

Perancangan Karakter Tokoh Superhero Indonesia Dengan Gaya Chibi Untuk Anak Usia 3-12 Tahun

Fransiscus E.J.¹, Baskoro Suryo², Yusuf Hendra.Y³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email : Ryanjasi44@gmail.com

Abstrak

Superhero adalah seseorang/figur fantasi pembela kebenaran dengan menggunakan keahlian/kekuatan super. Indonesia sendiri sebenarnya juga memiliki beberapa tokoh *superhero* yang sangat digemari masyarakat pada tahun 1969 - tahun 1980-an. Saat ini keberadaan tokoh *superhero* Indonesia telah hilang posisinya di generasi muda saat ini. Karena itu, perancangan ini dibuat untuk dapat digunakan dalam pembuatan film animasi, game, mainan, atau output lainnya. Diharapkan dengan adanya perancangan ini dapat menjadi salah satu langkah awal yang baik untuk memperkenalkan kembali *superhero* Indonesia kepada generasi muda.

Kata Kunci: *Concept art*, desain karakter, Superhero Indonesia, *Chibi*, Patriot

Abstract

Title : *Designing The Indonesian Superhero Character With Chibi Illustration For Childern Aged 3-12 Years Old*

Superhero is a person / fantasy figure defenders of justice using the expertise / superpowers. Indonesia itself actually also has some very popular superheroes of society in 1969 - 1980s. Nowadays the existence of Indonesian superheroes has lost its position in today's young generation. Therefore, this design was made to be used in making animated films, games, toys, or other output that popular in this generation . This design is expected can be one good first step to reintroduce Indonesian superheroes to the younger generation.

Keywords: *Concept art*, Character Design, Indonesian Superhero, *Chibi*, Patriot

Pendahuluan

Superhero, siapa yang tidak mengenal kata ini. *Superhero* adalah sebuah karakter heroik yang mempunyai sebuah kemampuan khusus dan luar biasa, yang mendedikasikan kekuatannya untuk kebaikan dan melindungi orang lain dari kejahatan. Indonesia sendiri juga memiliki karakter-karakter *superhero* yang sempat berjaya dan sangat digemari masyarakat pada tahun 1969 hingga tahun 1980-an. Saat itu kemunculan karakter *superhero* Gundala Putra Petir dan Godam Manusia Besi adalah yang paling disukai (Mauren, 2011). Gundala Putra Petir adalah tokoh *superhero* asli Indonesia yang diciptakan oleh Harya Suraminata, atau lebih akrab dipanggil Hasmi pada tahun 1962. Lahir di Yogyakarta, 25 Desember 1955 merupakan salah satu komikus terkenal di Indonesia. Selain itu Hasmi juga menciptakan berbagai karakter *superhero* lainnya. Seperti Pangeran Mlaar, Sembrani, Merpati, Kalong, Maza dan Jin Kartubi. Ada juga karakter *superhero*

ciptaan Wid N.S adalah Godam dan Aquanus. Tapi berjalannya waktu, *superhero* Indonesia semakin jarang diminati (Awaluddin, 2013). Zaman sudah berubah, selera pasar pun mulai berubah, pengaruh Marvel, DC, dan *Anime* Jepang menguasai selera pasar. *Superhero* Indonesia makin terdesak dan terancam untuk terlupakan oleh negaranya sendiri. *Superhero* Indonesia bisa dikatakan lenyap setelah tahun 1988. Hingga akhirnya *superhero* asli Indonesia tertutup oleh *superhero* dan karakter populer dari luar negeri, milik Jepang dan Amerika di awal tahun 1990-an sampai saat ini. Serbuan film dari luar negeri dengan berbagai variasi kreatifitas dan inovasi menjadi salah satu penyebab banyaknya generasi muda di Indonesia yang menggemari karakter-karakter dari luar negeri ini. Makin terdesaknya karakter *superhero* Indonesia saat ini, masih minimnya tindakan nyata untuk mengeksplorasi karakter-karakter *superhero* lokal, semakin membuat generasi muda tidak memiliki minat untuk mengenal *superhero* lokal yang berakibat

pada hilangnya tokoh-tokoh *superhero* Indonesia saat ini.

Dalam bukunya yang berjudul “*Super Heroes: A Modern Mythology*”, Richard Reynolds berpendapat bahwa *superhero* telah berpengaruh sangat kuat dan melekat pada masyarakat, moralitas dan politik. Begitu besarnya pengaruh tersebut, yang menyebabkan tokoh *superhero* bertransformasi menjadi bagian dari konstruk mitologi modern. Mitos *superhero* berkembang biak dan menyebar luas di tengah-tengah kebudayaan masa modern ini. Kehadiran *superhero* dalam sejarah buku komik di berbagai belahan dunia, telah mengorbitkan kreasi manusia super sebagai simbol yang dimensi-dimensinya berhasil memuaskan tuntutan dan harapan khalayak massal (Reynolds, 2008).

Apabila tokoh *superhero* Indonesia dapat dikenal kembali dan hidup kembali di tengah masyarakat sekarang, hal ini mampu menjadi salah satu aset Indonesia dalam industri kreatif. Salah satu contoh dampak positif yang dibawa dari tokoh *superhero* dapat dilihat pada negara Amerika. Negara Amerika sendiri memiliki sebuah sektor ekonomi industri kreatif yang disebut dengan *M&E Industry (Media and Entertainment)*, berdasarkan laporan dari BEA (*Bureau of Economic Analysis*) dan NEA (*National Endowment for the Arts*), pada akhir tahun 2015, jumlah kontribusi sektor ini pada perekonomian Amerika saat itu senilai 698 *billion Dollars*, dan di dalam jumlah tersebut, karakter *superhero Avengers (Captain America, Ironman, Thor, Hulk, dsb)* memberi kontribusi sebesar 47 *billion Dollars* (setara dengan 500 triliun Rupiah). Dari hal ini dapat dilihat bahwa karakter *superhero* fantasi tidak bisa diremehkan keberadaannya dalam industri kreatif dan dapat memberi pengaruh besar pada perekonomian suatu negara apabila dieksplorasi dengan baik.

Salah satu contoh eksplorasi karakter yang sedang populer saat ini adalah dengan menggunakan gaya *chibi*. *Chibi* sendiri merupakan sebuah gaya penggambaran yang berasal dari Jepang, di mana gaya ini merupakan deformasi yang bersifat kecil/pendek, simpel dan lucu. Gaya *chibi* ini pertama kali digunakan oleh komikus Jepang Momoko Sakura dalam *Chibi-Maruko-Chan*, 1986. Gaya ini kemudian digemari dan digunakan secara luas di dunia (Togashi, 2005).

Tidak hanya di Jepang saja yang menggunakan gaya *chibi*, salah satu perusahaan yang memanfaatkan gaya *chibi* ini adalah perusahaan mainan Funko di Amerika, 1998. Perusahaan yang memproduksi mainan anak-anak ini melakukan deformasi pada karakter *superhero* Marvel yaitu *Captain America* salah satunya. Gaya *chibi* dianggap cocok untuk pasar anak-anak, karena penggambaran karakter yang simpel dan hanya menampilkan ikon-ikon penting dari karakter *superhero* lebih mudah untuk diingat oleh anak kecil, secara tidak langsung hal ini berguna untuk memperluas pangsa pasar dari karakter *Captain America*. Karena selera dan daya tangkap anak kecil

berbeda dengan selera remaja, maka butuh pendekatan yang berbeda pula, sehingga karakter *Captain America* bisa memiliki penggemar yang lebih luas. Karena anak-anak sudah mengenal *Captain America* secara *iconic* sejak kecil (Funko, 1998). Tidak hanya *Captain America* saja, mulai dari karakter *superhero* Marvel, DC, bahkan *Star wars* sudah memiliki versi *chibi*-nya.

Melihat minimnya eksplorasi untuk pemuatan konten lokal, akibatnya, *superhero* Indonesia terasa berhenti begitu saja. Salah satu usaha untuk melestarikan *superhero* Indonesia pernah dilakukan oleh PT. Bumi Langit, itupun hanya mencetak ulang 23 jilid komik *superhero* Gundala pada tahun 2005. Oleh sebab itu, cara-cara alternatif diperlukan untuk memuat tokoh *superhero* Indonesia, supaya cerita dan karakter-karakter *superhero* lokal dapat terus dipertahankan. Sebuah inisiatif timbul untuk mengisi peluang ini dengan merencanakan sebuah *self project*, yaitu pembuatan desain karakter *superhero* Indonesia dengan target audiens anak usia 3-12 tahun.

Pada usia remaja hingga dewasa, mereka sudah memiliki *mindset* dan selernya masing-masing, sehingga sulit untuk mengubah preferensi yang telah terbentuk. Sedangkan pada anak usia 3-12 tahun masih mudah untuk dipengaruhi oleh media dan hal baru (Suherdja, 2016). Pendekatan karakter *superhero* secara *chibi* digunakan untuk menyesuaikan dengan daya tangkap dan selera anak-anak.

Jika dilihat dari segi fungsi, gaya gambar *chibi* membawakan sebuah karakter dengan mengutamakan ekspresi dan *icon* yang bersifat *playful* (Togashi, 2005), di mana hal ini sejalan dengan pendapat Erica Jahja mengenai psikologis anak-anak. Anak usia 3-12 akan lebih mudah menerima sebuah informasi yang disampaikan secara *icon* dan *simple*, serta visualisasi yang *Playful*. Tentunya pada era saat ini, dimana banyak informasi yang keluar-masuk bergerak dengan cepat, hal ini juga menjadi salah satu pertimbangan gaya gambar *chibi* digunakan, dengan tujuan supaya anak bisa mengenal karakter *superhero* ini dengan cepat, dan dapat meninggalkan *impact* yang kuat pada ingatan mereka.

Dalam perancangan ini, dipilih tokoh *superhero* Gundala, Pangeran Mlaar, Sembrani, Merpati, Kalong, Maza dan Jin Kartubi, Godam dan Aquanus. Karena semua tokoh *superhero* ini selain memiliki cerita independen, juga memiliki cerita yang karakternya saling berhubungan satu sama lain. Sehingga karakter-karakter *superhero* ini bisa lebih dieksplorasi lebih lanjut dari segi cerita dan visualisasi ke dalam *concept art*, selain itu genre *superhero* yang sedang populer saat ini menjadi salah satu peluang untuk memperkenalkan kembali para *superhero* Indonesia yang terlupakan.

Dengan perancangan ini diharapkan generasi muda di Indonesia tidak hanya mengkonsumsi tokoh *superhero* dari luar Indonesia. Tetapi menumbuhkan kembali minat generasi muda kepada *superhero* dari dalam negeri dan diharapkan agar dapat lebih

menggemari konten lokal yang dibawakan ini, serta dapat melestarikan karakter-karakter lokal Indonesia yang hampir hilang di jaman dimana selera dari luar negeri lebih mendominasi. Apabila tokoh *superhero* Indonesia ini mampu dilestarikan, tentunya hal ini dapat menjadi sebuah aset dalam industri kreatif Indonesia.

Tinjauan Tentang Karakter Superhero Indonesia

Superhero disebut sebagai tokoh fiksi yang digambarkan sebagai pembasmi kejahatan dan penolong kaum lemah. Tidak hanya di Amerika saja, tapi juga di negara-negara yang terpengaruh dengan budaya populer itu, salah satunya Indonesia (Mauren, 2011). Indonesia memiliki karakter-karakter *superhero* yang sangat digemari masyarakat pada tahun 1969 hingga tahun 1980-an. Beberapa kreator komik yang menciptakan karakter *superhero* yang terkenal saat itu antara lain adalah Harya Suraminata, Wid .N.S, dan R.A Kosasih. Saat itu kemunculan karakter *superhero* Gundala Putra Petir dan Godam Manusia Besi adalah yang paling laris di pasaran. Gundala Putra Petir adalah tokoh *superhero* asli Indonesia yang diciptakan oleh Harya Suraminata, atau lebih akrab dipanggil Hasmi pada tahun 1962. Lahir di Yogyakarta, 25 Desember 1955 merupakan salah satu komikus terkenal di Indonesia. Selain itu Hasmi juga menciptakan berbagai karakter *superhero* lainnya. Seperti Pangeran Mlaar, Sembrani, Merpati, Kalong, Maza dan Jin Kartubi. Ada juga karakter *superhero* ciptaan Wid N.S adalah Godam dan Aquanus. Dimana semua karakter *superhero* ini mempunyai bagian pada 23 jilid komik Gundala (Awaluddin, 2013).

Pengertian *Concept Art*

Desain Karakter, atau yang lebih umum dikenal di dunia produksi sebagai *Concept art*, adalah sebuah ilustrasi atau grafis 3D yang digunakan sebagai representasi visual dari berbagai macam konsep dan ide, seperti contohnya desain mesin ataupun keadaan, sebelum dibuat hasil akhirnya. Seorang *Concept artists* adalah orang-orang yang membuat visualisasi pra-produksi untuk menggambarkan ide-ide dan *mood* atau suasana sebuah produk atau karakter, terutama dalam sebuah film, animasi atau game. Juga untuk menunjukkan bagaimana *final product* dari film/game tersebut, bahkan jauh sebelum proses produksi dimulai. *Concept art*, setelah disetujui akan dapat digunakan untuk pembuatan model secara 3D, kadang disesuaikan atau direvisi kembali pada tahap tersebut, dan digunakan kemudian sebagai referensi tambahan pada model final.

Dalam pembagian kerjanya sendiri, film, animasi maupun game dibagi ke dalam 3 tahap serupa. Yaitu

pra-produksi, produksi, kemudian pasca-produksi. *Concept art* menjadi suatu elemen wajib dan paling awal dalam proses pra-produksi untuk pembuatan film, animasi, maupun game. *Concept art* selalu berfokus kepada pembuatan karakter yang akan dibangun dan ciri khasnya, seperti senjata, kemampuan, karakteristik, dan sebagainya. Dan juga beberapa ilustrasi adegan yang merupakan elemen-elemen dasar yang penting yang akan dibawa pada tahap berikutnya (Carrotacademy, 2014).

Concept Art Berdasarkan Gaya Gambar

Concept art sendiri terbagi ke dalam beberapa jenis atau gaya penggambaran menurut kategorinya. Antara lain adalah Realis, simbolik, kartun, *anime*, *hard-surfaces*, *organic*, dan *environment* (Withrow, 2007:56).

1. Realis

Realis atau realism, merupakan salah satu gaya gambar dimana mengutamakan kesesuaian dengan keadaan yang sesungguhnya di dalam kehidupan nyata. Realis yang sempurna memiliki tingkat kemiripan yang sangat akurat dengan obyek aslinya, hal ini juga bisa disebut dengan *photorealism*, yang berarti memiliki penampilan yang hampir sama dengan foto.

2. Simbolik

Simbolik, merupakan gaya gambar dimana *concept artist* melambangkan sesuatu secara simbolis, sehingga tidak bisa diketahui makna gambarnya bila tidak membaca penjelasan tentang gambar tersebut.

3. Kartun

Kartun atau *cartoon* merupakan gaya gambar yang lucu dan menghibur, yang biasanya disajikan dalam bentuk gambar maupun rangkaian cerita baik berupa komik maupun animasi. Penggambaran jenis ini lebih banyak diidentikan secara humor dan karikatur. Oleh sebab itu figur kartun lebih sering digambarkan bebas tanpa mempedulikan bentuk nyata yang proporsional.

4. *Hard-Surfaces*

Gaya gambar *hard-surfaces* merupakan sebuah definisi untuk segala sesuatu buatan manusia, misalnya, mesin, robot/*mecha* dan lain-lain. *Hard-surfaces* sendiri memiliki arti secara literal yaitu permukaan yang keras. Dalam dunia *concept art* saat ini, istilah *hard-surfaces* sering dipakai untuk penggambaran robot/*mecha*.

5. *Organic*

Organic merupakan sebuah definisi untuk penggambaran *fantasy* realis seperti monster, *elf*, *orc*, dan sebagainya. Istilah ini lebih sering digunakan untuk karakter hidup non manusia (*non-humanoid*).

6. Environment

Environment merupakan penggambaran *concept art* yang mencakup tentang *landscape*, setting cerita dan suasana. Mengabaikan porsi dari pengolahan karakter, *environment concept art* lebih memantapkan pada lingkungan yang akan digunakan atau berhubungan dengan karakter yang akan muncul nantinya. Gaya gambar ini lebih memiliki tujuan untuk mendukung cerita. *Environment concept art* sendiri biasanya dibuat setelah *character concept art* selesai dibuat.

7. Anime / Manga

Merupakan cara gambar bergaya Jepang yang diperkenalkan oleh Osamu Tezuka pada awal 1960an. Serupa dengan gaya kartun, yaitu penggambarannya yang lucu dan menghibur. Hanya saja gaya *anime / manga* lebih mengutamakan pada pembawaan warna dan karakternya, serta menggunakan sedikit elemen garis. Gaya gambar *anime / manga* lebih sering mempertahankan proporsi anatomi manusia, berbeda dengan gaya kartun yang bebas mendeformasi suatu karakter. Penggambaran gaya *anime / manga* ini awalnya lebih banyak ditujukan untuk anak-anak, karena sifat gambarnya yang lucu dan kekanak-kanakan. Namun demikian, seiring berkembangnya jaman gaya gambar ini juga mulai banyak digunakan untuk orang remaja dan dewasa.

Gaya gambar *chibi* sendiri sebenarnya tidak terdeskripsi secara langsung pada pembagian gaya-gaya gambar *concept art* di dalam buku *Character Design* milik Steven Withrow, melainkan *chibi* adalah gaya gambar yang bercabang dari kategori *anime / manga*. *Chibi* merupakan istilah dari bahasa Jepang (*chibi*=kecil), biasa digunakan dalam istilah Jepang untuk menyebut anak-anak, orang yang pendek, binatang kecil, dan sebagainya. Selain itu istilah *chibi* juga digunakan untuk mengkonotasikan sesuatu yang lucu atau mungil. Gaya gambar *chibi* pertama kali digunakan oleh komikus Jepang Momoko Sakura dalam *Chibi-Maruko-Chan*, 1986. Secara umum, penggambaran *chibi* membawakan karakternya dengan ukuran kepala yang bulat besar (*oversized*), dan badan yang kecil, membuat karakternya menjadi seperti anak kecil. Gaya gambar ini dibuat sedemikian rupa karena memang mengutamakan pada pembawaan ekspresi dan emosi karakternya dengan cara yang berlebihan (*exaggerated*).

Prinsip Character Concept Art

Beberapa dasar *character concept art* adalah memungkinkan karakter yang diciptakan dapat bergerak dan hidup wajar dalam arti yang dapat diterima oleh akal manusia, meskipun karakter tokoh ciptaan ini merupakan hasil imajinasi yang tidak dapat diterima secara rasio. Prinsip *concept art* ini mencoba melogikakan sesuatu yang imajinatif dengan mencoba mengikuti hukum fisik yang berlaku, meskipun ada beberapa karakter yang dlebih-lebihkan untuk

memberikan penekanan ekspresi tertentu agar tampak lebih mudah dipahami oleh penonton terutama anak-anak. Dalam buku *Character design* milik Steven Withrow, terdapat tiga dasar *concept art*.

1. Identity

Penggambaran karakter haruslah menarik dan sesuai dengan ciri khas masing-masing karakter. Apabila karakter yang heroik, karakter itu akan digambarkan dengan kesan yang gagah dan kuat, begitu pula sebaliknya. Namun, penggambaran karakter bukan hanya berdasarkan pada kesan menarik, tetapi ketepatan karakter juga harus diperhatikan dalam pembuatan *concept art*.

2. Functionality

Setiap karakter atau konsep yang dibuat harus memiliki kejelasan fungsi (terutama untuk tema mekanik), atau setidaknya memiliki suatu alasan mengapa hal tersebut ada, atau perlu digambarkan. Sehingga tidak terdapat informasi kosong yang disampaikan dari suatu karakter. Ada baiknya bila setiap elemen visual karakter membangun konsep karakter yang akan dibawakan menjadi satu-kesatuan.

3. Personality

Karakter tokoh akan lebih kuat, bermakna dan hidup apabila dipahami lebih dahulu segala sesuatunya tentang karakter tersebut, seperti fisik, sifat, latar belakang, ataupun historisnya. Sehingga dapat dideskripsikan dengan baik bentuk karakter yang akan dikembangkan.

Concept Art Berdasarkan Teknik Pembuatan

Pada awal dikenalnya, *concept art* dibuat berupa sketsa kasar manual, tetapi semenjak 1995, di mana *Toys Story* milik pixar mulai terkenal. Banyak *concept artist* yang langsung mengadaptasi *concept art* mereka melalui 3D *modeling*, beberapa *concept artist* berpendapat bahwa hal ini berguna untuk mempercepat *workflow* pekerjaan pada tahap pra-produksi. Tetapi meskipun begitu bukan berarti sketsa manual ditinggalkan (Withrow, 2007:82).

2D sketch Concept art

Cara pembuatan *concept art* yang selalu digunakan hingga saat ini. Di mana *concept artist* membuat sebuah detail dari konsep karakternya dengan menggunakan sketsa manual. Yang kemudian akan dibawa untuk proses 3D *concept art* dengan 3D *modelling*.

3D modeling concept art

Figur atau karakter dibuat langsung atau berdampingan dengan cara manual di komputer dengan menggunakan *polygon*. 3D *modeling* sendiri

adalah sebuah proses untuk menciptakan objek 3D dengan bentuk visual nyata (benda mati maupun hidup), melalui program khusus pengolah 3D yang dapat dikeluarkan dalam berbagai *output*. Mulai dari gambar 2D dengan melalui proses *rendering*, gambar foto realis, bahkan benda nyata melalui proses 3D printing. Menurut Frank Thomas dan Ollie Jhonson, cara yang fleksibel ini membuat banyak *concept artist* pada jaman ini langsung mengkonsep karakternya secara 3D, terutama untuk mempercepat *workflow* pekerjaan.

Fungsi Concept Art

Concept art berfungsi sebagai kunci utama untuk pedoman dari setiap karakter yang akan digunakan dalam produksi film, animasi, maupun game. Di mana *concept art* menyimpan berbagai macam detail informasi dari setiap karakter tersebut. Seperti misalnya ekspresi wajah, gestur gerak tubuh, kepribadian, relasi antar tokoh, kemampuan, senjata, dan lingkungannya (Withrow, 2007). Tetapi seiring berkembangnya jaman, strategi menggunakan *concept art* sebagai salah satu media pendukung promosi film atau game makin sering dilakukan. Dengan mengemas *concept art* menjadi sebuah *artbook*, *concept art* ini dapat menjadi salah satu media promosi untuk mendukung publikasi film atau game yang dirilis.

Anak Usia 3-12 Tahun

Seorang anak akan mengalami banyak adaptasi perilaku dan psikologi sepanjang perkembangannya sampai mencapai tahap dewasa. Pada saat mencapai usia 3 tahun, anak telah memiliki kemampuan dalam menggunakan verbal, dan juga mengikutkan bahasa tubuhnya. Pada usia inipun, anak-anak memiliki sifat mendasar yang serupa, yaitu menirukan dan mencontoh, serta anak pada usia ini akan mulai pandai berinteraksi. Perhatian anak kecil juga seringkali mudah untuk dialihkan ketika anak tersebut menemukan sesuatu yang lain, yang lebih menarik bagi mereka (Adinugraha, 2010). Secara umum dalam perkembangannya, psikologis dan perilaku anak-anak 3-12 tahun adalah:

- Tidak dapat berkonsentrasi untuk waktu yang lama, diperlukan sebuah pengalaman untuk memberikan hasil pada awal dan akhir logika. Diperlukan sebuah hal yang dapat membiarkan anak untuk dapat ikut serta dengan mudah di dalamnya (secara visual maupun verbal) untuk memberi sebuah *impact* pada anak.
- Cerita, lagu dan bentuk-bentuk yang memakai memori yang sederhana akan lebih mudah untuk mereka terima.

- Mengulang kata-kata dan nama-nama, atau suatu keadaan dari apa yang mereka lihat.
- Mengenali dan meniru pola serta ritme, memori pada anak mulai menghasilkan ingatan pada sebuah pola.
- Menyukai warna-warna terang.
- Terbuka dan memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap hal-hal baru.
- Preferensi dan selera masih belum terbentuk secara sempurna, masih dalam tahap pemilihan apa yang mereka suka dan tidak.

Analisis 5W1H

What

Karakter *superhero* Indonesia telah ada semenjak 1960an dan sangat digemari masyarakat saat itu, kini telah tertutup oleh budaya populer dari luar negeri seperti karakter-karakter hero dari Amerika dan Jepang. Selama ini media yang digunakan hingga saat ini adalah komik lama. Ditambah tidak adanya evolusi dan eksplorasi karakter secara kreatif untuk mempertahankan keberadaan karakter tokoh-tokoh *superhero* Indonesia.

Who

Karakter tokoh *superhero* Indonesia seperti Gundala, Pangeran Mlaar, Sembrani, Merpati, Kalong, Maza dan Jin Kartubi, Godam dan Aquanus. Sudah tidak lagi dikenal oleh generasi muda saat ini, yang mengenal tokoh-tokoh *superhero* ini kebanyakan adalah generasi-generasi lama yang bersamaan dengan era keemasan *superhero* Indonesia dulu. Karena itu perlunya diperkenalkan kembali karakter tokoh *superhero* Indonesia pada generasi muda terutama anak-anak.

Where

Saat ini, akses tentang *superhero* Indonesia hanya bisa didapat dari komunitas-komunitas penggemar, dan kreatornya sendiri. Meskipun bisa juga didapat melalui internet, tetapi informasi yang bisa didapat mengenai *superhero* Indonesia sangat minim. Melihat fungsinya, tokoh-tokoh *superhero* ini perlu diperkenalkan kembali di Indonesia, dimana tokoh-tokoh karakter *superhero* ini lahir di Indonesia, tetapi dilupakan oleh negaranya sendiri.

When

Karakter tokoh-tokoh *superhero* Indonesia yang pernah digemari dulu, perlu diperkenalkan kembali supaya tidak tertutup oleh karakter populer dari luar negeri. Melihat juga *trend* saat ini dimana karakter-karakter *superhero* luar negeri banyak bermunculan dan genre *superhero* yang sedang *booming* pada generasi muda saat ini, dapat dilihat sebagai salah satu peluang untuk memperkenalkan kembali karakter tokoh-tokoh *superhero* Indonesia.

Why

Salah satu penyebab tokoh superhero Indonesia mulai terlupakan adalah minimnya eksplorasi secara visual dan pengembangan dari karakter superhero itu sendiri, sehingga semakin lama, konten lokal ini tergeser oleh budaya populer luar. Yang menyebabkan hilangnya tokoh superhero Indonesia dari generasi muda saat ini. Berdasarkan hasil observasi juga, banyak anak-anak berpendapat bahwa visualisasi dari komik Gundala tidak menarik, dan terkesan seram. Karakter tokoh *superhero* Indonesia perlu diperkenalkan kembali, karena hal ini dapat menjadi salah satu aset kreatif milik Indonesia, bila tidak dipertahankan, maka aset kreatif ini akan hilang. Berbeda dengan karakter-karakter *superhero* dari luar negeri yang benar-benar diolah oleh pihaknya masing-masing.

How

Anak-anak saat ini mempunyai minat yang cukup tinggi pada karakter superhero, di mana anak-anak mengidolakan sebuah sosok pembela kebenaran yang menarik di mata mereka. Minat dan pengetahuan generasi muda sekarang terhadap karakter-karakter tokoh *superhero* Indonesia sangatlah minim. Dari hasil survey dan observasi, mayoritas anak-anak tidak menyukai visualisasi komik Gundala, padahal hanya komik inilah yang menjadi media penyalur superhero Indonesia secara massal yang ada saat ini.

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan desain karakter atau *concept art* adalah memiliki suatu informasi secara verbal yang kemudian disampaikan melalui berbagai macam media visual. Maksud dari perancangan *concept art* ini sendiri adalah agar karakter tokoh *superhero* Indonesia dikenal kembali oleh generasi muda terutama anak-anak, dengan diangkatnya *concept art* karakter tokoh *superhero* Indonesia tersebut menjadi sebuah film, animasi, atau game yang dapat berdampak secara massal.

Perancangan *concept art* ini dibuat untuk memudahkan berbagai pihak yang akan mengadaptasi karakter tokoh *superhero* Indonesia ke dalam format film, animasi, game, mainan, ilustrasi, komik, dsb.

Khayalak Sasaran

Dalam perancangan *concept art* ini target market yang dituju adalah mereka yang bergerak dalam bidang perfilman, game, dan mereka yang tertarik atau bergerak dalam bidang ilustrasi. Karena pada dasarnya, *concept art* merupakan sebuah IP (*Intellectual Property*) dari seorang kreator, untuk ditawarkan kepada pihak produser untuk mengolah *concept art* tersebut ke dalam berbagai *output*.

Kemudian untuk perancangan dari desain karakter ini sendiri, target audiens yang dituju adalah anak-anak

berusia 3-12 tahun di Indonesia, yang menyukai atau mengidolakan karakter-karakter *superhero*.

Bentuk dan Variasi Media

Bentuk penyajian desain karakter atau *concept art* adalah ke dalam sebuah bentuk buku, yaitu *artbook*. Untuk *concept art book*, buku dibuat agar gambar-gambar jelas dan mudah untuk dilihat serta tidak terlalu penuh, namun tetap mudah untuk dibawa-bawa. Untuk penunjang, dibuat katalog, poster karakter, dan beberapa media souvenir. Media souvenir disini dibuat sebagai beberapa contoh media konvensional untuk pengenalan karakter kepada anak-anak.

Judul Concept Art Book

Judul yang digunakan pada *artbook* adalah, *Concept art – 9 Patriot*. Nama Patriot ini disarankan oleh Harya Suraminata, yang berasal dari nama tim *superhero* Indonesia yang dulu pernah dibuat, yaitu Patriot yang terdiri dari Gundala, Godam, Aquanus, dan Maza. Tidak hanya terbatas pada 4 karakter itu, sebenarnya Patriot dulu juga digunakan untuk menyebut seluruh kumpulan superhero Indonesia.

Gaya Ilustrasi Karakter

Gaya gambar karakter yang digunakan adalah gaya *chibi*, mengikuti gaya gambar *chibi*, tiap karakter tokoh *superhero* Indonesia akan digambarkan secara lucu dan simpel, serta hanya mengambil elemen-elemen yang penting dalam karakter itu. Kemudian digambarkan dengan badan kecil, pendek, dan kepala yang *oversized* khas *chibi*.

Tone Warna

Tone warna yang akan digunakan mengambil *tone* warna khas dari tiap karakter masing-masing:

1. Gundala : Hitam – Merah
2. Pangeran Mlaar : Biru Toska – Merah
3. Sembrani : Kuning – Hijau
4. Merpati : Krem – Oranye
5. Kalong : Biru – Kuning
6. Maza dan Kartubi : Coklat muda – Coklat tua
7. Aquanus : Hijau – Putih
8. Godam : Biru tua – Hitam

Teknik Visualisasi

Teknik pengerjaan adalah dengan sketsa 2D untuk menggambarkan profil, ekspresi, dan beberapa

tentang *character trait*. Kemudian *3D modeling* untuk *basic T-pose* dan *artwork*.

Konsep Karakter

1. Gundala

Gundala Putra Petir, adalah wujud *superhero* dari pemuda bernama Sancaka (Santjaka). Dalam ceritanya, dia diceritakan sebagai seorang ilmuwan muda yang berbakat. Hal yang mendorong Sancaka berperan sebagai *superhero* adalah perasaan kosong yang dirasakan olehnya ketika ditinggal oleh kekasihnya, ketika mendapat kekuatan petir dari kaisar Kronz dan kekuatan berlari dari raja Taifun, Sancaka merasa memiliki sesuatu yang dapat dia lakukan untuk mengisi kebingungan hatinya, dari sinilah rasa keadilan Sancaka sebagai Gundala mulai tumbuh. Kostum Gundala adalah topeng dan pakaian *overall* ketat berwarna hitam dan menggunakan celana, sarung tangan, dan *boot* berwarna merah dengan sabuk kuning – emas. Hal yang khas dari kostum Gundala adalah sepasang sayap angsa putih di sisi kiri dan kanan kepalanya.

2. Pangeran Mlaar

Mlaar adalah seorang pangeran dari kerajaan di planet Covox. Dalam cerita, Mlaar diceritakan sebagai pangeran muda yang melawan pemberontakan dari menteri Telern. Paman Pangeran Mlaar memberi kekuatan elastisitas pada Pangeran Mlaar untuk merebut kembali tahtanya. Kostum Pangeran Mlaar adalah pakaian *overall* ketat berwarna biru toska dan sebuah *coat* kecil berwarna merah yang menutupi leher hingga dadanya, dan juga celana dan *boot* berwarna merah, Pangeran Mlaar tidak menggunakan sarung tangan untuk memudahkan dia menggunakan kemampuannya.

3. Sembrani

Sembrani adalah seorang mahasiswa bernama Tangguh, Tangguh memiliki hobi untuk mengutak-atik mesin dan alat-alat elektronik, dan membuat barang-barang aneh dari mesin-mesin bekas. Ketika sedang menjelajahi gunung Dieng bersama dua sahabatnya, dia melihat sebuah mesin aneh di tepi kawah gas beracun Dieng yang ternyata mesin itu adalah pesawat luar angkasa yang terjatuh. Dari sini Tangguh mendapat sebuah kalung yang dapat merubahnya menjadi Sembrani dari panglima perang Otohrb. Sembrani memiliki kekuatan untuk mengendalikan magnet dan anti racun, Namun Sembrani memiliki kelemahan yaitu bila berdekatan dengan emas, elemen emas dapat dapat melumpuhkan Sembrani dalam waktu yang cukup lama kurang lebih seminggu. Kostum Sembrani adalah pakaian *overall* ketat berwarna kuning, warna topeng, sarung tangan, celana, dan *boot* sembrani adalah hijau. Sembrani juga memakai sebuah penutup mata yang dapat menganalisis kekuatan medan magnet di sekitarnya.

4. Merpati

Merpati adalah wujud *superhero* seorang perempuan bernama Sedhah, seorang wartawan yang berusaha menyelamatkan ayahnya dari penculikan. Dalam usahanya mencari ayahnya, Sedhah mengalami kecelakaan dan jatuh ke jurang, tapi segerombolan merpati menolong dan membawanya ke sang Ratu Merpati, yang memberinya pertolongan serta memberinya kekuatan super. Selain jago bela diri, kekuatan Merpati adalah kemampuan terbangnya, dan kemampuannya untuk selalu bisa menentukan arah di mana dia berada, seperti seekor burung Merpati. Kostum Merpati adalah pakaian *overall* berwarna krem-putih, dan sebuah mantel kecil yang menutupi punggungnya. Dia juga mengenakan sarung tangan dan *boot* berwarna merah, Merpati juga menggunakan helm perak yang menyerupai burung merpati.

5. Kalong

Kalong adalah wujud *superhero* dari seorang anak yang bernama Agus. Agus mendapat kekuatannya sebagai Kalong ketika dia terperosok ke dalam sebuah jurang, dan di dalam sana Agus bertemu dengan raja kelelawar bernama Xamefreet, Agus diberi sebuah medali yang akan merubahnya menjadi *superhero* bila ditempelkan di dahinya. Kekuatan utamanya adalah sinar kejujuran, jika dikenakan pada makhluk hidup, maka siapapun yang terkena sinar itu akan berbicara untuk berbicara jujur, lebih tepatnya, sinar yang dipancarkan oleh kalong, merupakan sebuah media telepati terhadap sasarannya. Kostum Kalong adalah topeng dengan tanduk kecil seperti kelelawar, dan pakaian *overall* ketat berwarna biru. Menggunakan sarung tangan dan *boot* berwarna kuning. Sepasang sayap kelelawar (kalong) yang ada di punggungnya dapat digunakan untuk *gliding* di udara.

6. Maza

Maza adalah wujud *superhero* dari seorang pria bernama Kanigaya yang berprofesi sebagai pelukis. Dia mendapat kekuatannya untuk berubah menjadi Maza dari pisau belati yang didapatnya dari seekor ular sakti bernama Schobin yang ditolongnya. Kekuatan Maza sendiri adalah tenaga supernya dan Jin Kartubi yang bersemayam di dalam pisau belati yang digunakan oleh Maza. Maza bisa dibilang tidak menggunakan kostum khusus, hanya sosoknya saat berubah, akan menjadi sedikit lebih besar dan kekuatannya bertambah dari sosok manusianya. Maza juga menggunakan kain penutup di pinggangnya sambil membawa belatinya yang dapat digunakannya sebagai senjata secara langsung atau untuk memanggil Jin Kartubi.

7. Jin Kartubi

Kartubi adalah seorang bangsawan dari negeri Jin. Kartubi memasuki dan mengabdikan di dalam belati Maza, pada saat Maza menemukan sebuah botol ajaib dalam perjalanannya, yang ternyata botol itu adalah

Kartubi yang disegel oleh saudara-saudaranya. Kekuatan Jin Kartubi terletak pada ukuran raksasanya dan kemampuan terbangnya dalam jarak yang sangat jauh. Layaknya Maza, Jin Kartubi sendiri tidak berkostum, wujudnya besar dan memiliki rambut berikat kuda. Dia mengenakan aksesoris gelang emas di tangan kiri dan kanannya sebagai segel kekuatannya.

8. Aquanus

Aquanus adalah wujud *superhero* dari Dhanus. Dhanus sendiri bukanlah manusia, melainkan sesok putra raja alien dari planet Zyba yang lari karena penyerangan dari planet lain. Kekuatan utama dari Aquanus adalah kemampuan berenang dan kemampuan bernafas dalam air. Kekuatan lain yang dia miliki berasal dari sabuk yang didapat dari sahabat mendiang ayahnya, sabuk itu dapat mengeluarkan sinar penghancur yang kuat yang dinamakan sinar pelangi. Aquanus menggunakan kostum *overall* ketat berwarna hijau yang dilapisi sisik ikan yang diceritakan terbuat dari bahan yang sangat keras yang berasal dari teknologi mutakhir milik planet Zyba. Dia juga menggunakan sarung tangan, *boot*, dan celana berwarna putih – silver.

9. Godam

Godam sendiri sebenarnya adalah nama sebuah negeri dari dimensi lain. Perwujudan Godam adalah sebuah arwah (*spirit*) dari bangsa Godam. Godam menjadi *superhero* setelah menggunakan seorang detektif bernama Awang sebagai wujud manusia Godam. Kemampuan Godam cukup bervariasi, seperti dapat terbang, mempunyai kekebalan yang sakti, mampu menggunakan jurus ilusi dan kemampuan telekinesis (menggunakan arwah). Kostum Godam adalah pakaian *overall* biru tua dengan sarung tangan, celana dan *boot* hitam, serta jubah merah tua. Di dadanya terdapat simbol huruf G dari nama Godam, dan di sebelah huruf G itu terdapat simbol sayap emas di kiri dan kanannya.

Hasil Perancangan



Gambar 1. Cover *artbook* 9 Patriot



Gambar 2. Hasil studi karakter 9 Patriot



Gambar 3. Contoh aplikasi media konvensional



Gambar 4. *Papercraft* karakter 9 Patriot

Kesimpulan

Karakter tokoh-tokoh *superhero* Indonesia sudah tidak dikenal lagi oleh generasi muda dan terancam untuk hilang dan tertutup oleh karakter-karakter *superhero* populer dari luar negeri. Perlunya sebuah pengolahan karakter secara visual yang menarik sehingga dapat memicu minat generasi muda. Untuk memperkenalkan kembali *superhero* Indonesia, dipilih target audiens anak-anak usia 3-12 tahun. Karena pada usia ini selera mereka masih bisa dipengaruhi dan masih terbuka akan semua hal, sehingga dapat menjadi kesempatan bagi karakter *superhero* Indonesia untuk dikenal dan diingat oleh mereka. Dengan dipilihnya target audiens anak-anak usia 3-12 tahun. Tentunya perlu desain karakter *superhero* Indonesia yang sesuai dengan selera dan daya tangkap mereka. Karena itulah gaya *chibi* dimanfaatkan. Selain gaya gambar *chibi* ini sedang populer dan banyak diaplikasikan saat ini, serta disukai oleh anak-anak. Gaya gambar ini yang lebih menampilkan suatu karakter secara *iconic* akan memenuhi fungsinya untuk memasukkan karakter *superhero* Indonesia ke dalam ingatan anak-anak dengan efektif, mengingat di jaman modern ini informasi sangat cepat keluar masuk dengan mudah dan dalam jumlah yang besar tiap waktunya.

Meskipun begitu, perancangan ini tidak mentah-mentah langsung memperkenalkan tokoh *superhero* Indonesia kepada anak-anak, dalam perancangan ini, anak usia 3-12 tahun digunakan hanya sebagai pertimbangan dalam desain karakter dan solusi masalah. Desain karakter atau *concept art* yang dibuat ini merupakan hal krusial dan dibutuhkan pada tahap paling awal keseluruhan proses pembuatan film, game atau animasi. Desain karakter atau *concept art* berguna untuk menjaga konsistensi dari realitas karakter yang dibawa ke dalam berbagai *output* tersebut.

Sehingga perancangan ini dibuat sebagai fondasi awal yang berisi berbagai informasi yang lengkap dari seluruh karakter *superhero* 9 Patriot yang dapat diteruskan ke dalam berbagai *output* oleh studio animasi, studio game, atau pihak publisher dan dapat berfungsi untuk jangka waktu yang lama. Dalam proses produksinya, *concept artbook* ini berguna sebagai pedoman *animator*, *artist*, *story boarder*, dan sebagainya. Ketika proses produksi selesai, dan realisasi produk nyata telah dipublikasikan, *concept artbook* ini juga dapat digunakan sebagai salah satu media pendukung dalam penjualan. Jadi pada dasarnya, perancangan ini tidak akan menunjukkan dampak langsung kepada target audiens anak-anak, melainkan bagaimana membuat suatu perancangan yang dapat diolah untuk menjadi suatu hal yang matang dan lebih berdampak secara masal untuk memperkenalkan kembali tokoh *superhero* Indonesia kepada generasi muda.

Saran

Di samping kekayaan budaya dan tradisi lokal, serta sumber daya alam Indonesia, alangkah baiknya jika di Indonesia memiliki lebih banyak koleksi film dan game dengan jenis fantasi, terlebih lagi jika mengangkat *superhero* lokal, apabila *superhero* fantasi Indonesia dapat diolah dengan baik, hal ini dapat menjadi salah satu aset kreatif yang tentunya sangat bermanfaat bagi Indonesia sendiri.

Pada perancangan berikutnya, untuk topik pembahasan yang serupa, perancangan yang lain dapat melanjutkan hasil desain karakter atau *concept art* ini menjadi film, animasi, atau game, atau media lain yang sedang populer yang memang dirasa bisa mengemas karakter 9 Patriot ini. Perancangan ini dapat digunakan sebagai referensi karakter yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan berbagai *output* tersebut, sehingga perancangan berikutnya tidak perlu lagi melakukan studi dan pengolahan karakter. Karena semua hal itu telah dibahas tuntas dalam perancangan ini.

Daftar Referensi

Daniels, fores (1991) *Evolutions of Captain America*. Nopud, Canada

Flaxman, Tereza (2008) *Maya 2008 Character Modelling & Animation Principles & Practices*. Charles River Media.

Reynolds, Richard. *Super Heroes: A Modern Mythology*, 2008

Stratyner, Leslie, ed. *Fantasy Fiction into Film: Essays*. North Carolina: McFarland & Company, 2007.

Suraminata, Hasmi (1969) *Gundala Putera Petir*. Kentjana Agung.

Tengrenn, Gustaf (1940) *Disney Concept Art by par Gustaf Tenggren*. 2014.

Withrow, Steven. *Character design for Graphic*. Rotovision, 2007

Adez. "Kapan industri animasi mandiri Indonesia akan terbentuk?." Adez animation corner. 2005, retrieved February 24, 2016 from <http://adez3d.blogspot.com/2005_11_01_archive.html>

Animation production workflow by Carrot Academy Illustration School, 2014, Retrieved February 24, 2016 from <http://carrotacademy/workflow.com>

Anto. "How Hard to Find 3D Artist?". Here, There and Everywhere. 2003. May 7, 2016. <<http://antosaurus.multiply.com/journal>>

Chibi definition by Hirohiigo Togashi July 25, 2005. Retrieved February 24, 2016 from <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=chibi>

Hasmi . Retrieved February 24, 2016 from <https://bincangmedia.wordpress.com/2013/05/29/bertemu-hasmi-sang-pencipta-gundala>

Open forum about manga invasions throughout the world. Retrieved May 4, 2016 from <http://otakuzone.jp/forum/thread/open-discussions-about-japan-and-its-culture-in-the-world>

Pixar "Character Design" 2013. Retrieved January 12, 2016 from pixar-animation.weebly.com/character-design.html

Pixar Artbook 2014. Retrieved February 24, 2016 from parkablog.com

Profil superhero Indonesia. Retrieved February 20, 2016 <http://hermawayne.blogspot.co.id/2013/02/10-awalludin-superhero-indonesia-yang-terlupakan.html>

Psikologi anak dalam desain by Erica Jahja Retrieved January 18, 2016 <http://dokter spesialis anak surabaya.com/dokter-spesialis-anak-di-surabaya.html>

Serial komik Gundala by Hasmi Retrieved April 2, 2016 from <https://dbkomik.com/superhero/hasmi> Superhero Indonesia . Retrieved February 24, 2016 from [http:// Indonesian superheroes .blogspot.co.id/2015](http://indonesian-superheroes.blogspot.co.id/2015)

Ziliun17: SUPERHERO ASLI INDONESIA. Retrieved February 26, 2016 from <http://www.ziliun.com/articlesziliun17-superhero-asli-indonesia>