkalkulasinya secara otomatis.

c. *Texturing*

Tahap ini melibatkan pemberian tekstur pada model yang telah dibuat. Tujuannya adalah menentukan tingkat kehalusan atau kekasaran permukaan objek, serta memberikan detail dan nilai estetika pada animasi.

d. *Lighting*

Pencahayaan dilakukan untuk memberikan efek cahaya pada objek 3D yang telah diberi tekstur. Tujuannya adalah menghindari hasil akhir yang terlalu gelap atau terkesan datar, serta menentukan suasana dalam adegan animasi.

e. *Rendering*

Tahap ini merupakan proses akhir dari keseluruhan pembuatan animasi komputer. Juang (2017) menjelaskan bahwa pada tahap ini, semua data yang telah dimasukkan dalam proses sebelumnya akan diterjemahkan menjadi bentuk *output*. Komputer akan mengkalkulasi semua data gerakan, tekstur, poligon, bingkai kunci, dan pencahayaan menjadi serangkaian gambar berurutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Perancangan

Perancangan ini dibuat menggunakan metode *design thinking*. Metode ini meliputi tahap *emphatize* dimana diawali dengan menggali data dan informasi dengan wawancara dengan narasumber Museum Gubug Wayang. Setelah itu dilanjutkan dengan *define* dimana masalah telah ditemukan dan ditentukan tujuan perancangannya. Lalu di tahap *ideate* dimulai untuk mencari ide-ide atau solusi perancangan yang ingin dibuat. Pada tahap *prototype*, proses perancangan mulai dibuat, mulai dari tahap *storyboard* hingga membuat aset-aset yang diperlukan sampai ke tahap final desain. Pada akhirnya sampai di tahap *testing* dimana

hasil rancangan yang dibuat akan dilakukan survey kepada audiens.

1. *Emphatize*

Di tahap ini diawali dengan datang langsung ke Museum Gubug Wayang di Mojokerto untuk observasi dan wawancara langsung dengan Manajer Operasional Museum Gubug Wayang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui gambaran langsung dari setiap aset yang akan dirancang.

Studi observasi dilakukan dengan masuk ke dalam museum untuk melihat koleksi wayang potehi yang ingin dirancang. Tidak hanya wayang potehi, di dalam museum juga terdapat banyak koleksi mulai dari wayang kulit, wayang golek, wayang si Unyil, dan segala alat pendukung pementasan wayang.

Wawancara dilakukan dengan Bapak Ahmad Syadan, Manajer Operasional Museum Gubug Wayang. Selama proses wawancara dijabarkan langsung oleh manajer bahwa museum memerlukan media untuk memperkenalkan museum ke khalayak umum. Mengingat kepopuleritasan boneka si Unyil yang juga merupakan koleksi di museum, maka ditariklah benang merah bahwa sebenarnya boneka si Unyil adalah turunan atau bentuk pengembangan wayang potehi di zaman modern ini yang target audiensnya adalah anak-anak. Dengan demikian, beliau memaparkan bahwa perlu sebuah rancangan dimana bisa mencakup tiga hal, yakni Museum Gubug Wayang, Wayang Potehi, dan boneka si Unyil sebagai penghubung budaya zaman dahulu dan zaman modern.

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan hasil wawancara dan gambar terkait hasil observasi. Dokumentasi membantu dalam perancangan animasi karena dibutuhkan model objek yang akan dimodeling nantinya.

2. *Define*

Setelah tahap *emphatize* dalam proses *design thinking*, data yang terkumpul dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan metode Miles & Hubberman. Metode ini meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa Museum Gubug Wayang memiliki koleksi budaya yang beragam dan lengkap, terutama wayang. Museum ini telah meraih 9 rekor MURI dan terus memperkaya

koleksinya untuk meningkatkan nilai edukasi bagi pengunjung. Namun, museum menghadapi kendala kekurangan sumber daya manusia untuk membuat media promosi video.

**Tabel 1.** Target Khalayak Sasaran

No	Karakteristik	Target
1	Demografis	1. Usia 10–23 tahun 2. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan 3. Pendidikan : Pelajar (SD hingga universitas)
2	Geografis	1. Jawa Timur 2. Seluruh Indonesia
3	Behavioristis	1. <i>Familiar</i> dengan animasi <i>ghibli</i> 2. Gemar melihat sosial media

Mengingat sebagian besar pengunjung adalah dari institusi pendidikan yang mengenal museum melalui Instagram, dibutuhkan media promosi yang dapat menjangkau kalangan yang lebih luas. Setelah melalui proses reduksi dan penyajian data, disimpulkan bahwa museum memerlukan video animasi sebagai media promosi.

Manajer Operasional Museum mengungkapkan bahwa selama ini promosi hanya melalui unggahan foto dokumentasi kunjungan di Instagram. Mereka berharap dapat membuat animasi yang bertujuan memperkenalkan museum, terutama kepada target audiens utama yaitu institusi pendidikan dan pelajar. Hal ini menunjukkan perlunya media khusus yang menarik dan sesuai untuk sasaran pelajar.

### 3. Ideate

#### a. Konsep Media

Setelah penentuan masalah di tahap define, selanjutnya masuk ke tahap ideate dimana mulai dibuat ide-ide dan solusi dari masalah yang ditemukan. Bapak Ahmad Syadan, selaku manajer museum menginginkan video animasi nantinya dirancang dalam bentuk landscape. Hal ini dikarenakan selain nantinya akan diunggah di sosial media, animasi juga akan ditayangkan di layar *display* yang ada di museum untuk dilihat orang-orang yang sedang berkunjung.

Sesuai instruksi beliau, durasi yang diberikan tidak lebih dari satu menit dengan beberapa *scene* yang ada di dalamnya. Terdapat total 13 *scene*

yang ada dalam animasi. Pemilihan warna disesuaikan dengan style *ghibli*, dimana warna yang digunakan *vibrant*. Animasi dirancang menggunakan prinsip 3D dengan *shader* atau pewarnaan *toon-shader* menyerupai animasi kartun 2D.

Konsep animasi disesuaikan ke bentuk *company profile* karena selain digunakan untuk mempromosikan museum, animasi ini nantinya juga dapat menjadi video profil Museum Gubug Wayang. Dalam video, manajer menginginkan ada 3 *scene* utama yang perlu dibuat, yaitu Bangunan Museum Gubug Wayang, Pentas Wayang Potehi, dan boneka si Unyil.

#### b. Gaya Visual

Dalam penelitiannya, (Linghorn, 2019) memaparkan penyajian visual dalam animasi menggunakan desain sesuai dengan tema *ghibli* dengan warna *vibrant*, bayangan tegas dan kontan, serta terkesan *vintage*. Dengan demikian, perancangan ini dibuat semirip mungkin dengan gaya gambar tersebut, namun perbedaannya terletak di alat yang digunakan. Pengerjaan animasi ini dibuat sepenuhnya menggunakan komputer.



**Gambar 3.** Gaya Visual di film *Princess Mononoke*  
Sumber: Keller (2021)



**Gambar 4.** Pemandangan Alam di *Princess Mononoke*  
Sumber: Henry Del Rosarios (2018)

c. Tone Warna

Pemilihan warna yang digunakan adalah *warna cool* untuk *scene outdoor* dan warna *warm* untuk *scene indoor* dengan pemberian kesan biru pada tahap *post-processing* agar output animasi menyerupai dengan film *ghibli* yang terkesan klasik dan *vintage*.



**Gambar 5.** Palet Warna *Princess Mononoke*  
Sumber: Arjunanta (2024)

d. Tema

Tema yang digunakan dalam video animasi adalah nature and culture. Dimana konsep yang diangkat adalah mengajak generasi muda untuk tidak hanya mengenal wayang potehi modern masa kini, yaitu si Unyil, tetapi juga mengajak untuk mengenal dan juga ikut melestarikan budaya warisan Wayang Potehi.

e. Audio

Untuk mendukung kesan alam, budaya, dan kelestarian, pemilihan audio juga dipertimbangkan dengan memasukkan suara-suara alam seperti kicauan burung, rintikan air, dan juga suara angin. Hal ini dilakukan agar semakin membuat audiens masuk ke dalam cerita.

f. Skenario

Penulisan skenario menggunakan konsep cerita tiga babak, terdiri dari babak I yang merupakan pengenalan, babak II yang berisi isi cerita/pesan, dan babak III yang berisi klimaks. Skenario diawali dengan menunjukkan scene pegunungan dan danau di daerah Pacet lalu

berpindah menunjukkan Candi Brahu untuk membuat audiens mengetahui set lokasi akan masuk di daerah Mojokerto. Setelah itu ditunjukkan mobil pick-up yang mengangkut kardus-kardus. Singkat cerita, mobil sampai di depan Museum Gubug Wayang. Lalu dilanjutkan masuk ke dalam museum dan menunjukkan koleksi-koleksi wayang yang ada di dalamnya.

4. *Prototype*

a. *Modeling*

Modeling adalah pembuatan objek yang diperlukan pada tahap animasi.



**Gambar 6.** *Modeling* Wayang Potehi  
Sumber: Arjunanta (2024)



**Gambar 7.** *Modeling* Panggung Potehi  
Sumber: Arjunanta (2024)

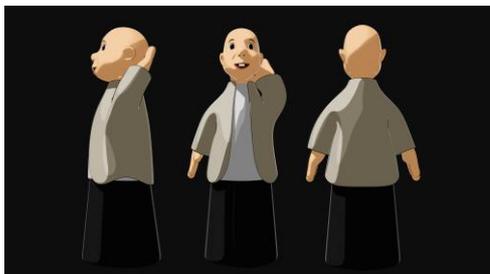
“Animasi 3D Wayang Potehi dengan Gaya Gambar *Ghibli* sebagai Media Promosi Museum Gubug Wayang di Mojokerto”



**Gambar 8.** Model boneka si Unyil  
Sumber: Arjunanta (2024)



**Gambar 9.** Model boneka Pak Raden  
Sumber: Arjunanta (2024)



**Gambar 10.** Model boneka Pak Ogah  
Sumber: Arjunanta (2024)



**Gambar 12.** Model Wayang Potehi Sun Go Kong  
Sumber: Arjunanta (2024)



**Gambar 13.** Model Wayang Potehi Siluman Kelabang  
Sumber: Arjunanta (2024)



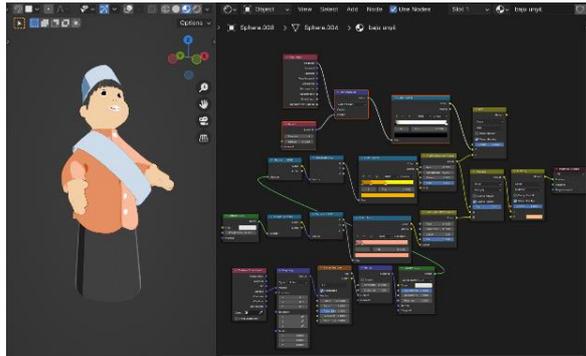
**Gambar 14.** Model Wayang Potehi Raja Xi Jin Koei  
Sumber: Arjunanta (2024)



**Gambar 15.** Model Wayang Potehi Panglima Xi Jin Koei  
Sumber: Arjunanta (2024)

b. *Texturing*

Proses selanjutnya adalah memberikan tekstur pada model yang telah dibuat atau biasa disebut dengan *texturing*.



**Gambar 16.** *Texturing* boneka si Unyil  
Sumber: Arjunanta (2024)

c. *Lighting*

*Lighting* merupakan tahap dimana objek 3D yang telah ditekstur sebelumnya diberi pencahayaan.



**Gambar 17.** Proses Pencahayaan  
Sumber: Arjunanta (2024)

d. *Audio*

Pemilihan audio dilakukan untuk memberi kesan atau *mood* yang diinginkan ke dalam rancangan. Musik dipilih dengan menyesuaikan tema yang dipilih yaitu *nature and culture*. Pembuatan *ambience sound* dipilih menggunakan kicauan burung untuk menambah suasana alam yang asri dan damai.

e. *Animating*

Setelah set-up telah siap maka model 3D yang ingin digerakkan diberi keyframe di frame yang diinginkan. Beberapa model seperti wayang dan boneka memerlukan rigging terlebih dahulu sebelum bisa dianimasikan.



**Gambar 18.** Proses Animasi  
Sumber: Arjunanta (2024)

f. *Editing Video*

Setelah proses animasi, masuk ke proses render. Jika hasil sudah terkumpul. Rangkaian frame tersebut masuk ke tahap editing video untuk dilakukan koreksi warna.



**Gambar 19.** Proses *Editing Video*  
Sumber: Arjunanta (2024)

g. Uji Validasi

Validasi dilakukan oleh Founder dari Flatonic Studios sebagai ahli media, serta Manajer Museum Gubug Wayang sebagai ahli materi. Hasil nilai yang didapat nantinya akan dikategorikan pada daftar kategori kelayakan menurut Sugiyono (2019). Kategori kelayakan tertera sebagai berikut.

**Tabel 2.** Kategori Kelayakan

No	Tingkat Pencapaian	Kualifikasi
1	81-100%	Sangat Baik
2	61-80%	Baik
3	41-60%	Cukup
4	21-40%	Kurang
5	0-20%	Tidak Baik

**Tabel 3.** Hasil Validasi Ahli Materi

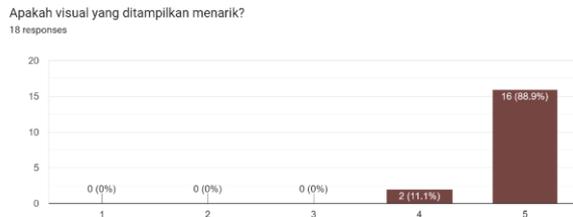
Aspek yang Dinilai	Skor				
	1	2	3	4	5
Visualisasi Informasi					v
Efektivitas Komunikasi					v
Komposisi					v
Konsep Kreatif					v
<b>Hasil Uji Validasi</b>	$Hasil = \frac{\text{jumlah skor hasil}}{\text{jumlah skor ideal}} \times 100\% = 100\%$				
<b>Kualifikasi</b>	<b>Sangat Baik</b>				

**Tabel 4.** Hasil Validasi Ahli Media

Aspek yang Dinilai	Indikator	Skor				
		1	2	3	4	5
Visualisasi	Pemilihan warna yang dipilih menarik					v
	Penataan cahaya yang digunakan sudah baik					v
	Rasio, Komposisi ditata dengan baik					v
	Gaya Visual yang digunakan terlihat harmonis					v
	Detail objek di setiap <i>scene</i> terlihat baik dan mendukung suasana					v
	Kejelasan aset visual untuk mempromosikan koleksi museum					v
Animasi	Animasi yang dirancang terlihat harmonis					v
	Ketepatan animasi dengan <i>mood</i> sudah baik					v
	Ketepatan dalam penggunaan 12 prinsip animasi					v
	Gerakan animasi dengan audio sudah sinkron					v
	Animasi sudah membawakan tema yang ingin diangkat ( <i>nature and culture</i> )					v
Komunikasi	Tingkat kemudahan dalam memahami pesan yang ingin disampaikan					v
	Keselarasan animasi untuk mengomunikasikan maksud pesan					v
	Tujuan animasi untuk memperkenalkan museum telah tersampaikan dengan baik					v
Audio	Kesesuaian pemilihan musik yang digunakan dalam animasi					v
	Kejelasan suara VO ( <i>voice over</i> ) dalam animasi					v
	Ketepatan dalam volume VO dan musik					v
	Relevansi dan dampak emosional konsep kreatif					v
<b>Hasil Uji Validasi</b>	$Hasil = \frac{\text{jumlah skor hasil}}{\text{jumlah skor ideal}} \times 100\% = 82\%$					
<b>Kualifikasi</b>	<b>Sangat Baik</b>					

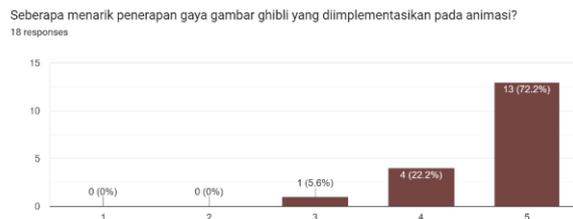
### 5. Testing

Setelah melakukan perbaikan berdasarkan saran dan masukan dari validator, selanjutnya dilakukan tahap terkahir yaitu *testing*. Tahap ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *google form* kepada 15 orang yang termasuk kategori target sasaran.



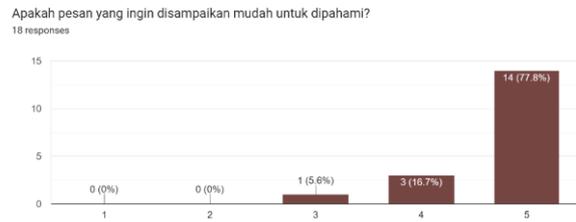
**Gambar 20.** Diagram Aspek Visual  
Sumber: Arjunanta (2024)

Pada instrumen kuisisioner tentang tampilan visual, 88,9% dari 18 responden memberi skor 5 yang artinya Sangat Baik, 11,1% memberi skor 4 yang berarti Baik. Setelah dihitung menggunakan rumus, tampilan visual mendapatkan nilai 97,7%. Hal tersebut menyatakan bahwa tampilan visual pada animasi yang dirancang masuk ke dalam kualifikasi Sangat Baik dalam tabel kelayakan.



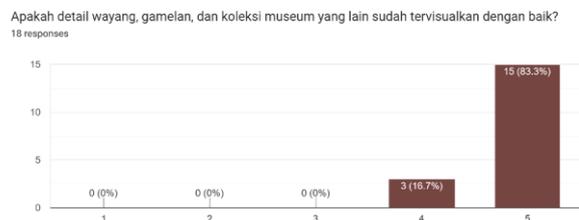
**Gambar 21.** Diagram Penerapan Gaya Gambar  
Sumber: Arjunanta (2024)

Setelah itu pada aspek penerapan gaya gambar, dari total 18 responden, 72,2% memberi skor 5 yang berarti Sangat Baik, 22,2% memberi skor 4 yang berarti Baik, dan sebanyak 5,6% memberi skor cukup baik. Setelah dilakukan penghitungan dengan rumus, hasil yang didapatkan adalah 93,3%. Hal ini menyatakan bahwa pada penerapan gaya gambar, termasuk ke pemilihan warna, mood, dan keharmonisan antar scene mendapatkan kualifikasi Sangat Baik.



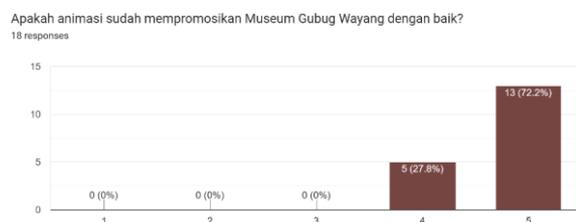
**Gambar 22.** Diagram Kemudahan Penyampaian Pesan  
Sumber: Arjunanta (2024)

Pada instrumen kuisisioner tentang penyampaian pesan, 77,8% dari 18 responden memberi skor 5 yang artinya Sangat Baik, 16,7% memberi skor 4 yang berarti Baik. 5,6% memberi nilai 3 yang berarti Cukup Baik. Hal tersebut menyatakan bahwa tampilan visual pada animasi yang dirancang masuk ke dalam kualifikasi Sangat Baik dengan nilai 94,4% dalam tabel kelayakan.



**Gambar 23.** Diagram Citra Aset Visual  
Sumber: Arjunanta (2024)

Lalu pada aspek kejelasan aset visual, dari total 18 responden, 83,3% memberi skor 5 yang berarti Sangat Baik, 16,7% memberi skor 4 yang berarti Baik. Setelah dilakukan penghitungan dengan rumus, hasil yang didapatkan adalah 96,6%. Hal ini menyatakan bahwa pada kejelasan detail wayang, gamelan, dan aset 3D yang lain mendapatkan kualifikasi Sangat Baik.



**Gambar 24.** Diagram Keefektifan Promosi Museum  
Sumber: Arjunanta (2024)

Setelah itu pada aspek keberhasilan animasi dalam mempromosikan museum, dari total 18 responden, 72,2% memberi skor 5 yang berarti Sangat Baik, 27,8% memberi skor 4 yang berarti Baik. Setelah dilakukan penghitungan dengan rumus, hasil yang didapatkan adalah 94,4%. Hal ini menyatakan bahwa tujuan Animasi 3D Wayang Potehi dengan Gaya Gambar *Ghibli* sudah tercapai dan masuk dalam kualifikasi Sangat Baik.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Perancangan animasi untuk Museum Gubug Wayang memiliki tujuan untuk memperkenalkan museum ke lebih banyak masyarakat luas untuk datang dan belajar tentang warisan budaya Indonesia.

Setelah melakukan tahap validasi materi dan validasi ahli animasi, mendapat kesimpulan bahwa rancangan animasi ini layak untuk rilis dan ditayangkan ke publik dengan masuk kategori Sangat Baik pada segi materi dan Sangat Baik pada segi visual. Manajer Operasional Museum Gubug Wayang, Bapak Ahmad Syadan, menyampaikan bahwa animasi yang dirancang bagus dan harapannya dapat menginspirasi sekaligus menggerakkan banyak individu untuk datang berkunjung dan belajar di Museum Gubug Wayang.

Diharapkan perancangan animasi 3D ini membantu melestarikan warisan budaya Indonesia sekaligus memberi ilmu yang bermanfaat, baik bagi pembaca, lingkungan Desain Komunikasi Visual, dan masyarakat pada umumnya.

### Saran

Dalam perancangan ini, peneliti memiliki saran kepada peneliti selanjutnya yang akan melanjutkan penelitian, bahwa perlu untuk benar-benar menyiapkan waktu lebih untuk merancang animasi 3D yang memerlukan waktu render yang tidak sedikit. Ditambah lagi objek pewayangan membutuhkan detail yang cukup memakan waktu.

## REFERENSI

- Azmi, L. N., & Islam, M. A. (2024). Perancangan Video Profil Sebagai Media Promosi pada Pengelolaan Informasi Majapahit (PIM). *Jurnal Barik*, 5(2), 275–285.
- Chang, S. (2023). *The Art Style of Studio Ghibli (How To)*. <https://www.saplingcorp.com/journals/30/studio-ghibli-art-style>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Hushain, J., Sharma, D., Nihalani, D. M., & Kant, D. K. (2023). The Advantage of Animated Advertisements in Today's Era. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.
- Juang, H. R. (2017). *Animasi 3 Dimensi*. Pusat Pengembangan Perfilman Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Linghorn, J. (2019). *Studio Ghibli's Landscapes and animation: Design, Characteristics and Process*. Canterbury Christ Church University.
- Marcel, D. (2006). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Jalasutra.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Penerjemah: Tjetjep Rohendi Rohidi. Universitas Indonesia Press.
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Terececer. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan*, 03 No.02.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.