

PERANCANGAN *CONCEPTUAL* *ARTBOOK* AYODYA

Avisenna Eka Ramadhana Alvanov Zpalanzani

Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB

Email: avisenna.eka@gmail.com

Kata Kunci : *artbook, urban toys, kontemporer, wayang, ramayana*

Abstrak

Urban Toys atau *Designer Toys* adalah salah satu mainan *figure* berbasis desain karakter yang dikoleksi dan diproduksi terbatas. *Urban Toys* ini biasanya mengambil tema kebudayaan yang menjadi pembicaraan di masyarakat modern. Salah satu budaya Indonesia ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi *Urban Toys*, yaitu wayang. Alasan kenapa wayang sangat sesuai untuk diadaptasikan kedalam bentuk *Urban Toys* adalah faktor banyaknya jenis karakter tokoh wayang yang ada. Dalam pembuatan *Urban Toys* ini diperlukan konsep sebagai dasar dan konsep tersebut biasanya tertuang dalam bentuk ilustrasi. Hasil akhir tugas akhir ini adalah buku konsep ilustrasi desain karakter, cerita yang melatarbelakangi karakter tersebut.

Abstract

Designer or Urban Toys are figures and other collectibles that based on character and produced in limited editions. Urban Toys This usually takes the theme of cultures that exist in an area. One of Indonesia's culture that has a huge potential to be developed into Urban Toys is Wayang. The reason why Wayang is very suitable for adaptation into a form Urban Toys is that Wayang have many types of character. The final result of this thesis is a book containing conceptual illustration, visual character design, the backstory of these characters.

1. Pendahuluan

Urban Toys atau *Designer Toys* adalah salah satu mainan *figure* berbasis desain karakter yang biasa dikoleksi dan diproduksi terbatas. Bisa berbahan dasar plastik, *vynil*, kain, dll. *Urban Toys* ini merupakan perpaduan harmonis antara desain mainan dengan seni. *Urban Toys* ini biasanya mengambil tema kebudayaan yang ada disuatu daerah, atau sesuatu yang tengah menjadi pembicaraan atau permasalahan di masyarakat modern. Para pengkoleksi mainan sangat mengapresiasi *Urban Toys* ini karena dengan adanya suatu peningkatan terhadap sesuatu yang mereka sukai; sedangkan para pecinta seni dapat menggali suatu media baru dalam berkarya. Karena jumlahnya terbatas dengan peminat yang begitu banyak, mainan ini dapat terjual dengan harga yang tinggi (Jager, 2004).

Industri desain karakter di berbagai budaya dan negara sudah sangat berkembang, salah satu kasus desain karakter yang sangat mendunia adalah karakter *Hello Kitty*, dari Jepang. "*Pink Globalization*", sebutan untuk globalisasi karakter *Hello Kitty* ini telah dimulai sejak 1974, dan memang direncanakan untuk mendunia, menyaingi karakter lainnya seperti *Mickey Mouse*. Pada tahun 2001 *Sanrio* (perusahaan yang memiliki *Hello Kitty*) mendapat keuntungan bersih sebesar 114 milyar yen (sekitar USD912juta). Pada saat *Hello Kitty* ini memasuki Amerika, bisnis karakter ini hanya memiliki *target audience* yang sangat terbatas, namun seiring berjalannya waktu konsumsi desain yang berbasis karakter ini meluas hingga ke tempat-tempat urban yang penting seperti *Times Square*, New York (Yano, 2003). Dengan prospek desain karakter dan mainan khususnya figur yang mendunia dan diminati, pembuatan adaptasi karakter pewayangan kedalam bentuk karakter yang dapat diaplikasikan kedalam suatu bentuk *Urban Toys* menjadi sangat relevan.

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam jenis kebudayaan dan kesenian. Salah satu keanekaragaman budaya Indonesia ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi *Urban Toys*, yaitu wayang. Salah satu alasan mengapa tokoh wayang sangat sesuai untuk diadaptasikan kedalam suatu bentuk desain karakter *Urban Toys* adalah faktor banyaknya jenis karakter dan sifat dari setiap tokoh wayang yang ada, khususnya di Indonesia.

Sebelum dapat dikeluarkan dan disebarluaskan kepada publik, terdapat proses-proses dan pertimbangan dalam mendesain karakter *Urban Toys* ini. Dalam pembuatan *Urban Toys* ini diperlukan konsep sebagai dasar dan konsep tersebut biasanya tertuang dalam bentuk ilustrasi. Kumpulan-kumpulan konsep ilustrasi yang dibuat biasanya dikumpulkan kedalam sebuah buku yang populer disebut dengan *concept artbook*.

Biasanya *Concept Artbook* ini ditujukan untuk menjadi salah satu media promosi yang mendukung penjualan apapun yang menjadi dasar *Artbook* tersebut. Di Indonesia sendiri buku konseptual semacam ini masih cukup jarang ditemukan, padahal isi dari buku ini dapat menjadi sangat informatif dan memiliki nilai edukasi.

Isi buku ini merupakan konsep ilustrasi desain karakter, cerita yang melatar belakangi karakter tersebut, dll. *Artbook* ini selain memberi rasa hiburan, juga berfungsi sebagai sarana informasi, dalam hal ini menjelaskan lebih lanjut bagaimana pengadaptasian karakter wayang tradisional menjadi bentuk *Urban Toys*.

Karena itulah, dalam Tugas Akhir ini, saya mencoba untuk merancang sebuah *Concept Artbook* yang mengadaptasi karakter-karakter wayang tradisional Indonesia yang menjadi *Urban Toys*, dengan judul “Perancangan *Conceptual Artbook Ayodya*”.

Yang menjadi permasalahan adalah belum adanya buku yang berisikan eksplorasi visual, media referensi, serta pengembangannya dalam proses pembuatan sebuah desain, dalam hal ini desain karakter *Urban Toys*. Permasalahan tadi dapat dirumuskan menjadi pertanyaan berikut: Bagaimana mengadaptasi/mendesain karakter tradisional wayang kedalam bentuk *Urban Toys* dan bagaimana merancang sebuah *Concept Artbook* yang menarik, informatif, dan efektif?

Masalah dapat dibatasi pada pembuatan *Concept Artbook* yang berisikan visualisasi karakter, latar belakang karakter, dan desain properti setiap karakternya.

2. Proses Studi Kreatif

Conceptual Artbook pada kenyataannya banyak sekali digunakan sebagai pedoman dalam berbagai macam bentuk kreasi visual, yang memuat desain detail karakter mulai dari ekspresi karakter, properti, senjata, baju perang, sampai dengan *backgrounds* untuk mempermudah adaptasi media visual lainnya selain *game*. Seperti film, animasi, *merchandise*, promosi-promosi, dll.

Mainan ini memiliki nama “*Ayodya*” yang merupakan negeri kerajaan yang ada didalam cerita Ramayana. Nama ini diambil karena merepresentasikan dunia dimana karakter-karakter ini berada.

Dalam membuat karakter-karakter ini menggunakan gaya visual yang modern, sederhana dan menggunakan prinsip-prinsip yang digunakan dalam membuat *Urban Toys* yaitu simpel, warna yang menarik, dan juga karakter yang memiliki cerita dibelakangnya.

Dan didalam proses pembuatan karakter *Urban Toys* ini akan diperlihatkan langkah-langkah proses kreasi, pertama adalah studi anatomi bagian-bagian *Urban Toys* dimana penulis mempelajari bagian-bagian yang ada dalam mainan ini, bagian kepala, bagian tangan, mekanisme pegangan tangan, proporsi tubuh karakter, dan bagian-bagian mana saja yang dapat dibongkar dan pasang sesuai keinginan pemainnya. Kemudian studi karakter/watak wayang, karakter merupakan unsur yang penting dalam *Urban Toys*.

Nantinya di bagian karakter ini akan terdapat studi yang mempelajari pengadaptasian watak dan ciri suatu wayang kedalam bentuk *Urban Toys*. Studi gestur dan ekspresi karakter mempelajari ekspresi dan gestur yang nantinya dapat diaplikasikan kedalam mainan ini. Kemudian penulis juga mempelajari berbagai macam senjata dan aksesoris yang nantinya dapat dipasangkan kepada mainan *Urban Toys* ini sebagai salah satu bentuk interaksi mainan ini.

Conceptual artbook untuk mainan *Ayodya* ini akan berisikan semua sketsa-sketsa dari mulai pembuatan desain awal hingga desain final mainan ini. Kemudian akan ditambahkan beberapa keterangan teks dan sketsa yang berasal dari literatur, gambar-gambar, yang menjadi referensi dalam proses pembuatan mainan ini.

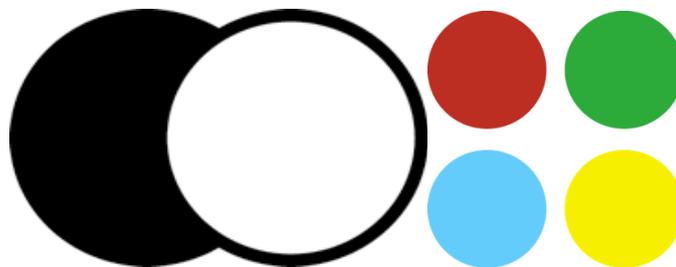
Yang menjadi target sasaran demografis buku ini adalah masyarakat perkotaan besar seperti Jakarta atau Bandung dengan ekonomi menengah keatas, terutama laki-laki yang berumur 18-24 tahun. Yang memiliki psikografis yaitu memiliki kehidupan yang layak, terbuka akan sesuatu yang baru, senang dengan visualisasi yang menarik, senang bermain game, memiliki minat kepada ilustrasi, menyukai atau mengkoleksi mainan.

Gaya visual yang dipakai dalam pembuatan *conceptual artbook Ayodya* ini memiliki *tone & manner* atau kesan yang diperlihatkan adalah simpel, modern, & lucu.

Huruf / *font* yang digunakan adalah kombinasi huruf yang memiliki kesan modern dan juga huruf yang memiliki kesan *fun, casual*. *Typeface* yang digunakan dalam buku ini adalah “Gelio Greek Diner” yang memiliki kesan bermain dan unik. Kemudian dipadukan dengan *typeface* “Talismanica” yang memiliki kesan budaya namun tetap terlihat simpel dan modern. Dan menggunakan “Gotham Book” sebagai *typeface* yang digunakan sebagai *bodytext*, karena memiliki keterbacaan yang cukup jelas, modern, dan simpel namun memiliki kesan *casual* dan ringan.

Skema warna utama yang dipergunakan dalam pembuatan mainan ini adalah warna monokromatik yang utamanya adalah hitam dan putih. Ini mengambil inspirasi dari pementasan wayang, dimana sang dalang memainkan wayang-wayang tersebut dibalik layar yang disinari sehingga membentuk suatu bentuk siluet yang berwarna hitam dengan detail-detail wayang yang tampak berwarna putih atau transparan.

Sedangkan untuk warna sekunder yang akan dipakai di aksesoris karakter dan senjata karakter diambil warna-warna cerah yang sekiranya langsung tertangkap mata yang melihat. Detil-detil warna cerah ini diharapkan akan menjadi kontras warna utama sehingga detil yang ada pada karakter dan senjata akan langsung menarik perhatian siapapun yang melihatnya.



Gambar 1. Warna yang digunakan



Gambar 2. Gambar acuan referensi (sumber: spankystokes.com)

3. Hasil Studi dan Pembahasan

Dari hasil studi yang dilakukan, penulis mendapatkan data dan fakta tentang *Urban toys*. *Urban/Designer Toys* adalah mainan dan benda koleksi lainnya yang di produksi sangat terbatas (10-2000 unit) yang diciptakan oleh seniman dan desainer. Mainan ini terbuat dari berbagai macam material; plastik dan *vinyl* merupakan bahan yang sering digunakan untuk membuat mainan ini, walau kayu, logam, dan resin juga dipakai untuk membuat *designer toys* ini.

Pembuat dari *designer toys* ini biasanya memiliki latar belakang desain grafis, ilustrasi; bahkan beberapa merupakan seniman klasik yang yang terlatih dibidang seni dan desain, sementara yang lain belajar secara otodidak. *Designer toys* ini pertama kali muncul sekitar tahun 1990 dan masih diproduksi hingga sekarang.

Urban toys ini merupakan suatu proses desain karakter yang mencakup apapun mulai dari ilustrasi hingga dunia *fashion* dan *motion graphics*. Berbagai macam disiplin ilmu inilah yang menarik berbagai macam audiens dengan minat yang berbeda-beda; kesamaan yang adalah semacam “kehausan” akan inspirasi dan keterbukaan untuk menerima dan eksplorasi sebuah media baru. Saat pergerakan desain karakter ini mulai berjalan, *street art* juga mulai “terjangkau” dengan diperkenalkannya karakter figuratif. *Street art* figuratif berkembang secara paralel dengan pergerakan karakter desain. Untuk kedua pergerakan, internet menjadi salah satu katalis yang membuat para seniman/artis dapat memamerkan pekerjaan mereka dan mencari ketenaran. Tidak lama kemudian, figur-figur yang tadinya bersifat 2 dimensi menjadi *designer toys*. Figur-figur ini tiba-tiba dapat disentuh, memenuhi kebutuhan dimana sesuatu yang dapat dipegang/disentuh namun sangat bersifat desain grafis.

Kemudian mainan ini menjadi semacam kostum. Akhirnya karakter yang tadinya hanya ada di balik layar memiliki tubuh yang nyata. Semenjak itu para pembuat *designer toys* ini mulai mengambil sebuah konsep yang lebih kuat dengan menciptakan sebuah sistem dunia dan lingkungan untuk karakter-karakter tersebut, mengaburkan konsep fantasi dengan kenyataan (Ator, 2013).

Penulis juga melakukan studi terhadap wayang, karakternya dan warna pada wayang itu sendiri. Wayang adalah sebutan bahasa Jawa untuk suatu jenis teater tradisional Indonesia. Namun sekarang biasa diucapkan untuk menunjuk kepada boneka yang digunakan dalam teater boneka itu sendiri. Biasanya pentas teater wayang diiringi oleh orkes gamelan di Jawa, dan gender wayang di Bali. UNESCO menetapkan wayang kulit sebagai *Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity* pada 7 November 2003. Sebagai gantinya, Indonesia diharuskan untuk melestarikan budaya ini. Istilah Wayang berasal dari bahasa jawa, bayang atau bayangan (Mair, 1988). Pada saat ini, wayang sering kali diasosiasikan dengan boneka wayang atau keseluruhan pentas pertunjukan wayang.

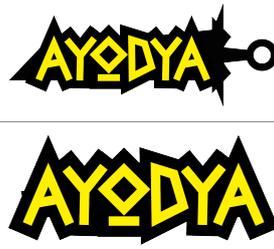
Warna yang digunakan dalam wayang tidak hanya sekedar memperindah penampilan, tetapi memiliki nilai yang lebih mendalam, yaitu berkaitan dengan masalah simbol atau perlambangan. Perlambangan itu berkaitan dengan sifat atau tokoh karakter wayang, namun ada pula yang berkaitan dengan masalah pertunjukan wayang kulit itu sendiri. Adanya warna pada wayang kulit juga merupakan penggambaran yang berkaitan dengan masalah budaya dan kepercayaan masyarakat pendukung wayang kulit tersebut.

Warna yang berkaitan dengan karakter tokoh wayang kulit dapat diperhatikan melalui muka tokohnya. Warna polos pada muka tokoh wayang ada beberapa macam seperti merah atau merah muda, hitam, putih, kuning emas, biru, dan hijau, dengan perwatakan yang berbeda-beda pula.

Tokoh muka wayang berwarna merah atau merah muda menggambarkan sifat perwatakan yang keras, kurang sabar, mudah emosi, pemberani, panas, dan angkara. Muka hitam merupakan penggambaran sifat perwatakan sentosa, bijaksana, langgeng, luhur, dan bertanggung jawab. Muka putih merupakan penggambaran sifat perwatakan bersih dan suci. Muka kuning emas menggambarkan perwatakan yang sedang. Muka biru atau hijau menggambarkan sifat perwatakan yang picik, berpandangan sempit, penakut, dan tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil studi dan pendalaman konsep sebelumnya penulis merancang beberapa rancangan yang nantinya akan dipakai dan menjadi hasil *output* tugas akhir penulis.

Konsep dari logo “*Ayodya*” ini adalah simpel, *casual*, dan *fun*. Logo mainan ini terdiri dari dua logo yang memiliki basis yang sama hanya saja disesuaikan dengan tempat pengaplikasian logo ini sendiri. Logo utamanya adalah logo yang memiliki dekorasi siluet pedang dibelakangnya. Logo ini dapat diaplikasikan di kemasan mainan ini sendiri. Logo kedua yang merupakan *logotype* ini dipakai di tempat pengaplikasian yang kesannya lebih formal seperti buku ataupun surat-surat.



Gambar 3. Logo mainan Ayodya



Gambar 4. Eksplorasi model



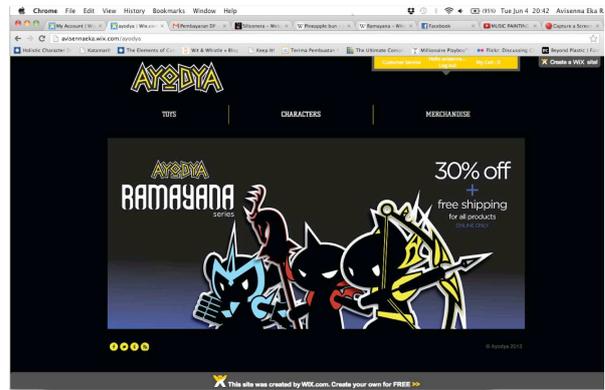
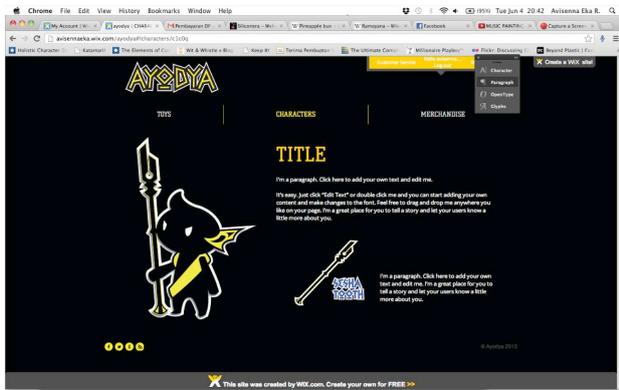
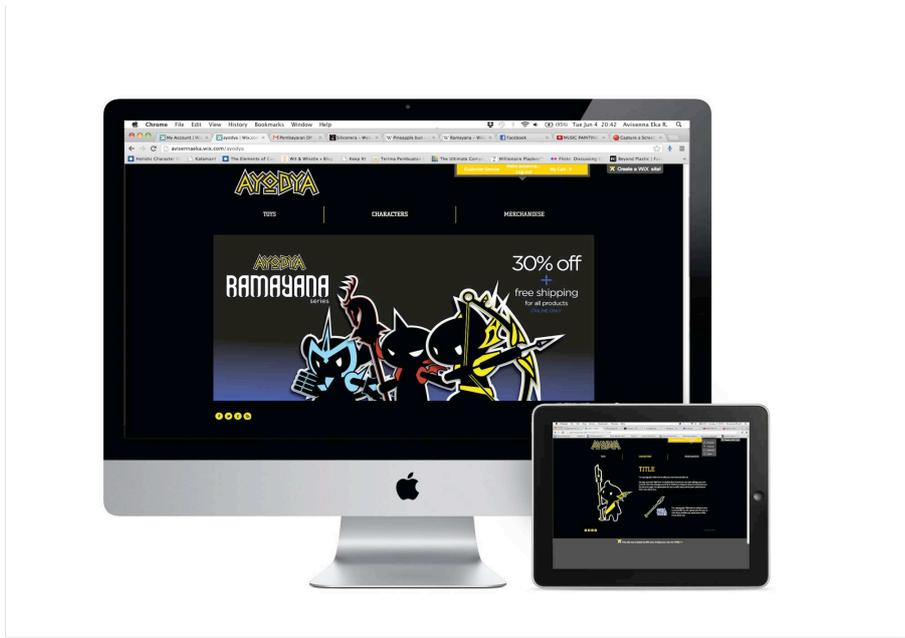
Gambar 5. Model mainan Ayodya

Setelah melewati proses kreasi yang telah dilakukan sebelumnya, visualisasi yang awalnya berbasis 2 dimensi, kemudian dibuat menjadi 3 dimensi untuk memudahkan proses produksi mainan ini nantinya. Model mainan inilah yang menjadi *prototype* awal mainan Ayodya. Dimana setiap figur mainan ini memiliki ciri khas dan bentuk yang berbeda-beda pula. Mainan ini memiliki tinggi sekitar 8-12 cm. Mainan ini memiliki bahan dasar vinyl sehingga tidak terlalu berat.

Kemasan mainan figur karakter ini dibuat kokoh dengan warna yang gelap, agar warna karakter diharapkan untuk terlihat mencolok. Kemasan ini terbuat dari karton *board* yang cukup tebal sehingga dapat melindungi mainan yang ada didalamnya. Di kemasan ini juga terdapat sedikit cerita latar belakang karakter mainan itu sendiri, serta *QR code* yang apabila dipergunakan akan membawa konsumen langsung menuju *website* resmi mainan Ayodya ini.

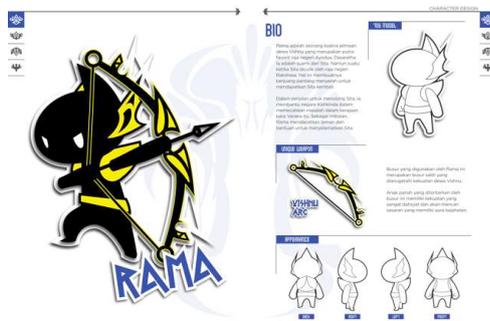


Gambar 6. Kemasan mainan Ayodya

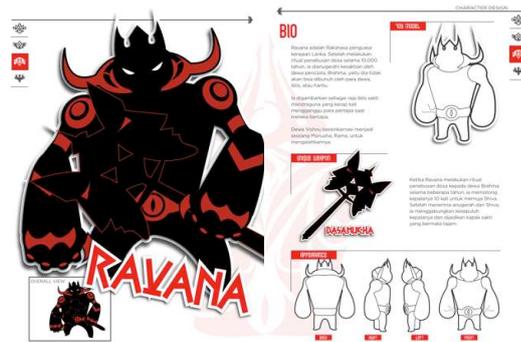


Gambar 7. Official website mainan Ayodya

Website merupakan media terpenting dalam pemasaran mainan ini, karena media *online* store akan berperan besar dalam hal penjualan mainan ini. Website ini juga berisikan info terbaru tentang mainan Ayodya, info singkat tentang karakter/figurnya, tempat penjualan resmi mainan ini, serta informasi tentang aksesoris, merchandise, dan juga konten bonus yang bisa didapatkan melalui pembelian buku artbook Ayodya dan informasi *event-event* Ayodya lainnya.



Gambar 8. Halaman karakter manusia

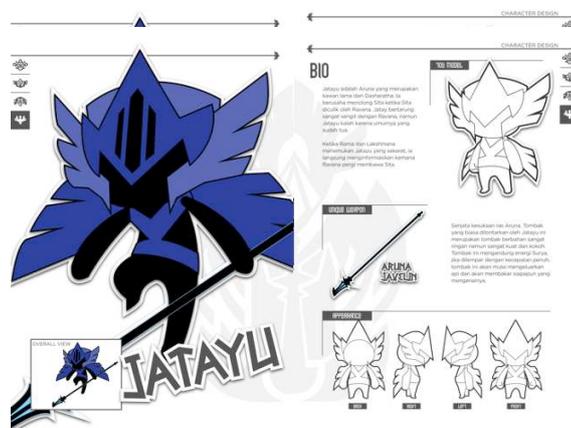


Gambar 9. Halaman karakter rakshasa



Gambar 10. Halaman karakter wanara

Official Visual Artbook Ayodya, dengan hadirnya buku *artbook* ini, para kolektor nantinya tidak hanya disuguhkan dengan mainan yang unik namun juga informasi dan nilai sejarah dalam cerita setiap karakter yang menjadi bagian seri mainan Ayodya ini. Di buku ini juga terdapat berbagai macam informasi, konsep, dan proses pembuatan karakter-karakter tersebut. Serta informasi tentang seluruh koleksi senjata dan aksesoris yang dapat dikoleksi bagi para kolektor, hal ini membantu kolektor untuk mengetahui mainan dan aksesoris mana saja yang belum dipunyai oleh kolektor kolektor tersebut. Buku ini akan dicetak dalam format A4, 21x29,7 cm, dengan menggunakan jilid hardcover dan dicetak dikertas *artpaper*. Buku ini juga memiliki *QR code* yang nantinya akan memberikan konsumen bonus dan bonus dan diskon, khusus hanya untuk para kolektor yang membeli buku ini.



Gambar 11. Halaman karakter aruna



« ARANYA HANDA »
Book of the Forest

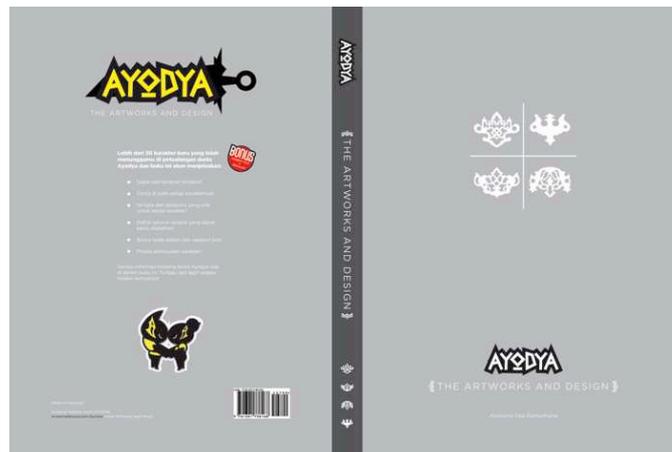
Kelahiran Rama, Sita, dan Lakshmana di dalam hutan selaman pengasingan. Dan peristiwa penculikan Sita oleh Rahwana.

CHARACTER DESIGN
Vansara

Gambar 12. Halaman kanda dan pembatas



Gambar 13. Halaman katalog senjata



Gambar 14. Cover buku

4. Penutup / Kesimpulan

Hasil dari tugas akhir ini adalah buku visual yang berisikan gambar-gambar konsep dan ilustrasi yang digunakan dalam proses pembuatan produk akhir yang berupa mainan *Urban Toys*. Pembuatan buku ini diharapkan dapat membantu menceritakan proses yang menjadi latar belakang setiap karakter yang menjadi mainan nantinya. Sehingga para konsumen tidak hanya mendapat mainan yang unik tetapi juga mendapat pelajaran dan wawasan tentang cerita wayang tradisional dalam hal ini cerita ramayana.

Ucapan Terima Kasih

Artikel ini didasarkan kepada catatan proses berkarya/perancangan dalam MK Tugas Akhir Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual FSRD ITB. Proses pelaksanaan Tugas Akhir ini disupervisi oleh pembimbing DR. Alvanov Zpalanzani.

Daftar Pustaka

- Ator, Mimi. 2013. *Pictoplasma Shaping The Character of The Interwebs*. [online]
 <<http://www.platoon.org/report/pictoplasma-4869>>
 (diakses tanggal 28 mei 2013)
- Cohen, Matt. 2011. *Toy Theory: What Toys Can Teach Us About Business*. [online]
 <http://www.huffingtonpost.com/matt-cohen/toy-theory-what-toys-can_b_821147.html> (diakses tanggal 20 Mei 2013)
- Curtis, Nick. 2012. *Designer Toys 101: What are Designer Toys?*. [online]
 <<http://www.spankystokes.com/2012/05/designer-toys-101-what-are-designer.html>> (diakses Tanggal 20 April 2013)
- Digolo, Obonyo O. & Elizabeth C. Orchardson-Mazrui. 1988. *Art And Design for Forms 1 and 2*.
 Kenya: East African Educational Publishers.
- Jager. 2004. *A Look at Urban Vinyl and Where it Came From*. [online]
 <<http://www.millionaireplayboy.com/toys/urbanvinyl.php>>
 (diakses tanggal 12 Mei 2013)
- Lyon, Christopher. 2011. *The Future of the Art Book*. The Monacelli Press.
- Mair, Victor H. 1988. *Painting and Performance: Chinese picture recitation and its Indian Genesis*. Hawaii: University of Hawaii Press.
- Square Enix CO., LTD. 2011. *Tactics Ogre ArtWorks*. Japan: Square Enix CO., LTD.
- Umoto, Sachiko. 2008. *Illustration School Let's Draw Cute Animals*. Massachusetts: Quayside Publishing.
- Wayangpedia. 2012. *Makna Warna dalam Wayang Yogyakarta*. [online]
 <<http://www.wayangpedia.com/makna-warna-dalam-wayang-yogyakarta.html>> (diakses tanggal 20 Mei 2013)
- Valve. 2012. *DOTA 2 – Character Art Guide*. [online]
 <<http://media.steampowered.com/apps/dota2/workshop/Dota2CharacterArtGuide.pdf>> (diakses tanggal 10 Mei 2013)
- Wilmott, Victoria. 2012. *Ilusstration, theory and education: a discussion*. [online]
 <<http://camberwellpress.org/entry/research/illustration-theory-and-education-a-discussion>> (diakses tanggal 17 April 2013)
- Yano, Christine. 2003. *Worldly Kitty: The Global Marketing and Consumption of Japanese Cute*. [online]
 <<https://files.nyu.edu/mr103/public/characters/index.htm>>
 (diakses tanggal 5 Mei 2013)