

SURAT TUGAS

No. 30/Jur-S1-DKV/Srt-tgs/Seminar/IX/2019

Ketua Program Studi Desain komunikasi Visual Universitas TRILOGI menugaskan kepada:

Nama : Abdul Haris Rustaman., S.ST, M.Ds
NIK : 160801

Untuk mengikuti kegiatan “Seminar Nasional Animasi dan Media Visual yang akan diselenggarakan pada tanggal 19 September 2019 di Teater Jakarta, Taman Ismail Marzuki.

Selanjutnya mohon dosen yang bersangkutan untuk dapat mengirimkan makalahnya sesuai dengan LoA yang diterima tertanggal 3 Agustus 2019 dengan Nomor 727/C.06/Ket.Animakini.Assdkv/VIII/2019.

Demikian surat ini dibuat agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 06 Agustus 2019



Muhammad Iqbal, M.Ds.

Ketua Program Studi Desain komunikasi Visual

Tembusan :

1. Kepala Biro Sumber Daya Etika Dan Hukum
2. Dosen yang bersangkutan

BEKRAF
Creative
Labs

ANIMAKini



Nomor
727/C.06/Ket.Animakini.Assdkv/VIII/2019

Perihal
Letter of Acceptance

Tanggal
14 September 2019



Asosiasi Program Studi
Desain Komunikasi Visual
Indonesia

Kepada Yth,
Abdul Haris Rustaman
Universitas Trilogi
Jakarta Selatan
aharisrustaman@gmail.com

Bersama surat ini, kami sampaikan bahwa full paper anda yang berjudul **“Film Animasi Sebagai Media Pengenalan Kearifan Cerita Lokal “Legenda Wadu Ntanda Rahi” Daerah Bima - Nusa Tenggara Barat”** terpilih untuk dipresentasikan pada Seminar Nasional Animasi dan Media Visual yang akan diselenggarakan pada tanggal 19 September 2019 jam 13.00 -15.00 di Teater kecil Jakarta, Taman Ismail Marzuki.

Untuk itu perlu kami informasikan kepada pemakalah dapat mempersiapkan presentasi powerpoint Anda dan dikirimkan paling lambat pada **18 September 2019** ke **animakini@senirupaikj.ac.id**

Terimakasih atas perhatiannya, kami tunggu kedatangan anda pada Seminar Nasional Animasi dan Media Visual 2019

Jakarta, 14 September 2019

Ehwan Kurniawan, M.Sn.
Ketua Panitia BCL Animakini 2019

Dr. Elda Franzia, M.Ds
Ketua Asprodi Chapter Jakarta

**SUSUNAN ACARA PANEL
DISKUSI PEMAKALAH
PENELITI ANIMASI & DESAIN
19 SEPTEMBER 2019
TEATER KECIL, TAMAN ISMAIL MARZUKI**



Kamis, 19 September 2019

Paparan Makalah 10 Peserta Terpilih, 13.00 – 15.00 WIB



NO	NAMA	INSTITUSI	JUDUL
SESI I			
1	Abdul Haris Rustaman	Universitas Trilogi Jakarta Selatan	Film Animasi Sebagai Media Pengenalan Kearifan Cerita Lokal "Legenda Egenda Wadu Ntanda Rahi" Daerah Bima - Nusa Tenggara Barat
2	Atmaja Septa Miyosa	Sekolah Tinggi Multimedia Yogyakarta, Indonesia	Penciptaan Animasi Berbasis Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)
3	Citra Kemala Putri, Diwan Setiawan	Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia Bandung	Analisis Bahasa Rupa Pada Film Animasi Pendek <i>Death Of The Firstborn Egyptians</i>
4	Daniel Kurniawan Salamoon	Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya	Wanita Dan Kekuasaan Studi Analisis Karakter Yuzuriha Inori Dalam Anime Guilty Crown
5	Elly Herliyani	Undiksha Singaraja, Bali	Pengembangan Video Tutorial Fungsi Tulang Untuk Karakter Gungman Wied Menggunakan Blender

BEKRAF
Creative
Labs

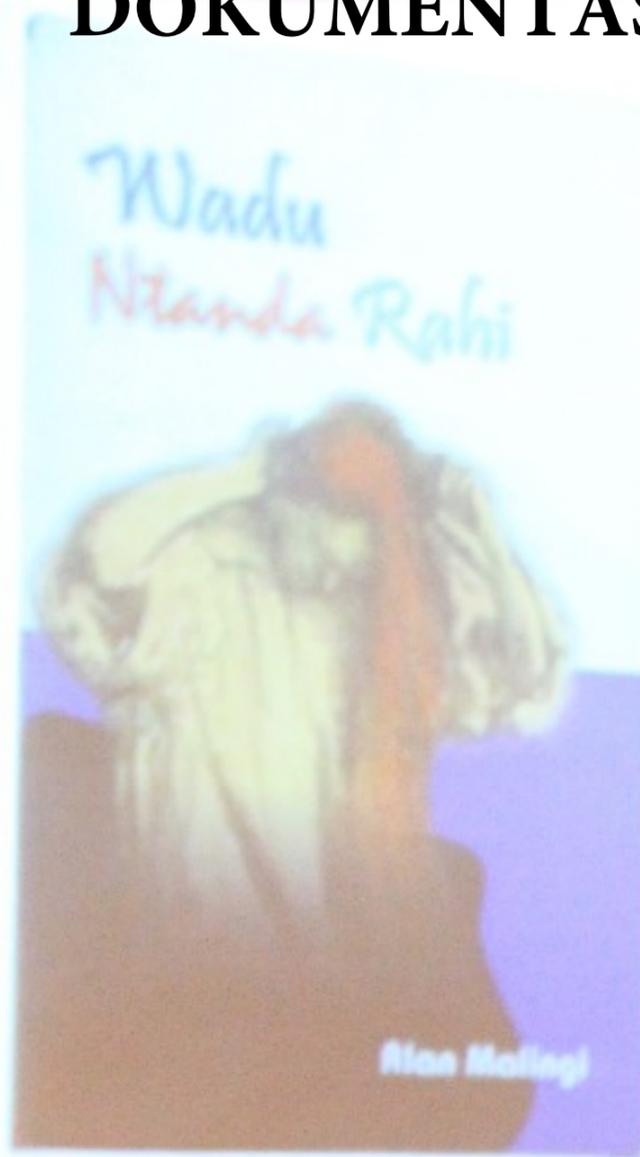
ANIMAKini



Asosiasi Program Studi
Desain Komunikasi Visual
Indonesia

SESI II			
6	Fathiya Rahma Annafi SM, Andy Pramono	Universitas Negeri Malang	Pengembangan Animo Anak Pada Lagu Anak Melalui Video Animasi Musik Dengan Teknik Animasi 2d
7	FX. Catur Satria Aji Wibowo, Zeffry Alkatiri	Desain Komunikasi Visual FSR IKJ	Bahasa Visual Pada Meme Internet Di Masa Kampanye Pemilihan Presiden Periode 2014-2019
8	Gelar Anugerah Munggaran	Pasca sarjana Institut Teknologi Bandung.	Representasi Awan Cumulonimbus Pada Background Art Film Animasi Jepang
9	Naldo Yanuar Heryanto	Study Program of Visual Communication Design, School of Design, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H. Thamrin Boulevard 1100 Lippo Village Tangerang 15811 – Indonesia	Analisis Antropomorfisme Pada Desain Karakter Animasi “Courage”
10	Yophie Septiady	Pascasarjana IKJ, Pascasarjana Sekolah Kajian Strategik Global Universitas Indonesia, Fakultas Teknik Prodi Arsitektur dan Fakultas Psikologi Universitas Pancasila	Film Animasi Untuk Anak Perempuan: Identitas Subkultural Untuk Konsumsi Global

DOKUMENTASI KEGIATAN



- Semakin terkikisnya etika dan moral g
- Setiap daerah memiliki cerita lokal
- Setiap cerita punya makna, dan pesan
- Bima memiliki 'legenda wadu ntanda
- Animasi sebagai media untuk mencer
- 'legenda wadu ntanda rahi'
- Legenda ini sangat dikenal di Bima - N
- ceritanya tidak banyak yang mengetah
- Cerita diangkat dari Novel karangan A



PROSIDING

ANIMAKini
ANIMASI CIKINI

19
09
19



Prosiding Seminar

ANIMASI DAN VISUAL MEDIA DIGITAL

Tema: Eksplorasi Cerita Nusantara

Fakultas Seni Rupa Institut Kesenian Jakarta bersama BEKRAF Creative Labs

Stering Committee

Penasihat : Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M; Maman Rahmawan, S.ST, M. Si.
Penanggung Jawab : Dr. Indah Tjahjawulan, M. Sn.

Susunan Panitia

Ketua Pelaksana : Ehwan Kurniawan, M. Sn.
Wakil Ketua : Adityayoga, M. Sn.
Bendahara : Rahayu Pratiwi, S. Sn., MBA
Sekretaris : Yuni Tri Subekti, A. Md.
Koord Desain Grafis : Hafizh Al Fikri, S. Sn.
Koord Acara : Caroline Mellania, M. Sn.
Koord Display & Perlengkapan : Isworo Ramadhani, S. Sn.
Koordinator Audio Visual : F.X Catur Satria, M.Sn.
Koordinator Liason Officer : Danny Eko Sulisty, ST, M.Sn.
Koordinator Website & Media Sosial : Billie Rizqan, S.Sn.
Koordinator Finance & Accounting : Tri Yuli Ekawati, S.Pd.
Koord Konsumsi & Logistik : Tarwanto
Anggota Audio Visual : Muhamad Thoriq Hibatul Haqqi, S.Sn.
Afdal Putra Aurora
Anggota Finance & Accounting : Muslih, A. Md., Sartiman
Anggota Konsumsi & Logistik : Suseno

Reviewer

1. Dr. Dendi Pratama, M.M, M. Ds.
2. Dr. Ariani Wardhani. M. DsCs.
3. Dr. Indah Tjahjawulan, M. Sn.
4. Dr. Lala Palupi Santyaputri, M. Si.
5. Dr. Elda Franzia, M. Ds.

Moderator: Ahmad Faiz Muntazori, M.Sn.

Editor: Yudi Amboro, M.Sn.

Tim Editor

Anggun Nurdila
Azkavhian Arfaza
Maria Agatha Savitri
Mohammad Iqbal
Sara Alisha
Sekar Kusuma

Rancang Grafis: Hafizh Al Fikri

ISBN 978-602-9335-39-2

© 2019 Animakini dan BEKRAF Creative Labs

Penerbit

Fakultas Seni Rupa
Institut Kesenian Jakarta
Jalan Cikini Raya No.73
Menteng, Jakarta Pusat

Prosiding ini ditulis dalam bahasa Indonesia. Dilarang memproduksi seluruh maupun sebagian buku ini dalam bentuk apapun, elektronik maupun media cetak, termasuk dalam penyimpanan dan kearsipan tanpa izin tertulis dari penerbit, hak cipta dilindungi Undang-undang.

Apabila ingin memperbanyak prosiding ini silakan menghubungi Fakultas Seni Rupa Institut Kesenian Jakarta dan BEKRAF Creative Labs

Prosiding Seminar
ANIMASI &
VISUAL MEDIA DIGITAL



Penerbit Fakultas Seni Rupa
Institut Kesenian Jakarta



19.09.19

Pengantar

ANIMASI DAN VISUAL MEDIA DIGITAL

Dr. Indah Tjahjawan, M.Sn.

Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Kesenian Jakarta

Animakini; animasi Cikini atau animasi terkini adalah event Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Creative Labs bekerjasama dengan Fakultas Seni Rupa, Institut Kesenian Jakarta yang ditunjuk sebagai tim penyusun Grand Strategi dan Roadmap Sub Sektor Animasi untuk menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan Pusat Unggulan Animasi yang ketiga. Sebagai pusat unggulan, kegiatan utamanya adalah melakukan riset dan penelitian yang berkaitan dengan pendidikan animasi yang bisa berintegrasi dengan industrinya sehingga bisa meningkatkan standar kualitas sumber daya manusia dibidang animasi.

Dalam upaya mengupgrade data berkaitan dengan riset kajian dan karya animasi Indonesia terutama di tingkat akademik untuk menunjang aktivitas industri animasi dan memperluas kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif di sektor yang lain ini, Fakultas Seni Rupa Institut Kesenian Jakarta dan Bekraf Creative Labs (BCL), kembali menyelenggarakan ANIMAKINI (Animasi Cikini) di tahun 2019, sebuah

kegiatan yang dikelola oleh sebagai wadah temu kreatif untuk mensinergikan stakeholder dan pelaku dalam ekosistem industri kreatif sub sektor Animasi dan subsektor Fashion, mulai dari sekolah, kampus, pusat kursus, UKM, hingga industri besar.

ANIMAKINI, merupakan kegiatan yang memfokuskan pada hasil riset dan pengembangan animasi di Indonesia terkait dengan dunia akademik untuk mendukung kemajuan industri animasi Indonesia. Kegiatan dari ANIMAKINI 2019 diantaranya ada seminar akademik yang berlangsung pada pukul 09.00-12.00 WIB, Seminar Utama dan Seminar Industri pada jam 13.00-15.00 WIB di Teater Jakarta dan Teater Kecil Taman Ismail Marzuki (TIM).

Pada seminar Akademik terdiri dari tiga pembicara, "Profesor Suyanto (Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta) yang mempresentasikan Riset dan Pengembangan animasi Ajisaka, kemudian DR. Intan R. Mutiaz, Kepala Program Studi Desain Komunikasi

Visual Institut Teknologi Bandung, yang mempresentasikan Animasi berbasis riset dan visual teknologi: immersion dan virtual reality, dan Fajar Nuswanto, M.Sn, CEO Kulstori yang membawakan tema tentang Strategi dan monetizing konten animasi menembus stasiun TV dan channel Youtube dengan tokoh Bilu Mela, Riska dan Gembul, dan Abi dan Caca”.

Selanjutnya Selain itu, pukul 13.00-15.00 WIB di Teater Jakarta berlangsung seminar industri, dengan pembicara diantaranya Chandra Endroputro (Peraih penghargaan FFI 2015 kategori animasi dengan film animasi GWK) saat ini sebagai Sutradara Animasi Tempo Animation (Temotion), membawakan tema riset dan pengembangan cerita animasi bertema Nusantara. Dilanjutkan oleh Aditya Triantoro, Chief Executive Officer (CEO) The Little Giantz Studio yang mempresentasikan tentang strategi pengembangan bisnis animasi Nussa”.

Seminar Industri juga diisi oleh Mohammad Taufiq (Emte), seorang ilustrator yang merupakan alumni Desain Komunikasi Visual (DKV) IKJ. Perlu diketahui, Mohammad Taufiq (Emte) telah banyak menggarap ilustrasi untuk kebutuhan cover buku di beberapa penerbitan dan agensi. Bahkan pada pertengahan 2019 lalu alumni DKV IKJ tersebut berhasil masuk dalam 5 terbaik Katapel Bekraf ajang inkubasi pengembangan bisnis Intellectual Property (IP) yang dipresentasikan dengan tema Strategi pengembangan IP Si Gugug! dari komik menuju Animasi.

Dalam waktu bersamaan, berlangsung di Teater Jakarta di Teater Kecil, TIM juga diadakan Seminar Nasional berupa presentasi hasil penelitian terkait dengan animasi dan desain dari dosen-dosen Desain Komunikasi Visual dari seluruh berbagai daerah di Indonesia yang merupakan anggota Asosiasi Program Studi DKV Indonesia (ASPRODI), yang telah diseleksi oleh tim Asosiasi Program Studi DKV Indonesia (ASPRODI).

Seminar dengan tema “Animasi dan Visual Media Digital” ini adalah untuk memperkaya penelitian dan karya para desainer, pengajar dan mahasiswa secara khusus mengenai Animasi dan Visual Media Digital dan juga secara umum dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Area studi pada penelitian ini meliputi: Animasi dan Budaya Visual; Animasi dan Media Baru; Animasi dan Storytelling; Semiotika dalam Film Animasi; Historiografi Seni dan Desain; Desain Grafis dan Media Digital; Seni Rupa dan Media Baru Dan topik yang berada dalam ranah Desain Komunikasi Visual. Diharapkan dari seluruh kegiatan Animakini 2019, menghasilkan rujukan riset dan pengembangan animasi dari akademik untuk kebutuhan industri. Selain itu, industri animasi bisa memberikan transfer ilmu ke generasi dunia pendidikan baik di tingkat Sekolah maupun Perguruan Tinggi, dapat dikembangkan ke tahap selanjutnya atau dikolaborasi dengan sub sektor industri kreatif lainnya. Seluruh data yang terkumpul diharapkan juga bisa dimanfaatkan secara maksimal untuk kemajuan animasi di Indonesia.

SAMBUHAN

Dr. Seno Gumira Ajidarma, S.Sn., M.Hum.

Rektor Institut Kesenian Jakarta

Terima kasih, selamat pagi. Tadi sudah jelas disebutkan, animasi adalah dunia yang menyenangkan. Kurang apalagi? Tinggal terjun ke situ. Tadi tampak angka-angka sampai triliunan bagaimana sebagian saja untuk masuk ke kantong Anda. Jadi apalagi yang kurang? Ada konteks Indonesia raya. Jadi kalau mau mengabdikan, tanpa berdarah-darah. Itu bisa, bikinlah animasi terbaik. Tapi dunia yang menyenangkan ini tidak gratis, kita musti belajar, belajarnya habis-habisan barangkali berdarah-darah. Baru nanti kalian jadi animator paling kreatif dan bisa jangkakan Indonesia, ya bisa menguasai dunia. Ini adalah zaman di mana orang mojomok saja di depan komputer, bisa jadi jagoan, tapi tetap kita harus belajar juga segala hal yang berhubungan dengan bahasa visual itu.

Jadi kita lihat pengembangan kemanusiaan itu. Orang mula-mula berkomunikasi dengan gambar. Dari gambar-gambar, jadi huruf-huruf, jadi

tulisan sekarang balik gambar lagi. Jadi, apa kita masuk ke sirkulasi kekayaan itu dan berkesempatan hari ini menjadi sebagian dari pelopornya. Tadi disebutkan bahwa kendalanya ialah kurangnya SDM. Yasudah ambil dululah sebelum orang lain ambil, begitu. Ini namanya industri ekonomi kreatif, urusannya duit melulu. Anda bisa memilih, mau ikut-ikutan saja, apa jadi penggagasnya, jadi penemu-penemu. Itu apa, bagian dari apa, pergulatan yang apa, yang akan menentukan pilihan nanti.

Cukup sekian dan terima kasih. Ini kesempatan baik untuk belajar, jadi bukan hanya tahu visual, bukan hanya melihat, tapi juga mendengar. Dan seminar, juga bagian dari perbincangan atas dunia animasi itu secara kritis, jadi memang ini seperti dunia visual. Tapi waktunya untuk mendengar juga. Dan setelah itu saya harap tentu anda semua bertanya-tanyalah.

Terima kasih.

SAMBUTAN

Dr. Wawan Ruslawan, M.M.

Direktur Riset dan Pengembangan Bekraf

Selamat pagi. Salam sejahtera untuk kita semua, yang saya hormati Bapak Rektor, Bapak Dr. Seno Gumira Ajidarma, Ibu Indah, kemudian Pak Fajar, Prof. Suyanto, dan Pak Intan. Bapak ibu sekalian, adik-adik semuanya yang berbahagia. Hari ini adalah hari yang pasti dinantikan, setelah empat tahun kita berkerjasama dengan IKJ. Kita melakukan kerjasama dengan IKJ dalam Creative Labs, dalam konsep Animakini atau Animasi Cikini. Jadi kita semua belajar bagaimana membangun sebuah program atau kegiatan secara konsisten. Tentu saja kekonsistenan ini kita ingin lihat, kita uji, apakah nanti bisa menghasilkan sebuah output atau outcome yang memang sangat bermanfaat bagi anak-anak dunia animasi kita. Yang penting tentu saja memang Bekraf ditujukan salah satunya adalah untuk mengembangkan ekosistem animasi yang berujung bagaimana dia bisa menciptakan nilai tambah di dunia animasi. Jadi saya lihat di sini hadir, adik-adik kita dari berbagai sekolah datang. Sebenarnya Animakini adalah salah satu program yang kami kerjakan bersama IKJ dalam sektor film animasi yang dikelola Bekraf.

Ada beberapa program, mungkin kalau teman-teman hadir di Sabtu lalu di Bekraf Animation Conference, itu juga salah satu program kami, yang khususnya itu ditujukan bagi para pelaku bisnis atau sebenarnya masuk ke dunia usaha animasi. Bersama IKJ kita ingin mengajak teman-teman dari lembaga-lembaga pendidikan dan sekolah-sekolah menengah kejuruan dengan harapan akan melahirkan talenta-talenta baru. Akan muncul SDM kreatif yang tentu saja nanti akan memperkuat sektor animasi kita.

Sektor animasi kita menurut catatan memang masih membutuhkan banyak sekali SDM. Jadi ini salah satu tantangan bagi kami. Tentu saja ke depannya, saya dan juga teman-teman IKJ mencoba mendesain acara-acara program seperti ini. Supaya nanti semakin lama semakin meningkat kualitasnya. Jadi, saya berharap dari sekian banyak nanti terpilih anak-anak yang memang punya talenta yang lebih daripada yang lainnya. Mereka punya kemampuan, punya kapasitas yang lebih, sehingga mudah-mudahan dapat diserap atau bekerja di studio animasi.

Modal utama kita adalah sumber daya manusia. Tentu saja Bekraf sangat mendukung kegiatan-kegiatan seperti ini dan ke depan akan terus-menerus diperbaiki. Oleh karena itu, nanti kami akan menampilkan sebuah kuisisioner. Teman-teman semua bisa mengisi kuisisioner itu. Kemudian bisa mengkritisi hasil masukan mengenai manfaat acara hari ini. Kemudian apa harapan ke depan, kalau ada yang ingin diperbaiki seperti apa. Jadi ini salah satu upaya kami untuk terus-menerus bisa mendekatkan kualitas program dari Bekraf ke depan.

Jadi saya yakin teman-teman di sini sudah siap, para narasumber juga sudah hadir dan tentu saja sangat kompeten di bidangnya. Selanjutnya, akan ada diskusi yang serius, tentu saja kalian dapat menanyakan dengan semangat. Karena ini adalah dunia yang menyenangkan, dunia animasi.

Bicara sedikit mengenai animasi hingga tahun 2011, PDB animasi kita masih berkontribusi 0.18 % atau sekitar 1.8 triliun film dan animasi. Masih belum bisa dibedakan mana yang film yang bukan animasi dan yang animasi itu sendiri.

Tapi itulah gambaran dari PDB kita, khususnya di sektor animasi. Namun demikian, animasi mempunyai potensi untuk berkembang lebih tinggi karena pertumbuhan di subsektor animasi ini lebih dari 10% atau lebih dari dua digit. Ini sangat membanggakan, jadi kita punya harapan dengan dunia animasi. Kalau dari unit usaha, ada sekitar 2.400 usaha yang bergerak di subsektor dunia animasi, dan tadi orang yang bekerja di subsektor animasi ada sekitar 27.000-an kalau tidak salah. Ini ke depan, khususnya akan meningkat karena dunia animasi semakin berkembang. Ini beberapa data yang bisa saya bagi kepada teman-teman di sini.

Dunia animasi ke depan kita akan terus berkembang dan mudah-mudahan masa depan animasi Indonesia ada di tangan kalian semuanya. Itu saja yang bisa saya sampaikan dan selamat mengikuti acara ini.

Terima kasih.

Assalamualaikum Warohmatullahi
Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

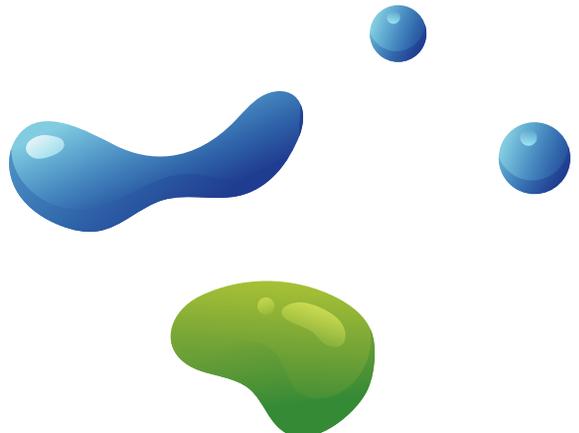


PENGANTAR
Dr. Indah Tjahjawulan

SAMBUTAN
Dr. Seno Gumira Ajidarma



SAMBUTAN
Dr. Wawan Rusiawan





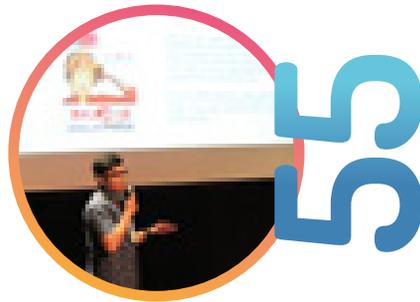
PEMATERI SESI AKADEMIK

- 2** Riset dan Pengembangan Animasi Ajsaka
Prof. Suyanto
Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
- 16** Animasi Berbasis Riset dan Visual Teknologi
Immersion dan Virtual Reality
Fajar Nuswatoro, M.Sn.
CEO KULSTORI
- 26** Strategi dan Monetizing Konten Animasi
Menembus Stasiun TV
Dr. Intan Rizky Mutiaz
Kaprodi DKV ITB

PEMATERI SESI INDUSTRI



- 34** Strategi Pengembangan Bisnis Animasi Nussa Rara
Aditya Triantoro
Founder & CEO The Little Giantz Studio
- 40** Riset dan Pengembangan Cerita Animasi Bertema Nusantara
Chandra Endroputro
Sutradara Animasi Temotion
- 50** Gugug! The Im-paws-ible Adventure
Mohammad Taufiq (EMTE)
Seniman dan Creator Animasi



DISKUSI PANEL

PEMAKALAH

- 56** **Film Animasi Sebagai Media Pengenalan Kearifan Cerita Lokal Legenda Wadu Ntanda Rahi Daerah Bima-Nusa Tenggara Barat**
Abdul Haris Rustaman
Universitas Trilogi
- 70** **Peran Film Sine-Orkestra Dalam Komunikasi Grafis Sebagai Media Diskursus Budaya: Studi Kasus Film Setan Jawa Karya Garin Nugroho**
Agustina Kusuma Dewi¹; Yasraf Amir Piliang²; Irfansyah³
¹Program Studi Doktor Ilmu Seni Rupa dan Desain ITB; ²Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB; ³Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB
- 75** **Pengembangan Animo Anak Pada Lagu Anak Melalui Video Animasi Musik Dengan Teknik Animasi 2D**
Andy Pramono¹, Dimas Rifqi Novica², Fathiya Rahma Annafi SM³
Universitas Negeri Malang
- 83** **Animasi Independen Indonesia: Tantangan dan Potensi Sebagai Industri Kreatif**
Arief Ruslan
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur
- 90** **Komodifikasi Desain Boxset dalam Industri Musik Digital**
Arsita Pinandita
Institut Teknologi Telkom Purwokerto
- 99** **Hewan Endemik Indonesia Sebagai Karakter Utama Dalam Film Animasi pulau akko**
Arsa Widitiarsa Utoyo
New Media Program, Visual Communication Design Department, School of Design Bina Nusantara University
- 106** **Penciptaan Animasi Berbasis Kecerdasan Buatan Artificial Intelligence**
Atmaja Septa Miyosa
Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta
- 114** **Analisis Bahasa Rupa ada Film Animasi Pendek Death of The Firstborn Egyptians**
Citra Kemala Putri, Diwan Setiawan
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
- 123** **Wanita dan Kekuasaan Studi Analisis Karakter Yuzuriha Inori Dalam Anime Guilty Crown**
Daniel Kurniawan Salamoon
Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya
- 132** **Pengembangan Video Tutorial Fungsi Tulang untuk Karakter Gungman Wied Menggunakan Blender**
Elly Herliyani¹, I Gusti Nyoman Widnyana², Ketut Nala Hari Wardana³ dan Ni Nyoman Sri Witari⁴
Universitas Pendidikan Ganesha
- 139** **Animasi Indonesia, Tak Kenal Maka Tak Sayang Mengkampanyekan karya animasi Indonesia Melalui Infografis Sejarah Animasi Indonesia**
Ehwan Kurniawan
Fakultas Seni Rupa IKJ
- 175** **Parodi Visual Pada Meme Politik Dalam Media Sosial di Masa Kampanye Pemilihan Presiden Indonesia 2014-2019**
FX. Catur Satria Aji Wibowo¹, Zeffry Alkatiri², Iwan Gunawan³ dan Tommy Christommy⁴
Pascasarjana Institut Kesenian Jakarta
- 189** **Representasi Awan Cumulonimbus Pada Background Art Film Animasi Jepang**
Gelar Anugerah Munggaran¹, Ruly Darmawan², dan Chandra Tresnadi³
Institut Teknologi Bandung
- Perancangan Media Aktivitas Untuk Anak-**

- 197** Anak Pada Pameran Tetap Galeri Nasional Indonesia
Henny Hidajat¹ dan Regina Anggia Putri Larasati²
Universitas Bunda Mulia
- 218** Degradasi Etika dalam Animasi Sintesis Citra Manusia dengan Kecedasan Buatan
James Darmawan¹, Mario Alvine², Irwan Harnoko³
Institut Sains dan Teknologi Pradita
- 229** Desain Karakter Dan Kekuatan Cerita Dalam Bisnis Intelektual Property Produk Indonesia Studi Kasus: Tokoh Yumna Dalam Film Battle of Surabaya
Nadya, S.Ds., MM¹, Wendy Antonius, S.Ds.²
Universitas Bunda Mulia
- 238** Analisis Antropomorfisme Pada Desain Karakter Animasi i "Courage"
Naldo Yanuar Heryanto
Universitas Pelita Harapan
- 246** Perancangan Komunikasi Visual dalam "Pembuatan Komik" Untuk Remaja
Nilamtika Saraswati
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur
- 256** Kajian Prinsip Virtual Reality Storytelling Dalam Perancangan Film Animasi Pendek Tiga Dimensi Bertemakan Tarian Barong Bali Studi Kasus: "Gede"
Nita Virena Nathania¹, Putu Widyayana Putra², dan Pricilla Agatha³
Universitas Pelita Harapan
- 276** Analisis Resepsi Game Dread Out Pada Komunitas Kotak Kreatif Jakarta
Ricky Widyananda Putra
Universitas Budi Luhur
- 283** Perancangan Iklan Dinamik 3D Sebagai Media Promosi Pariwisata Kota Malang
Sarjono, Firda Qurrota A'yun
Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang
- 290** Alih Wahana Poster Teater Koma dari Skenario ke Visual Poster
Saut Irianto Manik
Fakultas Seni rupa IKJ
- 294** Pengaruh Daya Tarik Visual Kemasan Terhadap Pembelian Ulang Produk Pop Mie
Yana Erlyana
Desain Komunikasi Visual, Universitas Bunda Mulia
- 303** Epic Laws dan Motifemes dari Pengetahuan Folklor Sebagai Rumusan Cerita Animasi Untuk Anak Perempuan
Yophie Septiady
Pascasarjana IKJ; Pascasarjana Sekolah Kajian Strategik Global Universitas Indonesia; Fakultas Teknik Arsitektur dan Fakultas Psikologi Universitas Pancasila
- 315** Film Animasi Untuk Anak Perempuan: Identitas Subkultural untuk Konsumsi Global
Yophie Septiady
Pascasarjana IKJ; Pascasarjana Sekolah Kajian Strategik Global Universitas Indonesia; Fakultas Teknik Arsitektur dan Fakultas Psikologi Universitas Pancasila







PEMATERI SESI
AKADEMIK

Riset dan Pengembangan

ANIMASI AJISAKA

Prof. Suyanto

Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta

Seminar ini *Ajisaka* dan juga dalam bentuk seminar. Jadi mudah-mudahan selesai dalam tahun depan 2021 bisa tayang di gedung bioskop. Teaser tadi adalah yang saya presentasikan di Hollywood di hadapan *lawyer*-nya Walt Disney. Apakah dia akan membantu saya untuk masuk pasar seluruh dunia atau tidak. Ini jawabannya nanti.

Jadi *Ajisaka* di masa remaja tidak ada dalam cerita *Ajisaka*. Kemudian saya penulis ceritanya dan mengatur sinematografinya. Saya mendapat logo dari rangkaian intelektual, sehingga oleh kementerian dianugerahi sebagai "Insan Kreatif Bidang Ekonomi Kreatif".

Inilah yang ingin saya bagikan, bagaimana cara membuat film lokal tapi bisa mendunia? "*Why do right feel the locally, Ajisaka*" tetapi "*end sale globally*". Bagaimana saya menulis naskah film lokal, tetapi bisa saya jual ke pasar internasional atau ke seluruh dunia. Mengapa pasar dunia? Kalau adik-adik ditanya, "Siapa aktor aktris terkaya di dunia?" Jawabannya apa? Tahu? Jawabannya adalah Mickey Mouse, kekayaannya lebih dari 100 triliun. Itulah hebatnya animasi. Sekali dibuat selamanya dimiliki oleh si pemegang intelektual *property*.

Jadi kalau Anda punya karakter animasi akan bisa menghasilkan uang selama hidup, apalagi kalau itu bagus, seperti *Ajisaka* dan *Battle of Surabaya* hingga saat ini. Indonesia dalam dunia film posisinya top, nomor 15. Hebat sekali. Maka ketika saya berkeliling dunia untuk berjualan film, kita dianggap gadis yang manis, sehingga kita bisa masuk US, bisa masuk China, dan berbagai negara.

Bagaimana rahasianya? Jadi saat ini dunia online berkembang sangat dahsyat. Peluangnya sangat luar biasa sehingga strategi menjual ke pasar dunia tadi ada yang namanya strategi *box office* dan strategi *outside box office*.

Coba adik-adik lihat, "Film apa yang paling dahsyat penjualannya?" Jawabannya kombinasi antara animasi dan *live action*, 116 juta US dollar, karya film *Harry Potter* itu *live* dan animasi. Film *The Avenger*, *live* dan animasi. Jadi itulah film-film yang masuk *box office* saat ini, Avatar film *live* animasi. Itu yang nomor satu. Nomor dua, kalau dilihat angkanya 72 juta US dollar, *digital animation*, seperti *Ajisaka*. Saya membuat film animasi untuk Indonesia dan dengan target mendunia. Ada judulnya *Timun Mas*, jadi ceritanya saya tulis, kemudian saya buat secara

lokal, tapi *visual effect*-nya dibuat dengan Hollywood. Karena kita sudah kerjasama dengan Hollywood. Jadi itulah modal-modal film kita.

Sedangkan *Battle of Surabaya* meraih posisi nomor 3, jadi 2D itu nomor tiga posisinya. Animasi dalam pasar dunia itu dalam rupiah sebesar 185 triliun rupiah di seluruh dunia. Sehingga kalau kita tidak masuk ke situ akan rugi sekali. Saat ini kita sudah bisa masuk, US, *Battle of Surabaya* sudah masuk di amazon. China sudah masuk, yang Jepang sedang dipanggil, kebetulan Chiptekkom ini mengundang kami ke Jepang, Oktober ini.

Mengapa global? Inilah film kita yang akan datang. Jadi yang satu judulnya *Kill Kick*, yang akan dibintangi oleh Alexander Wright. Rencananya *Ajisaka* ini rencananya nanti yang membintangi si laki-laki adalah Alexander Wright, dan yang memerankan si perempuan Francesca. Kemudian film *Akira* maupun *Kill Kick* ini, dua-duanya kerjasama dengan Hollywood dan dibiayai oleh Hollywood.

Inilah pola yang kita bangun. Kita berbasis pada *culture*, semua cerita yang saya buat adalah cerita lokal. Tetapi saya poles dengan pola penceritaan Hollywood. Sehingga bisa saya jual ke seluruh dunia. Seperti *Battle of Surabaya* seperti *Ajisaka* yang kita bahas saat ini.

Rumusnya seperti ini, kita mempunyai *story* yang luar biasa banyaknya. Hanya saja, kelemahan *story* kita nanti saya tunjukkan, "Apa sih, kok ga bisa mendunia?" Ada titik lemahnya, yaitu sebetulnya dari pengamatan saya, cerita Indonesia itu tidak sampai mentok,

tidak sampai pada kelas yang tinggi, itu kelemahannya. Kita punya *we bring home, hope, and happiness*, inilah yang nanti jadi polanya.

Jadi timelinenya msv picture ini kurang lebih demikian, dalam membuat animasi, mulai dari *story* sampai *sound recording, storyboard*, itu namanya tahap pengembangan. Kemudian dari *story* sampai karakter itu tahap konsep art, model *package* itu kalau 3D kita pakai maya, 2D kita pakai *tonebom*, hanya bisa seperti itu, dan sebagainya. Sampai nanti mastering. Jadi kita polanya film *based on Indonesian culture with Hollywood story telling pattern*. Dengan cara inilah, kami buktikan, *Battle of Surabaya* saat ini sudah mendapatkan 40 internasional award. Dan yang terakhir penghargaan itu saya terima di gedung Charlie Chaplin Hollywood.

Selanjutnya, plot terakhir dari film *Ajisaka*. Jadi seorang anak kecil yang *ecek-ecek*, tapi melawan raksasa yang sangat jahat, anak kecil namanya *Ajisaka*, raksasa itu namanya Dewata Cengkar, atau King Cengkar, itu cerita lokal kita. King Cengkar dilahirkan dari sedikit imajinasi saya tentang cerita Jaka Tarub. Bidadari menikah dengan manusia, melahirkan anak yang *super power*. Kemudian raksasa menikah dengan manusia, menghasilkan anak yang raksasa namanya King Cengkar.

Film *Ajisaka* ini dibuat dengan montase, montase menggunakan wayang yang saya pakai sebagai pembukaan. Jadi satu menit pertama cerita tentang latar belakang *Ajisaka*. Saya buka dengan wayang supaya orang seluruh dunia kenal wayang itu buatan Indonesia. Sama halnya ketika

Battle of Surabaya. Saya mengenalkan reog Ponorogo, bukan buatan Malaysia, tapi ciptaan orang Indonesia. Itulah cara saya mengenalkan film-film saya.

Jadi kalau Anda mau membuat film, pengalaman saya untuk bisa masuk pasar dunia itu empat. Yang pertama adalah apa pesan yang ingin anda sampaikan, yang saya sebut sebagai tema, kalau *Battle of Surabaya* itu "there is no glory in world", kalau ini sebetulnya rahasia, tapi *ga papa* di *log line*-nya intinya cinta yang sempurna sesungguhnya tidak berharap apapun di dunia. Kalau anda bisa melakukan seperti itu, kamu akan menjadi sesuatu yang luar biasa. Kekuatan terbesar dari yang dimiliki manusia kalau sudah pasrah diri pada Tuhan. Itulah yang sebenarnya inti dari film *Ajisaka* yang ingin saya sampaikan. Keduanya, film *Battle of Surabaya* maupun *Ajisaka* adalah pengalaman pribadi saya dalam hidup di dunia ini. Saya tuangkan lewat film dan hasilnya sangat besar.

Nomor dua ada karakter, kalau Hollywood itu delapan, kalau saya sepuluh. Biar lebih lengkap dari Hollywood. Yang pertama kamu harus punya hero, yang kedua itu musuhnya namanya *shadow*. *Shadow* itu ada dua, kalau versi

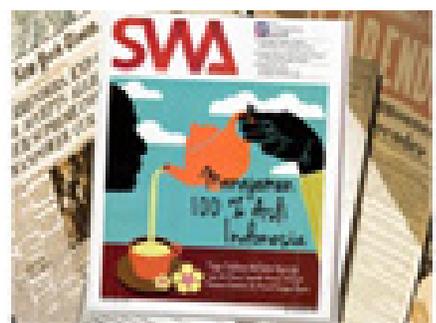
Hollywood, satu penjahat *villain*, yang kedua *antagonis*, apa bedanya? Kadang-kadang *kita* tidak bisa membedakan antagonis dan penjahat. Kalau penjahat itu dengan pahlawan yang bertabrakan seperti kereta api satu rel tabrakan, itu penjahatnya, tapi kalau dua kereta ditarik arah berlawanan, itu namanya antagonis. Itu versinya Hollywood. Kemudian Harry Potter dengan Voldemort itu adalah satu hero satu penjahat. Antagonisnya Draco Malfoy, itu contoh yang bagus sekali.

Sebetulnya apa pahlawan itu? Versi saya pahlawan itu ego, pahlawan itu sebetulnya ego kita. Inilah yang lemah dari cerita film Indonesia. Film Indonesia hanya menampilkan *dramatical journey*, harusnya menambah satu lagi yang namanya *psikoligical journey* atau *spiritual journey* yang tidak lain adalah *journey ego*-nya, dan hasilnya sudah saya buktikan 40 international award. Menurut saya, ini merupakan sejarah untuk orang Indonesia mampu mendapatkan 40 internasional award dari film *Battle of Surabaya*. Anda sudah lihat *Battle of Surabaya* sebagian, tetapi saya akan ceritakan egonya, egonya Musa. Itu yang tidak terbaca bagi Anda yang tidak tahu persis.

Musa itu aku, hanya makan kenyang dan tidur. Ego aku. Setelah itu mengalahkan aku, ibuku, setelah itu bangsaku, setelah itu rahmat bagi seluruh alam. Itulah egonya Musa, yang tidak lain adalah pengalaman pribadi saya. Ketika saya dilahirkan usia 3 tahun atau 4 tahun sudah harus berpisah dengan kedua orang tua saya. Saya ikut nenek saya, setiap malam ingat ibu, nenek saya bercerita. Setiap hari itulah sekolah saya, sekolah cerita, hanya saya tidak sempat ke IKJ. Tidak sempat ke isi. Akhirnya dari itu saya belajar cerita, sehingga adik-adik semua bisa.

Saya dari fisika, tidak ada pendidikan seni. Tetapi hasil karya hampir setara. Bersama kawan-kawan bisa mendunia, adik-adik juga bisa, kemudian ketika SMA tidak ada biaya, saya ikut om saya ke Jogja, begitu ingin kuliah tidak ada biaya, saya harus bekerja. *Nah* ini pengalaman si *Battle of Surabaya*, nanti bagaimana pengalaman *Ajisaka* di film saya? Sebetulnya yang namanya Musa itu ya Suyanto. Tapi egonya Suyanto, ketika saya melamar jadi guru SMP, saat itu saya harus ujian dan saat itu pula saya harus mengajar. Pilihan yang sangat sulit bagi Suyanto yang masih semester dua. Tapi kalau saya ujian, untuk aku, kalau sudah aku, kamu tidak akan sukses,

untuk siswaku, untuk orang lain. Suyanto yang masih muda sampai menangis memilih mengajar, apa yang terjadi, tidak lulus, maka 8 tahun. Indeks prestasinya 2,053. Ingin jadi dosen melamar ke mana-mana tidak ada yang menerima satupun. Akhirnya caranya bukan begitu Suyanto, bagaimana ya Tuhan? Dirikan perguruan diri sendiri, akhirnya saya dirikan Amikom, dan saya bisa jadi dosen, tidak mau jadi dosen, tapi jadi pimpinan dosen, jadi rektor. Apa? Keajaiban. Maka keajaiban dalam hidup saya itu dituangkan dalam *Battle of Surabaya*. Bagaimana dengan *Ajisaka*? Kurang lebih sama, pengalaman hidup saya, kerja keras luar biasa dengan *fisikal power* tidak cukup. Naik lagi dengan *psikologikal power*, tidak cukup. Si *Ajisaka* melawan King Cengkar. Yang terakhir dengan namanya *spiritual power*. Kalau anda mendapatkan cobaan kesulitan dan kesusahan. Pasrahkan pada Tuhan. Kalau sudah sampai di situ, yang muncul keajaiban, itulah *Ajisaka*.



animasiana
FOR LOCAL AND GLOBAL MARKET

WHY DO WRITE FILMS LOCALLY AND SELL GLOBALY?



STRATEGIC RESEARCH: REVENUE

Long Life Product



STRATEGIC RESEARCH: REVENUE

Mickey Mouse is the richest artist in the world because it already has a franchise sales value up to \$4.5 billion



Rank	Country	2018	2017
1	China	59.4	51.0
2	Japan	20.0	19.0
3	USA	17.7	16.0
4	South Korea	11.4	10.0
5	France	11.4	10.0
6	India	11.0	10.0
7	Germany	10.0	10.0
8	Australia	10.0	10.0
9	Mexico	10.0	10.0
10	Spain	10.0	10.0



Production Method	Total Gross	Average Gross	Market Share
Animation	10,000,000,000	100,000,000	10.0%
Live Action	50,000,000,000	500,000,000	50.0%
Documentary	10,000,000,000	100,000,000	1.0%
TV Series	10,000,000,000	100,000,000	1.0%
Video Production	10,000,000,000	100,000,000	1.0%
Television	10,000,000,000	100,000,000	1.0%

STRATEGIC RESEARCH: REVENUE

**Animated Film :
\$ 13.6 billions (14 %)
Rp. 185 triliun**

STRATEGIC RESEARCH: REVENUE

Top Ten countries by online TV & video revenues (\$ million)

Ranking	Country	2017	Ranking	Country	2018
1	USA	21,170	1	USA	22,094
2	China	4,870	2	China	5,002
3	Japan	2,560	3	Japan	4,408
4	United Kingdom	2,090	4	United Kingdom	4,248
5	Germany	1,907	5	Germany	2,901

Source: Digital TV Research

STRATEGIC RESEARCH: REVENUE

The gross earning of the animated films is more than that of an aircraft.

Frozen Film
Gross \$1,294.4M
Rp. 18.5 triliun

➔

Boeing 787-9
Gross \$ 852.4M
Rp. 12.8 triliun

Monkey King
Gross \$ 130.4M
Rp. 2 triliun

➔

A350-900 (A350)
Gross \$ 30.5M
Rp. 400 miliar

Gross \$ 1.14M
Rp. 1.6 triliun

➔

Boeing 787-9
Gross \$ 852.4M
Rp. 12.8 miliar



GLOBAL ANIMATED FILMS



BUSINESS MODEL (JOKJAWOOD (JOGJAKARTATA DAN HOLLYWOOD))



PROJECT: AKIRA & KILL KICK

FINANCING / CO-PRODUCTION
 Party 1: Akira's Production Film Fund (USA, HOLLYWOOD)
 Party 2: ANIMATERINDO (Indonesia, JOGJAKARTATA)
PROJECT PARTICIPATION: 50/50
MARKET APPROXIMATE INCOME (BUDGET):
 Akira : USD 1.8 million
 Kill Kick : USD 2.8 million
LOCATION & FACILITIES:
 Indonesia, in studio owned by party 2 for AKIRA
 Studio and location in Indonesia for KILL KICK



HOW TO MAKE GLOBAL ANIMATED FILMS?



ANIMATED FILMS PLATFORM



STORY - 17,000 ISLANDS OF IMAGINATION



STORY - 17,000 ISLANDS OF IMAGINATION

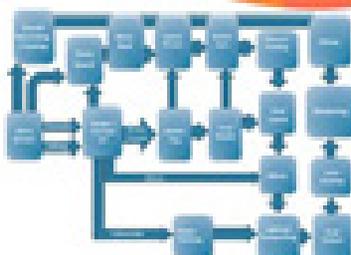


VALUE

WE BRING HOME HOPE & HAPPINESS



PIPELINE ANIMATED FILM (CONTINUOUS ANIMATED STORY TELLING)



STORY

The film story is based on Indonesian culture with Hollywood storytelling patterns



Hero

A conventional ability to deal with others by fighting against an antagonist long stands the society, showing huge heroism story.

Hero

The hero is the main character who is usually the protagonist in a story. He is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

Hero

The hero is the main character who is usually the protagonist in a story. He is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

Hero

The hero is the main character who is usually the protagonist in a story. He is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

STORY

1. Theme
2. Archetypes
3. Plot
4. Environment

STORY

1. Hero
2. Shadow
3. Mentor
4. Ally
5. Herald
6. Threshold Guardian
7. Shapeifter
8. Trickster
9. Parent
10. Child

HERO

The central figure in the story is a hero. Everyone can become a hero for his own story. A hero is someone who is willing to sacrifice his own needs on behalf of another person, such as a shepherd who will sacrifice himself to protect his flock.

HERO: DRAMATIC FUNCTION

- Audience Identification: to identify the hero, to join him and to see the world from the story through his eyes.
- Growth: learning or growing.
- Action: the most active person in action.
- Sacrifice: the true sign of a hero.
- Facing death: to take the risk that can cause danger, loss, or death.
- Weakness: to make a hero more real and interesting.

HERO: PSYCHOLOGICAL FUNCTION

- The journey of many heroes is a farewell story from a family or a tribe, or a separation of children from their mother and finally they find them back.
- A hero thinks that the ego is separated from all parts of itself, until the separate ego becomes complete.

Hero

The hero is the main character who is usually the protagonist in a story. He is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.

The hero is usually a young man who is brave, strong, and has a sense of justice. He is usually the one who saves the world from a villain.



HERALD

DRAMATIC FUNCTIONS:

A **HERALD** provides motivation, offers a hero challenges, and makes stakes real. He reminds a hero that changes and adventures have costs.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:

A **HERALD** has important psychological functions from the statements needed to make changes. A herald is something along within a hero, and it knows when he is ready to change and to send him as a messenger.



SHADOW

A **shadow** is a villain, an antagonist, an enemy, or maybe an enemy from inside. The dark side of strength, growth, redemption, a hero, so he has the potential for evil.



SHADOW

DRAMATIC FUNCTIONS:

To challenge a hero and to give him a worthy opponent in the struggle. Shadow creates conflict and brings something the hero has to face by placing himself in a life-threatening any situation.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:

To represent the power of feeling depressed. Trauma or guilt can render when thrown into the darkness of the subconscious, and hidden or rejected emotions can turn into something terrible that wants to destroy us.



ALLY

An **ally** is a character that helps a hero pass through a change. An ally can be a best friend, a friend or a girl/love interest who advises a hero to pass through the changing times of his life.



ALLY

DRAMATIC FUNCTIONS:

To introduce a hero to the Special World, close to the hero with an side pocket, and provides and conscience.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:

To represent hidden or virtual parts of the personality that must be brought into action to do the work. In the story, this part is underdeveloped and leads to actual friends' thoughts or relationships that can help a hero in the journey of his life, including in spiritual values.



SHAPESHIFTER

In life, a **shapeshifter** represents a change or an ambiguity. In stories, creatures, like vampires or werewolves, can change their shapes, so the other people's view keeps changing, the opposite sex, as well as parents, that can be duplicated or duplicity.



SHAPESHIFTER

DRAMATIC FUNCTIONS:

To serve dramatic functions bringing doubt and tension into a story. A shapeshifter appears with great frequency and variations in the films with the genres noir and thriller.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:

To be the quality of depressed life within a hero and to be manifested in dreams and fantasies as feared or enemy. A shapeshifter may take the form of a character, such as dreams of opposite sex teachers, family members, classmates, gods or monsters that allow a hero to express the cycle of his story, inner consciousness.

TUNCA

DRAMATIC FUNCTIONS:
Tunca has better skills in fighting than the commoner people. Tunca, like all his, is an able warrior who can do anything.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:
Can we say that he is a man before the people, or is he just a warrior who is strong?

TRICKSTER

A trickster is a clown or a delinquency maker, such as Bigo Monkey or Gaffa Duck. A trickster's subconscious delinquency urges us to change.

TRICKSTER

DRAMATIC FUNCTIONS:
Overcoming tension, tension, and conflict can be emotionally strong, and even in the toughest drama, the audience's interest is revived by moments of laughter.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:
To use the big eye to catch the eye, and bring the hero and the audience down to earth, with healthy laughter, providing them with a reason for shared humanity, and they share ignorance and happiness.

TRICKSTER

DRAMATIC FUNCTIONS:
Overcoming tension, tension, and conflict can be emotionally strong, and even in the toughest drama, the audience's interest is revived by moments of laughter.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:
To use the big eye to catch the eye, and bring the hero and the audience down to earth, with healthy laughter, providing them with a reason for shared humanity, and they share ignorance and happiness.

PARENTS

DRAMATIC FUNCTIONS:
Parents are the hero's initial teacher in learning knowledge, skills, and moral attitudes. In (MANG), Manda's father, Fungo, taught Manda archery while (BANG) taught manners, discipline and arts.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:
A father represents power, hard and strong figure, while a mother is a comforter and an entertainer. In the film (MANG), Manda's father, Fungo, taught Manda archery while (BANG) taught manners, discipline and arts.

PARENTS

Parents who usually help or train a hero at the beginning are fathers and / mothers of a hero.

PARENTS

DRAMATIC FUNCTIONS:
Parents are the hero's initial teacher in learning knowledge, skills, and moral attitudes. In (MANG), Manda's father, Fungo, taught Manda archery while (BANG) taught manners, discipline and arts.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:
A father represents power, hard and strong figure, while a mother is a comforter and an entertainer. In the film (MANG), Manda's father, Fungo, taught Manda archery while (BANG) taught manners, discipline and arts.

CHILD

A hero can be a child. A hero is a child in a hero in the animated film (MANG) The King of The Forest of Life.

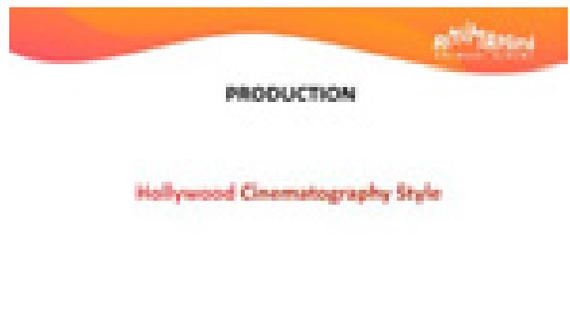
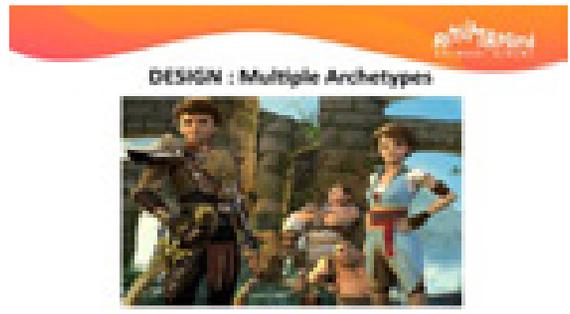
CHILD

DRAMATIC FUNCTIONS:
A child is the beginner of learning, full of limitations in physical, knowledge, skills and personality. In (MANG), Manda's father, Fungo, taught Manda archery while (BANG) taught manners, discipline and arts.

PSYCHOLOGICAL FUNCTIONS:
A child symbolizes life without any guilt (innocent), identity, salvation, power, weakness and tenderness, and needs protection and motivation. Such characteristics make the child have an attraction that makes the audience happy to see it. In the animated film (MANG), Manda is a child who is innocent, funny and adorable and has the desire to help parents.

PLOT

1. Goal & Motivation Innovative Innovative	2. Conflict Moral Moral	3. Struggle Moral Moral	4. Test Moral Moral	5. Overcoming Moral Moral	6. Success Moral Moral	7. Revelation Moral Moral	8. Resolution Moral Moral
9. Character Moral Moral	10. Setting Moral Moral	11. Theme Moral Moral	12. Symbol Moral Moral	13. Plot Moral Moral	14. Structure Moral Moral	15. Style Moral Moral	16. Language Moral Moral





BOX OFFICE STRATEGY

My experience that so long as people have come to watch movies, there have been those who have tried to make money on them. That's where Mikael (Mikhael) Muzaini comes in, a managing partner with Ende & Ende, Muzaini is one of the top film finance attorneys in the country and helps those who want to have a monetary stake in the motion picture business. His current clients include Warner, which has had a longstanding relation with "The Star" and "The Executive Role".

TALENT AGENCY/PERSONAL

EXECUTIVE PRODUCER & DIRECTOR KILL KICK

KICK KICK

Invest :
US\$ 3 M

Gross Sales:
US\$ 7-8 M
(Rp. 91-104 milyar)
(2016)

AJISA

Gross Sales:
US\$ 7.5 M
(Rp. 97,5 milyar)
(2021)

AJISA

US\$ 7.5 M
(Rp. 97,5 milyar)

AKILAS

US\$ 6 M
(Rp.78 milyar)

AKILAS

Invest :
US\$ 3 M

Gross Sales:
US\$ 7-8 M
(Rp. 91-104 milyar)
(2022)

BRANDING

Our Best Animated Film
Entering into film markets:

- November 10P (Battle of Surabaya)
- Akilas The King and the Power of Life
- Golden Trail

Distribution / Coproduction:
Musa and The Best 1 & 2

INDONESIA ROAD MAP

2021 : Indonesia Animated Feature Film Industry	2020 : World Class Animated Feature Film Industry	2020 : Center of World Class Animated Feature Film Industry	2020 : Center of World Class Creative Industry
--	---	---	---



CENTER OF ANIMATED FEATURE FILM



REFERENCES

- [Suzuki, M. \(2012\). The Oscar Winner and How Often: The Secret of Animation. Asia, Singapore](#)
- [NMPA. \(2018\). THEATRE REPORT, a comprehensive analysis and survey of the theatrical and home entertainment market improvement \(THEMI\) for 2018](#)

TERIMA KASIH



Animasi Berbasis Riset dan Visual Teknologi

IMMERSION DAN VIRTUAL REALITY

Dr. Intan Rizky Mutiaz

Kaprodi DKV ITB

Bagaimana animasi yang berbasis riset itu menjadi sesuatu yang menarik? Dan bagaimana cara mahasiswa itu bisa kreatif? Dua pertanyaan besar ini yang kemudian akan kami paparkan. Kami membuat karya dengan mengandalkan kekuatan lokal. Bermula dari wayang, kemudian kami mengkreasikannya menjadi sesuatu yang menarik dengan mengaitkannya dengan urban *culture*, yaitu dengan gaya-gaya pop sehingga karakter wayang tidak lagi menjadi sesuatu yang bersifat kuno.

DKV tidak hanya belajar mengenai animasi, tetapi juga cara membangun sebuah cerita dan karakter, sehingga dapat menyampaikan suatu pesan. Karena ini DKV adalah membangun persepsi, sehingga diharapkan DKV mampu menyampaikan persepsi yang kita kehendaki.

Salah satu contohnya adalah karya yang berkaitan dengan *edu game*. Jadi, animasi juga dapat dikembangkan menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Misalnya, animasi anak-anak untuk pendidikan dan lain sebagainya.

Dalam hal ini media digital digunakan sebagai salah satu media pengembangan. Kami menggunakan media yang bermacam-macam. Hal ini mengenai bagaimana sebuah karakter dibangun,

disusun, dan diceritakan menjadi sesuatu yang menarik. Salah satu contohnya adalah hasil tugas mahasiswa kami yang mengenai pembangunan cerita dari Papua agar cerita menjadi menarik. Contoh lainnya ialah membuat cerita dengan latar peristiwa zaman-zaman lampau yang diangkat kembali menjadi sebuah karakter media interaktif. Dalam cerita tersebut dimasukkan bagian animasi. Selain itu, dalam Akaryoda, dikembangkan suatu metode agar suatu karakter menjadi komponen yang menarik.

Contoh lainnya, ialah bagaimana mahasiswa membuat karakter yang mengandung unsur cerita, sehingga anak-anak menyukai segmennya. Contoh lainnya ialah karakter-karakter yang menggunakan warna-warna sedikit, tapi dikreasikan dari sesuatu materi-materi yang sifatnya tradisi.

Dalam DKV dapat dilihat bagaimana si karakter itu mempunyai kekuatan. Saat ini mungkin lebih dikenal sebagai IP. IP ini kemudian dikembangkan menjadi kekuatan yang dapat dijual.

Selanjutnya adalah cara membuat karakter dari tema-tema yang ada di sekitar kita, misalnya karakter Tahu Bulat dan DJ Seblak. Ide-ide di lingkungan sekitar ini kemudian dikembangkan menjadi game.

Hal yang dikembangkan antara lain, bagaimana pedagang kaki lima menjadi sebuah cerita yang menarik. Saat ini banyak game-game kasual yang dibuat oleh empat sampai lima orang dengan ide sederhana dan dikreasikan menjadi sesuatu yang menarik. Tentu game itu akan menarik kalau di dalamnya ada aspek animasi.

Dalam aplikasinya, kami bekerjasama dengan Asahi Jepang. Kami membuat animasi di kuliah kami. Misalnya, hari ini ada kuliah bersama saya, dan minggu depan dengan Asahi Jepang tentang kurasi karya, dan seterusnya. Sehingga kami membuat karakter-karakter dengan *culture* yang berbeda. Hal ini menjadi menarik karena sebuah sekolah dan industri saling berkaitan.

Kemudian dalam membuat sebuah karakter. Apabila teman-teman di sini sebagian besar berlatar SMK, gemar corat-corek, corat-corek itu dapat dikembangkan agar bermakna dan dibangun menjadi sebuah karakter. Misalnya, *scene-scene* atau potongan-potongan yang dapat dibangun menjadi sebuah cerita.

Selanjutnya animasi, animasi yang karakternya bermacam-macam dapat kami angkat, salahsatunya tentang layangan dan tentang lingkungan. Cerita-cerita lainnya yang telah kami kemangkan adalah cerita tentang Papua, daerah timur. Ternyata cerita yang ada di daerah timur sangat menarik karena jarang kami dengar. Kemudian cerita-cerita itu di-*create* dengan gambar-gambar yang menarik, gaya gambar visual yang menarik, sehingga menjadi sesuatu yang menarik.

Kalau teman-teman pernah melihat film *The Matrix*, saya ingin bercerita bagaimana realitas VR itu dibangun. Apabila dalam paparan saya memperlihatkan potret DKV ITB membangun sebuah cerita yang dibangun dari cerita-cerita muatan lokal, bagaimana dengan *The Matrix*? Kalau kita mengingat filosofi dalam film *Matrix*, bagaimana ruang itu bisa menjadi virtual, tapi ternyata virtual itu nyata dan dapat kita rasakan?

Kita pernah mencoba *3D painting*, difoto, dan terkesan 3 dimensi itu bagian dari kita. Bagaimana sekarang apabila di virtual itu kita harus memahami dengan realitas. Ini agak sukar dipahami, tapi akan coba kita pahami. Misalnya, Pyramid, kenapa terdapat virtual realitas itu kalau kita melihat simulasi itu ada di bawah sana? Bagaimana simulasi itu membagi atau menduplikasi apa yang menjadi realitas nyata dan duplikasi.

Selanjutnya, dalam multimedia terdapat elemen teks grafis video dan sebagainya. Tetapi ketika konsep multimedia DKV ialah bagaimana bermain ruang dan waktu. Seperti ini, kita akan bermain ruang dan waktu. Salah satu karya bagaimana *bamboo* disatukan dengan animasi, kemudian dapat berinteraksi dengan kita. Hal ini juga menjadi bagian dari animasi interaksi. Salah satu film yang mengingatkan bagaimana realitas itu jadi nyata adalah film Avatar dan Inception.

Terakhir, *Ready player one* yang sering kita lihat di VR-VR yang sering ada di game master. Sebenarnya bukan masalah keasikan gambarnya, tapi kalau di kuliah kami bagaimana cara membangun realitasnya. Hal ini yang kemudian menjadi

alasan suatu implementasi realitas itu dibangun. Salah satunya karya Sembilan Matahari, ketika dia bercerita bagaimana Gedung Sate itu dibakar, sebenarnya kita lihat itu hanya ilusi visual.

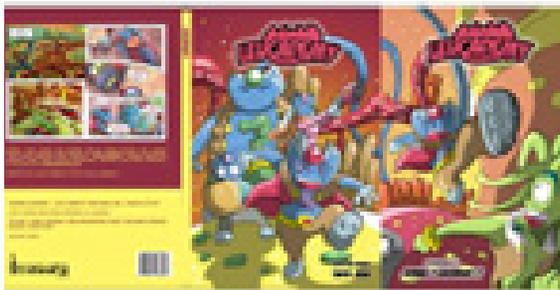
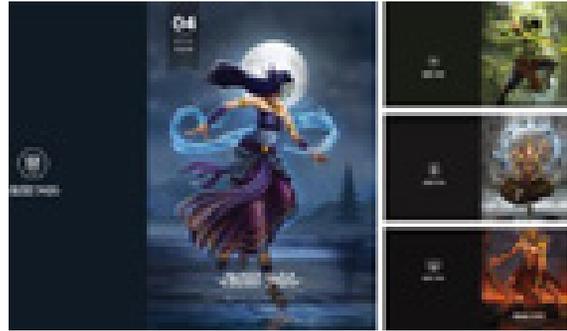
Video Sembilan Matahari menjadi bagian dari iklan. Dia terbiasa dengan *mapping*, si virtual itu dibuat dengan *mapping* ilusi. Contoh lainnya adalah dalam film *Throne* yang pendekatannya seperti itu. Jadi kalau kita lihat bagaimana media berbasis waktu, di DKV menjadi bagian untuk bermain ruang dan waktu. Contoh lainnya ialah karakter yang telah saya ceritakan, yaitu bagaimana wayang yang sangat tradisional, meskipun kadang-kadang kurang menarik untuk anak muda, dalam perkuliahan hal itu dikreasikan menjadi sesuatu yang menarik. Jadi namanya wayang rasa Cirebon, karena Cirebon itu warna-warni, jadi wayangnya yang warnanya terbatas, menjadi lebih warna-warni.

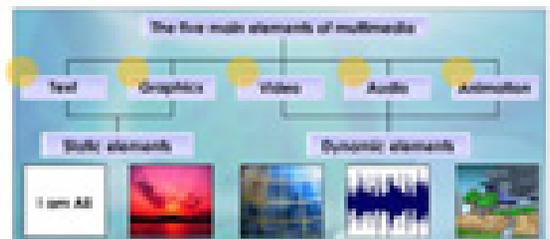
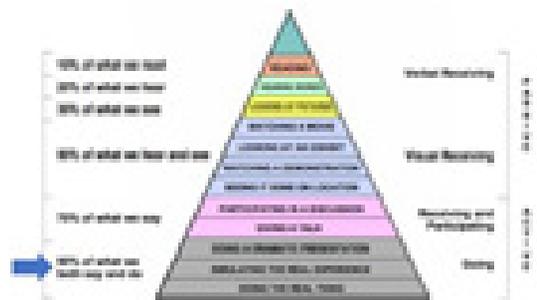
Kemudian, dalam media aplikasi juga digunakan animasi dengan menggunakan *motion graphic*. Di kuliah kami, untuk menciptakan sebuah imersi, kami juga mencoba dalam bentuk-bentuk lain. Kalau sebelumnya dinding, sekarang kita mencoba dome. Kalau di planetarium digunakan dome, tapi dalam perkuliahan mahasiswa biasanya membuat sendiri, yaitu *mapping* dengan infocus buatan sendiri.

Salah satu contoh yang telah dibuat oleh mahasiswa ITB adalah membuat dome yang dibangun dengan perhitungan secara matematis sehingga menjadi sesuatu yang bisa dibentuk. Prosesnya, melalui pengukuran-pengukuran agar tampilannya bagus. Hal ini memperlihatkan bahwa terdapat proses untuk membuat sesuatu

itu ada, yaitu proses melihat literatur kemudian bereksperimen. Kemudian, mereka membuat sebuah karya. Animasi itu kami pindahkan ke dalam bentuk yang melengkung, efeknya akan berbeda ketika kita memainkan dalam bentuk plan.

Menariknya, "Bagaimana realitas itu dibangun?" Kita bisa berada dalam sebuah ruang yang sangat tinggi, dan jauh, dan sebagainya. Ini sebenarnya berkaitan dengan animasi di masa depan, kita berbicara dengan VR. Kalau Anda coba di film, anda akan merasakan betul-betul menjadi orang yang sangat kecil dan sangat besar. Makin bagus semakin detail. Maka akan terasa kita adalah bagian dari animasi di sini. Jadi, ada persepsi simulasi *interaction* baru di mentation. Salah satu contoh dalam perkuliahan, ialah mencoba bagaimana mengubah museum real menjadi suatu konten yang fokus. Orang bisa bermain di sana, museum yang sebetulnya real kita pindahkan ke dalam VR. Selain itu, dalam ranah sebuah *story telling* mahasiswa S1 kami mencoba bercerita tentang DNA menggunakan VR. Karya lainnya yang sedang dicoba adalah bagaimana mitigasi gempa dicoba dengan VR. Hasilnya orang akan merasakan gempa itu ada secara imersi, secara panca indranya dapat merasakan. Terakhir, contoh VR dengan 3D dikombinasikan. Kemudian contoh lainnya, orang menjadi ingin olahraga karena tutorial olahraga yang ada di aplikasi. Karakter yang digunakan biasanya binatang-binatang yang melata, dan sebagainya. Sehingga hal itu menjadi bagian dari edukasi yang kita ujicobakan.



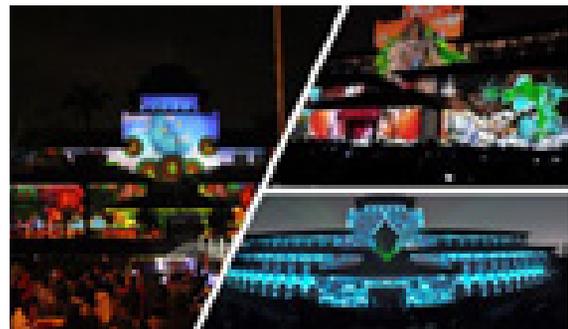




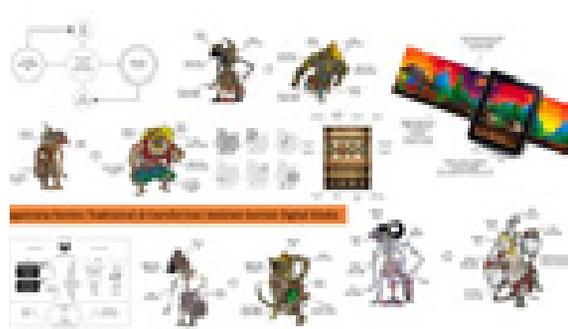
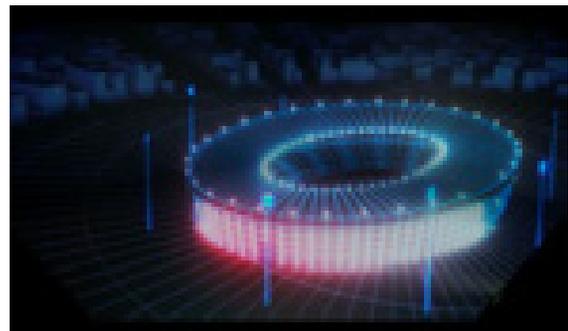
BUDHARMA PRATIWI (2018)

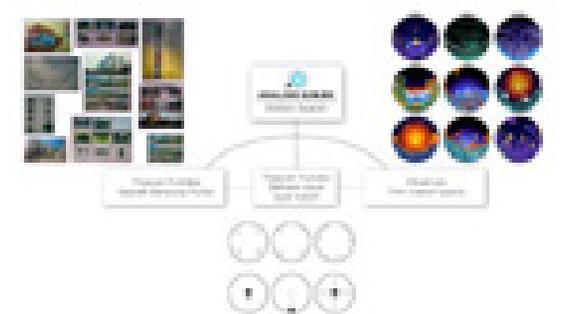
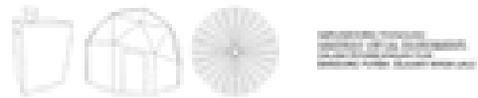
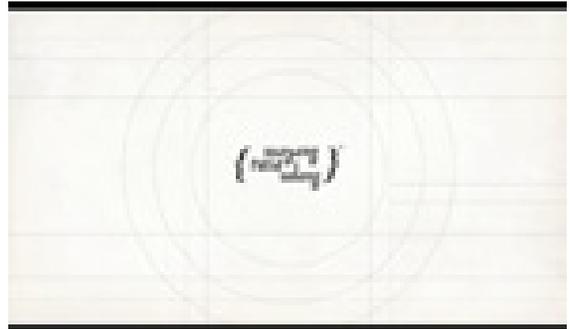


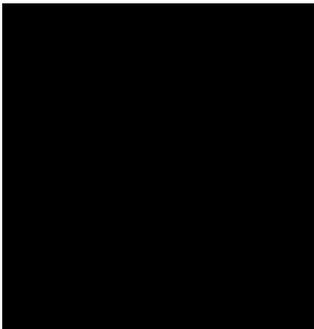
BUDHARMA PRATIWI (2018)



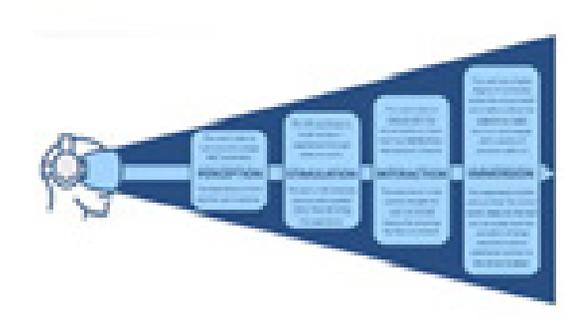
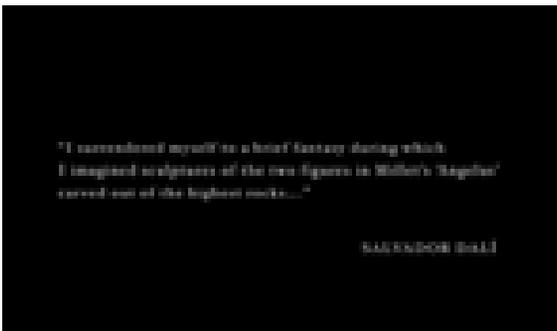
MEDIA BERBASIS WAKTU -> BERMAIN RUANG DAN WAKTU







INSTRUMENTAL MANAGER
MULTIMEDIA MANAGER
MULTIMEDIA MANAGER





STRUKTUR DAN ORGANISASIONAL MANAJEMEN
KONSTRUKSI DAN PERENCANAAN KAWASAN
KONSTRUKSI (KAWASAN PERENCANAAN KAWASAN PERENCANAAN)



STRUKTUR DAN ORGANISASIONAL MANAJEMEN



Strategi dan Monetizing Konten Animasi

MENEMBUS STASIUN TV

Fajar Nuswatoro, M.Sn.

CEO KULSTORI

Banyak pertanyaan soal dari animator tentang animasi. Bagaimana supaya bisa masuk TV seperti *Upin-Ipin* seperti *Nussa dan Rara*, dan sebagainya? Sebenarnya gampang-gampang susah, berikut gampang-gampang susahnya. Kulstori memegang rekor di Indonesia sebagai studio yang memasukan animasi paling banyak di televisi Indonesia. Salah satunya, Milu Mela yang pertama kali *launching* di MNC TV pada 21 Februari 2014. Kemudian pindah ke RTV dari 24 Februari 2016, dan terakhir pada Maret 2019 di SCTV. Hal ini adalah pencapaian terbesar karena SCTV adalah televisi nomor satu di Indonesia dan paling susah ditembus.

Ada kita record MNC TV *start*-nya Maret 2017 dan sekarang masih jalan sampai hari ini. Sekarang sudah masuk episode ke 100-an kalau tidak salah. Sekarang lebih aktif di youtube. Kami juga pernah mendapatkan penghargaan dari KPI dalam Anugrah Film Anak 2018. Satu lagi Albi dan Caca, karya ini hanya sebentar tayang di Trans 7. Sekarang semua animasi saya ada di youtube, di channel dan telah meraih golden button. Jadi berbekal IP saya menyimpulkan

bagaimana cara masuk TV berdasarkan pengalaman-pengalaman selama 4-6 tahun ini. Kita harus tahu cara bagaimana kerja TV, cara kerja TV itu sederhana. Meskipun orang-orang pintar kerja di sana, mereka hanya bekerja berdasarkan *rating*. Berbeda dengan di youtube, *viewers*, kalau instagram *likes*. Setiap hari jam 10 kami dikirim data dari stasiun TV mengenai *rating*. Kalau *rating*-nya bagus, pertahankan terus, kalau *rating*-nya jelek, turunkan ganti program. Maka sekarang Anda bisa menetap dengan gampang. Bahwa *rating* paling tinggi saat ini adalah *Tukang Ojek Pengkolan* yang sudah mencapai episode ke-1.100 karena setiap hari tayang.

Kemudian, kita bisa meliha dan bisa menganalisa. Sebab, ada program dangdut yang tidak pernah berhenti, setiap malam dari jam 7-12 malam. Itu alasannya apa, alasannya simple, karena *rating*.

Jadi, *rating* itu penting karena besangkutan dengan iklan. Masalahnya, sampai hari ini kita tidak tahu apa yang membuat *rating* itu tinggi? Contohnya, dulu *rating* paling tinggi Dude Harlino, ketika Dude Harlino dipasang di film lain,

tidak naik juga *ratingnya*. Selain itu, ada Roy Kiyoshi. Ketika Roy Kiyoshi dikatakan sebagai orang yang berintelekt tinggi, tetapi saat dibuat film, *rating*-nya jeblok. Setiap hari mereka melihat data, tapi sampai sekarang tidak pernah menemukan teori yang pasti. Apa yang bisa membuat *rating*, tak ada yang pasti. Jadi situasinya naik turun.

Dengan modal seperti itu, yang dicari TV bukan kreator canggih, tapi kreator yang membawa *rating*. Jadi adik-adik semua punya kesempatan untuk masuk TV, kalau Anda punya *rating*. Tidak peduli anda membuat sinetron, *talkshow*, penyanyi, atau animator sekalipun, kalau bawa *rating* pasti dipakai terus. Kalau animasi yang sampai saat ini masih ajaib membuat *rating* adalah *Upin Ipin*. *Upin Ipin* sangat jago dapat bertahan sampai bertahun-tahun. Tapi inget hanya *Upin Ipin* yang begitu. Produksi *Upin Ipin* itu punya 6 IP, yang sukses cuma *Upin Ipin* dan hanya di MNC TV. Dan sampai sekarang masih bertahan, bahkan di minggu lalu masuk top 10, untuk *the best* semua program, *Upin Ipin*.

Kalau ingin masuk TV, pertama anda harus datang dan lihat di internet, dicari namanya akusisi departemen. Ini bagian terpenting kalau kalian ingin membuat animasi. Tugasnya memberi program luar jadi tidak dibuat sendiri. Jadi ada program luar yang dibuat sendiri, ada program yang dibeli. Program yang dibeli ini lewatnya *acuisition departement*.

Setelah kalian bertemu, kalian harus presentasi, "Apa sih yang harus di bawa?" Sekitar 5-10 tahun lalu, presentasi itu mudah. Setelah diskusi dan presentasi,

kemudian masuk proses produksi. Produksi-produksi-produksi kemudian *delivery* untuk ditayangkan. Biasanya butuh waktu terpaut setahun dan kemudian bisa bervariasi. Sayangnya cara ini sudah tidak berlaku. Sekarang yang diterima TV adalah animasinya langsung, jadi kita harus datang ke TV sudah bawa animasi.

Pertanyaan yang paling *simple* adalah jumlah episodenya berapa, masalah kuantitas. Programnya mana. Berapa harganya. Pengalaman saya yang paling keren adalah SCTV. Hanya sekali bertemu, tidak ada diskusi, langsung tayang dan *rating* keluar.

Apa saja yang perlu disiapkan ketika ingin dijual ke TV? Ada 3 macam, bagi hasil sama iklan. Kita dapat 1000, 500 buat TV, 500 buat iklan. Misalnya, beli putus ini yang paling bahaya. Beli putus itu adalah kita bikin produk, haknya dimiliki oleh TV, nanti menjadi milikTV, dan kita tidak dapat apa-apa lagi. Tiba-tiba dia meledak, TV yang punya hak kalim.

Kemudian beli lisensi, ini yang saya pakai. Jadi mereka hanya menyewa, saya punya produk disewa sama dia selama berapa bulan, dibayar, harga sewa balik lagi hak ciptanya ke saya. Demikian teorinya. Kenyataannya, semua orang, semua TV tertarik beli putus. Kalau mau idealis melalui beli lisensi.

Belakangan, TV jarang yang bagi hasil. Belajar dari kasus *Upin Ipin*. *Upin Ipin* itu bagi hasil karena mengira bahwa *Upin Ipin* tidak akan meledak, jadi bagi hasil. Akhirnya, bagian yang dikirim ke Malaysia itu luar besar nominalnya.

Competitor, sesama animasi Indonesia kompetitor datang dari luar negeri, musuh kita *Tayo*, *Tol Patrol*, itu musuh nyata kita. Orang TV tidak melihat *Tayo* dibuat dengan maya, dengan *rendering* yang bagus? Tidak. Orang TV hanya tahu kuantitas. Secara kualitas kita bisa buktikan, seperti karya Pak Suyanto, *Ajisaka*. Secara kualitas kita bisa buat apa yang mereka buat yakin bias. Problemnnya adalah *Tayo* dan teman-temannya sekali datang ke Indonesia membawa 500 episode, 1000, dan sebagainya. Jadi perusahaan TV senang dengan hal itu karena ketika diputar dia dapat putar setiap hari. Mereka punya stock sampai setahun ke depan. Selain itu, nilai jual mereka terjangau. Per episode 500 ribu, ratusan ribu, bahkan gratis. Lalu, dari mana penghasilannya? Dari *merchandise*, seperti yoyo, boneka, dan sebagainya. Itu salah satu strategi mereka yang berhasil. Itu yang menjadi strategi mereka. Hal ini yang membuat animator lokal semakin tertutup.

Kemudian ketika animator lokal datang ke TV, pertanyaannya sama "Bisa gratis ga, ya?" *Merchandise* juga belum bisa diproduksi. Jadi, *competitor* kita adalah dari luar secara kuantitas.

Selanjutnya, syarat untuk masuk TV. Ada dua syarat. Pertama, standar dan cara alternatif. Standarnya, berdasarkan orang TV. Saya buat animasi berapa puluh episode. Bawa ke TV tentukan skemanya lihat *ratting*, dan dapat untung. Konsekuensinya, modalnya harus besar di awal minimal 1 miliar untuk produksi, tapi risikonya juga sangat besar.

Alternatifnya adalah membuat animasi sendiri, kemudian unggah di sosial media, konsisten, dan optimis. Seperti misalnya, *Si Nopal*, *Dalang Pelo*, dan *Nussa*, itulah contoh-contoh alternative. *Kaya Nussa Rara* kita semua tahu, *Nussa Rara* muncul pertama kali di youtube. Dalam waktu 2 bulan, meraih golden button, di luar negeri belum ada yang mendapat golden button dalam waktu 2 bulan. Hanya *Nussa Rara*! Akhirnya kita tahu, *Nussa Rara* memilih masuk NET pada bulan puasa kemarin. Dan seperti hukum yang berlaku, *ratting*-nya tidak bagus, sekarang sudah tidak tayang. Jadi prediksinya, meskipun susah masuk TV, tapi TV masih harus diperhitungkan karena pengaruhnya masih signifikan secara rasional. Masuk TV efeknya masih luar biasa dan porsi iklannya masih besar, meskipun kita sudah nonton youtube.

Liat iklan di youtube, tapi pengiklan yang pasang di TV itu masih 80% secara keseluruhannya, jadi nilainya lebih besar. Sedangkan dilihat dari pergeseran habit, mungkin sekarang kalian udah tidak nonton TV lagi, tapi masih banyak ibu-ibu yang nonton secara analog. Bentar lagi, akan beralih, akan ada masa dimana TV analog itu mati total kemudian berganti dengan internet. Namun, kebutuhan konten kreatif pasti ada.

Jadi cobalah belajar membuat hal lucu. Kesimpulan dan saran, kalau ingin masuk TV, prioritaskan masuk TV sebagai tujuan akhir, taruh di paling belakang, taruh di paling ujung. *Start more, start alone*. Ini juga penting, kalau kalian ingin bikin sesuatu, jangan bareng-bareng. Kenapa sendiri? Karna dengan sendiri kalian akan tahu kekuatan kalian itu sebetulnya apa. Apakah *modelin*, apakah *animating*, apakah *storyboarding*, apakah *storytelling*. *Start alone*, ini penting. Konsisten dengan tekun, ini saya sudah buktikan sendiri, ketika saya iri dengan *Si Nopal*. Saya iri, saya produksinya puluhan juta, *Si Nopal* cuma gratisan saja sekarang sudah 3 juta *subscriber*. Dengan bermodal handphone, tapi setelah itu, orang penasaran dibuka satu-satu. Videonya, instagramnya, trus baru ketahuan, ternyata dia sudah

konsisten berkomitmen dari tahunan yang lalu. Jadi dia sudah melewati fase berdarah-darah perjuangannya, sudah nyata, sekarang dia sekali *endorse* itu sudah 100 juta. Kalau sudah merasa cukup, yakin dengan apa yang kalian bisa dan *skill*-nya seperti apa. Baru mulai kolab, kolab juga diperlukan atau tidak? Karena sekarang sudah berbeda, seperti yang sudah dibilang Pak Seno Gumira, kita mojok di kamar kos sendirian saja, kita bisa mengirim karya sampai ke luar negeri. Tidak ada batasan lagi, *focus on media*. Terus ketika sudah punya banyak karya, *once viral*. Itu memudahkan kalian untuk negosiasi dengan siapapun. Kalau sudah punya karya cukup, progress cukup, baru datang ke TV. Inshaallah masuk TV.



Strategi Menembus Pasar TV

Fajar Nurwantoro M.Sc.



Kulitori Record

KULITORI

- Berbagai pengalaman karena banyak kulitori adalah studio animasi yang paling banyak memproduksi televisi



MNC TV
Siapa Sialnya
Siapa 22 Februari 2018



rtv
Siapa 18 Januari 2018



SCTV
Siapa 27 Januari 2018



Kulitori Record

Maka dan Di Gembul



Siapa 19 Maret 2017



Menunjukkan pengalaman dan kemampuan produksi animasi dan pemasaran program dan layanan animasi yang telah dibuat dan ditayangkan ke seluruh Indonesia




Kulitori Record

Maka dan Di Gembul



Siapa 19 Maret 2018





Cara Kerja TV



- Tv bekerja berdasarkan **RATING**.
- Maka, jika rating sebuah program bagus, artinya akan lama.
- Kebalikannya, jika rating jelek, maka harus segera turun



Cara Kerja TV

Menyalakan

- Sampai hari ini belum terdapat yang membuat rating up!
- Maka setiap hari kita data. Terus ada yang up dia
- Faktor yang berbeda
- Isi yang dibuat bukan terdapat orang, tapi terdapat yang membuat rating
- Isi yang dibuat oleh pembuat program, sehingga programnya itu menarik, jika anda bukan rating, anda akan dibuat



Acquisition Department

ini adalah bagian yang diambil oleh main jalan animasi

- Tugasnya membuat program luar yang tidak bisa dibuat sendiri
- Animasi yang dibuat sendiri luar merupakan lulu
- Search di internet untuk animasi masing-masing yang luar

Kelas main sangat berbeda

- Suatu orang dalam
- Berteman dengan lingkungan orang TV



Lalu...

- Setelah animasi bagian ANI, saatnya presentasi.




Cara presentasi masa lalu

- Bawa kerangka
- Presentasi
- Detail program
- Animasi
- Detail
- Isang

- Isi yang dibuat sendiri tidak ada lulu
- Isi yang dibuat sendiri bukan ada produksi
- Pembuatan bisa beres-beres. Bisa ditanggung TV atau sebaliknya



Cara presentasi masa lalu

- Bawa kerangka
- Presentasi
- Detail program
- Animasi
- Detail
- Isang

- Isi yang dibuat sendiri tidak ada lulu
- Isi yang dibuat sendiri bukan ada produksi
- Pembuatan bisa beres-beres. Bisa ditanggung TV atau sebaliknya

CARA INI SUDAH TIDAK BERLAKU

Cara presentasi Iaman Sekarang

- Langkah lama animasi ke TV
- Sudah bisa bisa hanya memiliki iklan sebagai presentasi iklan untuk

1. Penjualan yang paling sering dibuat

1. Pemasaran sendiri?
2. Melalui perantara?
3. Tanpa iklan?

Hal-hal penting yang harus di ingat di masa perkembangan baru tidak tidak berbeda.

Skema Kerjasama

- Bag (Masi)
- Beli Pemas
- Beli (sama) (sama)

Daftar Isi

- Pada kerucutannya, semua TV inggris beli putus.
- Saat ini sudah, pada game beli putus. Tapi pasti ini juga sangat kecil dibanding iklan produksi + komunikasi iklan.
- Sudah program TV yang bag (masi).

Kompetitor

- Kompetitor utama Indonesia bukanlah sesama animasi Indonesia, **tapi datang dari luar negeri.**
- Kompetitor lokal pada area hiburan, **tapi pada hiburan.**
- Disney (sangat), **Aka (sua) buah apa yang mereka buat.**
- Sony, New Line, apa apa dan teman-temannya, **untuk memang bisa langsung tujuan animasi.**
- Rangkaian lagi, **ini juga mereka bisa sangat mahal, sehingga bisa 100 juta rupiah per episode.**
- Tahun mereka keluar dari dari TV, **tapi dari mendominasi.**
- **ini yang membuat peluang animasi lokal makin terancam.**

Saran untuk masuk ke televisi

Ada dua cara yang ditawarkan

- Cara Standar
- Cara Alternatif

Cara Standar untuk menembus TV

- Buat animasi minimal 20 eps.
- Bisa ke TV
- Tentukan skema kerjasama
- Likut rating
- Payment

Kemungkinan

- Model harus benar di awal
- Risiko sangat besar karena program bisa cancel kapan saja.

Prediksi

- Saat ini, televisi masih menjadi media paling berpengaruh secara nasional
- Para film lagi masih besar, **tidak bisa masih harus dipertimbangkan dalam rangka pembaruan produk film.**
- Tidak terjadi penggantian total, **sebagian mulai beralih ke media digital.**
- Akan ada era di mana televisi analog mati total dan berganti jadi siaran satelit.
- Namun jangan khawatir, **stasiun yang tidak di masa mendatang, kebutuhan konten broadcast akan semakin masih, seperti sebelumnya.**

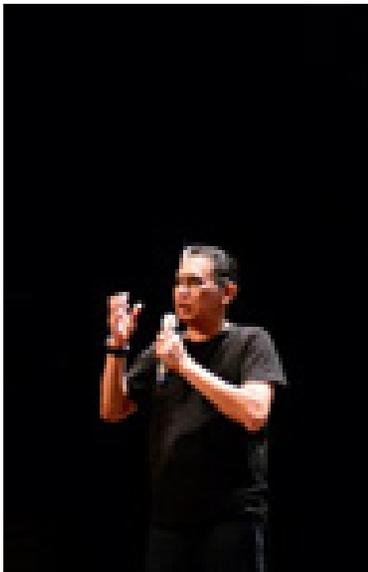
Kesimpulan dan Saran

- Anjurkan masuk TV sebagai tujuan akhir
- Start small, start slow.
- Kerjasama dengan yang kecil.
- Kalau sudah merasa cukup, **start kecil-kecil - jika diperlukan.**
- Fokus ke alternatif media.
- Anda akan sukses ketika saat ini, **hanya sudah banyak.**
- Ketika karya sudah cukup, **baru bisa komunikasi dengan TV (bisa masih ada TV nya)**

Disclaimer

- Tanggal yang akan berakhir adalah valid per September 2019.
- Kita tidak tahu apa yang akan terjadi dalam tahun-tahun mendatang.
- Tanggal macam perubahan yang terjadi nanti, **bisa membuat pembaruan ini tidak berlaku lagi.**







PEMATERI SESI INDUSTRI

Strategi Pengembangan Bisnis

ANIMASI NUSSA RARA

Aditya Triantoro

Founder & CEO The Little Giantz Studio

Menjadi sebuah motivasi kalian untuk semangat dan terus berkarya yang terarah. Pada 130 orang di studio The Little Giant, kebutuhan animasi di depan itu semakin meningkat karena demand-nya semakin besar, kalau membutuhkan sekitar 1000, masih *out of stock*. Tujuannya tidak hanya untuk berkarya, tapi juga untuk menunjukkan kemampuan kita semua.

Sejak September, pencapaian 4,1 juta subscribes, sebagai salah satu *creator*, makna angka ini itu untuk IP. Target kita awalnya adalah 900 subscribers. Kemudian dalam 3 hari kita mencapai 100 ribu, kemudian 1 juta. Market yang kita tuju responsnya baik. Masuk penghargaan dari KPI production inspirator muda. Nussa, IP (intelektual property, hak kekayaan intelektual) animasi adalah bagian kecil dari IP tersebut. Animasi adalah *marketing tools* untuk IP. Bisa saja Nussa itu dibuat *shooting*, 2D, komik, kemudian akhirnya 3D animasi, youtube. IP ini adalah strategi bagaimana produk intelektual dimana kekayaan

Nussa animasi palatformnya youtube. IP tidak hanya ke animasi, tapi bisa ke merchandise, game, art, dan sebagainya. Dari art bisa berkembang ke education, hiburan, iklan, tetap harus dipikirkan. IP dari *platform* youtube ke TV. Ini ambisi supaya animasi Indonesia bisa berhasil.

IP harus dipikirkan 360 derajat, tentang transisi platform dan risknya juga. Ha itu yang menjadi sebuah tantangan. IP bagi kami dan tim akhirnya menjadi sebuah ambisi agar IP Indonesia bisa berhasil dan menjadi pembuktian bahwa marketnya ada. Sehingga menjadi inspirasi bagi creator lainnya dalam berkarya.

Kemudian bagaimana IP dari youtube pindah ke TV. Apa manfaatnya ke TV? Motivasi tayang ke TV apakah akan menjadi langkah yang tepat? Sudah sampai mana strategi marketingnya? Waktu itu di bulan ramadhan, Nussa tayang di NET. Karena itu IP saat itu saya hanya ingin tahu apa dampaknya. Data penonton dari mana saja, dari data itu menjadi sebuah acuan upaya kita untuk mengetahui langkah apa selanjutnya. Dalam IP data sangat penting. Ketika kita buka toko atau membuat event, kita harus tahu targetnya supaya laku. Itu pentingnya kita berkerjasama dengan TV.

Kita coba di Malaysia. Skor kita di 175. Kemudian kita melakukan riset lagi, *next step*-nya apa? Selama 10 tahun di Malaysia, rekor dipegang oleh *Ipin Upin*, tapi ramadhan kemarin kita meraih nomor 1 di Malaysia. Data, ternyata Nussa disukai di luar negeri. Itu yang kemudian menjadi motivasi kami untuk melakukan riset untuk mengembangkan

strategi animasinya. Jadi dengan data jumlah penonton sekian, seandainya kita ingin membuat event di Malaysia, ada penontonnya. Hal itu kembali lagi bahwa IP animasi harus dipikirkan juga sisi bisnisnya.

Melalui ini saya ingin menunjukkan bukan karena *Nussa* hebat atau bagaimana, saya ingin menunjukkan bahwa Indonesia itu bisa, kita itu mampu. Makannya, ada episode terakhir *Nussa Bisa*. Di kantor kami banyak yang dari anak SMK, tapi bakatnya luar biasa. Di masa ini, di masa kejayaan ini. Kita kembangkan kemampuan kita karena kita memang bisa. Saya berharap untuk kita menunjukan kepada dunia bahwa kita bisa. *Show to the world we can do!*

Sebab kita, melalui *Nussa*. Perjuangannya sangat luar biasa, modal dengkul, nekat, dan dengkul. Di Negara tetangga, kita menjadi nomor satu. Selain Malaysia, ada Jepang dan Amerika. Jadi, *Nussa* diterima di negara-negara tetangga. Hal ini akhirnya kita jadikan sebuah data acuan. Agar dalam berkaryanya kita lebih terarah. Pentingnya, IP itu kita susun sebagai data supaya *ratingnya* grow.

Kemudian kita mengadakan event *Nussa Ukhuwah Show*, tiket 175ribu. Dengan visitor 25.000. Di ICE BSD 29 Juni 2019. Sebagai satu bentuk IP, kita bikin *merchandise*, untuk produk-produk kita buka toko dalam 4 bulan kita jual 23.000 pc. Lagi-lagi animasi sebagai *marketing tools*. Data penonton kita jadikan pertimbangan dalam mencipta produk, apakah produk nantinya dapat diterima oleh masyarakat. Dan karena saya bergerak di bidang animasi, kita bicara mengenai IP dan *platform*.

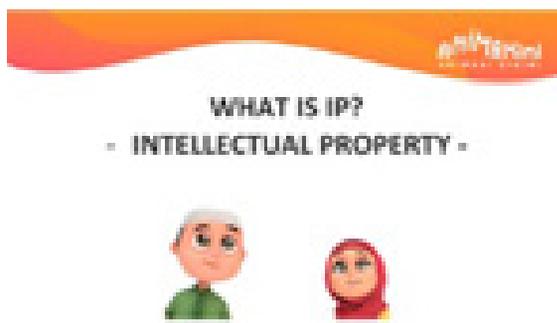
Akhirnya kita approach konsep dunia *Nussa* di Dufan, kita menawarkan wahana rumah *Nussa* mulai dari kamarnya, dll. Dengan satu banding satu stagenya, jadi kita bisa melihat dunianya *Nussa*. Kemudian diminta data followers, data penjualan, dan yang lainnya yang sangat mempermudah. Jadi akan ada di Desember tahun depan.

Kemudian ada *training*, diadakan *giants program* untuk mengarahkan secara khusus pemahaman yang benar-benar spesifik bagaimana animasi, bahasa, cara pikir yang terarah. The goals-nya adalah tidak hanya sebagai animasi, tetapi sebagai sektor edukasi. Gimana kita bisa bersaing secara internasional, turunan produknya itu apa saja, bisa jadi game.

Kemudian kita membuat ekosistem animasi, agar terjadi ekosistem yang sehat. Antara kreatif, edukasi, dan bisnis bisa berjalan beriringan. Itu harapan untuk 3-5 tahun ke depan. Dari data semuanya tadi, kita dapatkan kemudian langkah berikutnya apa. Karena kita berangkat dari animasi, dari youtube tidak dipungkiri tujuan kita harus ke layar lebar. Ini yang menjadi rencana kami selanjutnya *Nussa* bekerja sama dengan visinema pictures untuk menghasilkan *Nussa The Movie*.

Mengapa kita harus mengerjakan film, *Nussa Bisa*. Dari 3 menit ke 11 menit, ternyata daya penontonnya sama. Dengan demikian, kami berusaha untuk berkarya agar dalam film ini kita mengambil sudut pandang yang universal (anak dan ibu, ibu dan anak). Ini kita ambil dari latar *story* dari masyarakat sekitar kita. Dan

target kita *Nussa* bisa ke Negara tetangga Malaysia, Singapura, Brunei, Vietnam. Rangkuman adalah sebagai penerus untuk ingat 3 hal ini: kreasi, inovasi, kolaborasi. Berkreasi dan terus berinovasi, dan jangan lupa berkolaborasi. *Kalau kalian ingin jalan cepat jalannya sendiri, kalau kalian ingin jalan jauh jalannya bersama*. Saya ingin mengajak kalian mengirim gambar *Nussa* yang terbaik dari kalian ke email contac@littlegiant, bagi yang terpilih akan kami ajak untuk bekerja di studio kami bersama selama satu hari. Saya ingin ajari *story* sampai bagaimana animasi itu jadi dan kita akan benar-benar belajar agar kalian lebih tahu lagi tentang animasi. Animasi itu *fun, hard, but its beautiful*.



anika Taruni
ANIMASI

NET.
astro

MORE COLLABORATION...
COMING SOON IN 2019

NUSSA COLLABORATION WITH BROADCASTER



NUSSA EXHIBITION SHOW

Nussa Exhibition Show
19 June 2019, ICE - BSD

Visitors: **25.000**

anika Taruni
ANIMASI

RnD before project and this is the result!

Based on RnD performance the indicated a total average need of 1000 copies of 3 months (Data: Study, Study, to market preparation in 2019-2020 and during production period)

INDONESIA

INDONESIA

NUSSA **astro**



NOS
Nussa Official Merchandise Store

23.000
Official Merchandise Sold
(7 months time period)

anika Taruni
ANIMASI

RUMAH NUSSA

RUMAH NUSSA
19 June 2019, ICE - BSD

Visitors: **25.000**

anika Taruni
ANIMASI

RUMAH NUSSA

RUMAH NUSSA
19 June 2019, ICE - BSD

Visitors: **25.000**

ECOSYSTEM + COLLABORATION = GOALS

anika Taruni
ANIMASI

COMING SOON 2020.. Collaboration..

SEGERA DI BIOSKOP
2020

SEGERA DI BIOSKOP 2020

Follow Instagram:

- @thelittlegiants
- @visinema.id
- @filmnusa
- @nussaofficial



Riset dan Pengembangan Cerita

ANIMASI BERTEMA NUSANTARA

Chandra Endroputro

Sutradara Animasi Temotion

Kali ini saya akan *sharing* mengenai pengalaman saya. Entah mengapa saya disuruh cerita tentang pengembangan cerita nusantara. Padahal saya hanya beberapa kali membuat cerita yang berdasarkan hal itu. Jadi, saya mau *share* mengenai hal yang pernah saya buat yang berhubungan dengan mitologi cerita nusantara Indonesia.

Petualangan Garuda Cilik memang cerita yang dibuat berdasarkan legenda Garuda Whisnu Kencana. Saya membuat judul tersebut agar terlihat keren. Sebelumnya saya gunakan background warna biru saja, kemudian saya menyadari hal itu tidak lucu dan kurang menarik. Akhirnya, saya tambahkan kapal dari relief Borobudur. Konon, kapal ini adalah kapal yang menggambarkan ekspedisi pamalayu, tapi menurut saya bukan. Sebelum Borobudur dibangun, nenek moyang kita adalah pelaut ulung. Atau kita sebetulnya sudah punya kapal sebagus ini, bahkan sebelum kedatangan bangsa Eropa. Maksud saya apa? Sebetulnya cerita-cerita nusantara semacam itu penuh dengan hal-hal yang luar biasa dan menakjubkan yang belum banyak kita tahu.

Kemudian hal yang akhirnya kita tahu. Ada perubahan zaman mengenai cerita-cerita dahulu dan belum tentu dengan mudah dapat kita putar ulang menjadi

tayangan yang menarik karena selera kita sudah berbeda. Mungkin salah satu cara saya *sharing* mengenai bagaimana sih mengenai hal-hal tersebut.

Kenapa milih mitologi atau legenda folklor? Karena sebenarnya hal itu menarik. Cerita-cerita itu kental dengan muatan lokal yang membuatnya begitu unik. Karena begitu lokal dan kental, belum tentu ada di Eropa, belum tentu ada di Amerika, belum tentu ada di India.

Kemudian terdapat masalah aspek struktur. Kenapa saya beri warna merah? Aspek struktur ini menjadi masalah karena zaman dulu kalau ada cerita yang struktur ceritanya cukup aneh dibandingkan sekarang. Kenapa aneh? Karena sebenarnya mereka memuat begitu banyak pesan simbolis yang mereka coba masukkan dalam adegannya. Kadang-kadang adegannya tidak ada hubungannya. Namun, kalau kita paham mengenai ilmu simbol zaman di zaman lampau kita akan paham. Tapi, kenyataannya penonton sekarang agak sulit memahaminya. Maka, aspek struktur cerita ini yang perlu kita siasati.

Kemudian adalah aspek visual. Nah ini keunggulannya, tentang aspek muatan lokal ini berarti unik nah aspek sosialnya kita tampilkan, seperti kapal tadi terlihat

menarik. Ini sekadar cara berpikir di industri kreatif, terutama saya, kalau kita membuat sesuatu pasti ada tim kreatifnya, bisa kita sendiri, bisa kita berdua, bisa kita bertiga, maka akan muncul suatu ide atau yang kita sebut dengan sebut IP (intelektual property right). Maksudnya mengenai hak intelektual kekayaan tentang karakter. Setelah dapat ide, kita jual ke market, dan sebelum sampai ke market, ada masalah dengan riset.

Riset itu ini sebetulnya merupakan panduan bahwa cara berpikirnya harus seperti itu. Ketika kita membuat ide, maka kita harus memikirkan market. Penontonnya siapa? Generasi kita? Temen-temenmu? Orang tua atau negeri lain? Atau adik-adikmu? Market itu tidak harus dalam skala besar, kadang kamu bisa membuat *short animation*. Kita harus sudah memikirkan target penontonnya. Hal itu harus dilakukan dengan riset, seperti melihat selera yang sedang *booming*, dan trend itu yang akhirnya akan memunculkan suatu gagasan atau ide.

Kemudian saya mencoba membuat skema. Kelihatannya rumit, tapi saya coba jelaskan dengan bahasa yang sederhana. Kalau kita ingin merancang cerita berdasarkan folklor, mitologi, cerita daerah, cerita nusantara, yang harus dicari adalah sebenarnya inti dari cerita itu dulu. Karena sebenarnya cerita-cerita tradisional itu menurut kita mengada-ngada. Ceritanya melebar ke mana-mana. Maka kita punya premis, ada karakter, ada tokoh, ada masalah. Di situ menemui tahap apa, kemudian cerita langsung berjalan. Gampangnya, premis adalah ide cerita. Ada tokoh, ada ceritanya.

Sebagai contoh, seorang anak ingin menyelamatkan ibunya dari kutukan si penyihir jahat dengan mencari mustika keramat. Tapi, mustika itu dijaga oleh baladewa, tentara Dewa Wisnu. Jadi ceritanya apa? Dia mencari mustika dan harus berperang dengan bala tentara Dewa Wisnu. Karakter di dalamnya ada karakter si tokoh utamanya. Kemudian saat saya katakan ada Dewa Wisnu ada mustika, akan muncul asumsi bahwa cerita ini bukan cerita fantasi, tapi cenderung cerita wayang. Nah, seperti yang saya katakan, kita harus tahu siapa target marketnya. Kalian harus memikirkan pasarnya siapa, apakah yang tadi itu cocok untuk pasar anak-anak, apakah cerita tadi yang saya sebut cocok untuk remaja, ataukah cerita tadi cocok untuk anak TK atau pre-school itu harus dipikirkan. Cocok atau tidak cocok, kalian nanti akan mencari strateginya.

Semua ini ide cerita, karakter, realm sebisa mungkin bisa unik, kalau kalian rasa ini tidak unik jangan digarap. Kemudian yang paling penting saya sebut di situ IP bisnis *merchandising*. Itu penting, maksudnya karakter yang kalian buat dalam film animasi setelah mengalami proses kreatif dan lain-lain, nantinya harus dibuat sesuatu yang orang lain pengen punya. Pengen punya bonekanya, pengen punya stikernya, pengen punya kaosnya, dan sebagainya. Seperti, kalian pengen punya boneka Nussa. Pengen punya kaos Nussa yang dipakai Mas Adit. Itu yang saya sebut dengan IP dan Merchandise. Ada orang yang mengatakan *merchendashing friendly* dia akan mudah menjadi merchandise. Akan mudah menjadi boneka, akan mudah menjadi stiker, akan mudah menjadi kotak pensil, akan

mudah menjadi bungkus handphone dan lain sebagainya yang menyebabkan orang pengen. Tapi mungkin ada orang yang tidak ingin punya, jadi dia kurang berhasil dalam merchending dan agen bisnisnya dari bentuk karakternya itu.

Kemudian, *audience point of view* adalah jadi cerita yang lokal atau tradisional harus diceritakan dari *point of view* penonton. Kebanyakan cerita tradisional itu tidak begitu. Dia dari *point of view* si pembuatnya. Next mas

Yang paling penting dari animasi. Animasi itu apa? Kamu tahu apa istimewanya animasi? Ketika menonton film animasi mungkin tidak terjadi di dunia nyata atau sulit di-*shooting*, atau sama sekali tidak bisa. Jadi, animasi itu sebetulnya merealisasikan ide kita tanpa batas. Merealisasikan imajinasi kita, itu animasi. Maka kalau kita membuat cerita animasi, kita harus bisa mengeksplorasi mimpi-mimpi atau khayalan penonton. Kalau kamu membuat cerita dan respons penonton, "Ah ini nggak imajinatif" artinya, penonton tidak tertarik. Maka kita harus berusaha mengeksplorasi mimpi si penonton atau harapan imajinasi si penonton. "Bagaimana kita tahu?" Nah, itu yang saya sebut harus riset. Riset market dan lain-lain.

Dari semua itu, saya akan masuk ke detail. Bahwa animasi itu sebenarnya isinya *action*, animasi itu isinya komedi itu patokannya. Yang perlu dipahami bahwa bahwa animasi bukan genre. Genre itu bahasa Indonesianya, kategori. Jadi jangan berpikir, film itu film horror, film komedi, film animasi, bukan seperti itu. Semua film terdapat kategori horor,

komedi, action, komedi romance, dan sebagainya. Animasi adalah medium. Medium dalam menyampaikan cerita. Film horor bisa kalian sampaikan dengan medium animasi, film komedi juga. Bisa kalian sampaikan dengan animasi action. Tapi, kelebihannya dari film animasi menurut saya baik horor, atau romance, dia harus punya unsur komedi. Kalau dia tanpa komedi dia percuma jadi animasi. Dia harus ada actionnya, kalau tanpa action dia percuma jadi animasi. Kenapa? Karena action dan komedi dalam animasi mereka berdua yang kemudian menjadi *gag*, komedi yang dibangun dari action.

Misalnya, *gag* itu saya lagi ngomong dengan Anda sekarang, tiba-tiba saya batuk-batuk, kemudian saya mau nyanyi ada lalat terbang nah ternyata saya takut sama lalat. Itu *gag*, jadi komedi yang dibangun dari action. Tentu *gag* itu berkaitan dengan premis karakter dan realim. Namun, kita tidak bisa membangun *gags* yang tidak ada hubungan dengan karakternya. Kalau karakternya adalah gagah berani, kemudian *gag*-nya membutuhkan dia pemalu, maka itu *gag*-nya menyalahi ceritanya. Maka penting sekali bahwa ide cerita, karakter harus punya itu atau dibalik. Itu semua harus mengakomodir tiga hal di atas.

Saat saya harus menggarap cerita mengenai garuda wisnu kencana, saya harus meriset ceritanya. Dari mitologinya itu ceritanya adalah seorang raja yang punya seratus istri. Salah dua istrinya bertengkar, saling meminta perhatian, saling meminta berjanji memberikan anak kepada raja. Celakanya, bagaimana hubungannya dengan market. Begitu saya tanya kepada produser mengenai market,

targetnya “Anak-anak, family”. Lalu, bagaimana caranya cerita untuk family orang rajanya punya seratus istri. Dua istri bertengkar. Tapi itu tantangannya. Bukan berarti itu tidak bisa. Maka saya mencari cara berdasarkan market itu. Saya mulai melangkah dari riset ini. Salah satu istri mengutuk. Kutukannya baru bisa lepas bila sang anak diberi titah.

Saya mulai berpikir akan memakai *basic* ide yang sama dari cerita itu. Lalu saya akan mulai merancang dramatis premis. Satu dramatik premis yang sesuai lalu saya akan merancang nilai dan struktur. Lalu saya akan menentukan tokoh utama. Berdasarkan *basic* idenya, ternyata adalah seorang anak yang ingin berbakti kepada orang tuanya. Kemudian dijadikan kendaraan Dewa Wisnu. Mitologinya seperti itu. Tapi cerita di dalamnya rumit, seratus istri, sirik-sirikan, taruhan. Berdasarkan *basic story* ini saya mulai menyusun ide ceritanya dengan tetap ingat bahwa target marketnya adalah anak-anak. Jadi kira-kira begini saya menuliskannya.

Ide ceritanya, Garuda Cilik ingin menyelamatkan ibunya yang dihukum jadi budak oleh Kardus si penyihir dengan cara menyerahkan tirta amerta itu yang dijaga oleh Dewa Wisnu. Dari sini saya sudah menentukan tokohnya Garuda Cilik. Mengapa Garuda Cilik? Sebenarnya di mitologinya tidak ada Garuda yang masih kecil. Garudanya sudah besar. Lahir dari telur, pecah, terus tumbuh besar. Karena market penontonnya anak-anak, dari riset saya saya berpikir, penonton akan lebih suka dia bisa mengidentifikasi dirinya kepada jagoannya. Cara yang paling mudah mengidentifikasi diri kepada

jagoannya dengan cara menampilkan tokoh seusianya. Kenapa? Begitu seusianya, dia akan punya problem yang sama. Apa problemnya? Dianggap anak kecil, ya emang anak kecil. Tapi orang tua itu selalu menganggap anak kecil itu anak kecil, padahal benar. Anak kecil tidak mau dianggap anak kecil. Karena dia merasa sudah bisa diberi tanggung jawab. Tapi begitu diberi tanggung jawab, salah, keliru. Karena anak-anak begitu. Dia belajar dari situ. Nah, cerita ini tentang belajarnya dia menjadi manusia, padahal bukan manusia. Belajar menjadi manusia dalam tanda kutip, yang anak-anak akan mengidentifikasi dirinya.

Kenapa begitu? Tokoh Garuda Kecil ini dalam riset saya, saya buat menjadi tokoh anak-anak supaya dia tahu bahwa dia punya kesaktian, dia tahu harusnya menjadi kendaraan Dewa Wisnu. Dia tahu bahwa sebenarnya, tugas mulianya dia dilahirkan ke bumi ini adalah menolong manusia. Kerjanya menolong orang, tapi karena masih kecil, dia salah melulu, kemudian di ilmunya terjadi masalah. Itu sebetulnya yang sering terjadi oleh anak-anak. Dia mengalami kesalahan, tapi dia tidak tahu harus berbuat apa. Celaknya, di dalam kelompok masyarakat dia melakukan kesalahan tapi malah disalahkan. Di sini saya mau *ngasih* tahu kalau dia melakukan kesalahan dia akan mencari cara. Pantang menyerah, hal yang harus diajarkan kepada anak-anak. Kalau tadi ada yang namanya menyederhanakan cerita. Cerita aslinya 100 istri, dua istri bertengkar, lalu masing-masing pamer ke rajanya, “Saya bisa punya anak.” Memberikan anak supaya saya paling dicintai. Si Kadru itu, dia punya anak 100. Ibunya Garuda itu

nantinya punya anak hanya dua, yang satu meninggal karena cacat karena ibunya tidak sabar, telurnya dipecahin. Lucu ceritanya, tapi saya sampai sana tidak mengerti. Bagaimanakah maknanya? Lalu, anak yang kedua lahirlah Garuda.

Jadi ada banyak tokoh, ada banyak karakter. Jadi 100 anaknya Kadru menjadi naga semuanya. Seratus naga, buat saya ini cerita terlalu masif. Ya kalau saya produser *Lord of the Ring* mungkin akan saya buat. Bahkan saya harus mencari cara, *Lord of the Ring* bukan anak-anak masalahnya. Ini harusnya anak-anak *make it simple*. Strukturnya saya sederhanakan. Jadi saya buat, naga si Kadru dan seratus anak ini saya buat jadi tiga anak. Jadi seratus itu masing-masing dari 33,33%. Jadi kira-kira seperti itu.

Karakter-karakter itu harus driset. Risetnya, mencari tahu sebanyak mungkin tentang dunia wayang. Tentang Garuda Wisnu Kencana. Tentang anak kecil. Tentang di zaman itu apa yang terjadi. Kamu apakah tahu peristiwa Garuda Wisnu Kencana atau para dewa itu terjadi di zaman kapan? Tidak ada yang tahu? Hasil riset saya mengatakan. Itu terjadi sebelum Gunung Toba meletus. Jadi saya cari ke zaman itu seperti apa dan sebagainya, saya gabung-gabung pemahaman Jawa dan sebagainya. Saya cari tahu tentang karakter Garuda, lalu jadilah karakter dia seperti ini.

Ada macam-macam saya pilih. Ada yang lebih banyak seperti burung, ada yang terlihat seperti orang, ada yang setengah manusia dengan wajah dan sebagainya. Tapi intinya, dari semua itu anak itu harus mencerminkan anak yang berani, bandel,

pantang menyerah. Yang lama memang menentukan di wajahnya. Dari mata dan sebagainya diselidiki betul walaupun kalau kalian lihat (mundur lagi mas terus, terus terus, nah hasilnya begini).

Hasilnya berbeda dengan itu karena dalam proses kreatifnya saya terus mencari sampai ketemu, membuat saya anak itu harus Indonesia. Si Garuda Cilik ini harus Indonesia. Kalau tadi yang di gambar dia Astro Boy, banget. Asro Boy dikasih kepala garuda. Gimana cari anak Indonesia. Saya cari-cari di *googling*, cari-cari anak kampung. Kurus-kurus, coklat-cokelat, jadi dia harus kurus seperti anak ini saya bilang. Jadi saya bikin anaknya kurus-kurus, wah Indonesia jadi ini cari anak kampung berenang di kali. Oke, lanjut lagi mas, lanjut.

Riset karakter, risetnya juga mengenai penyihir itu seperti apa. Penyihir zaman dulu itu ada di berbagai mitologi bentuknya. Entah bentuknya, entah benar atau tidak, itu menginspirasi saya. Ya kalau naga itu, naga ada di mana saja. Bahkan yang saya lihat di beberapa relief candi, candi apa ya namanya, bukan Mendut, bukan Pawon. Saya berusaha seindonesia mungkin walaupun dahulu definisi Indonesia masih berbau, tetapi saya coba cari ke tengah-tengah.

Terdapat masalah dengan desain Dewa Wisnu. Kadang-kadang dia terlalu keperempuanan. Kadang-kadang terlalu serem. Jadi inilah yang tepat. Jadi dari berbagai literature yang saya baca, yang ditangkap oleh orang Indonesia, Dewa Wisnu adalah dewa yang bijak. Akan tetapi, kalau literatur dari luar, Dewa Wisnu itu sebenarnya adalah pencipta

sekaligus penghancur. Jadi Dewa Wisnu itu kalau di Mesir, nabi bernama Tangki kalau tidak salah. Jadi saya baca dari literature mengenai siapakah Dewa Wisnu untuk saya tahu dia itu seperti apa. Aslinya Dewa Wisnu itu tingginya hampir tiga meter. Oke, saya buat begini. Ini Ibunya, jadinya seperti ini, karena itu kan dia sudah tua bijak. Biasanya orang Indonesia kalau mengatakan tua dan bijak itu cenderung jadi nenek-nenek atau kakek-kakek. Maka si ibunya ini jadi nenek-nenek. Pertanyaannya adalah anak umur 12 tahun kok ibunya sudah nenek-nenek. Maka nanti hasil jadinya akan disesuaikan dengan umurnya lagi. Tapi harus berbasis riset. Akhirnya jadilah, wajah Wisnu cukup bijak begitu disesuaikan dengan pandangan Indonesia, kemudian Wisnu jadinya seperti foto model. Ini harus dilihat bercahaya.

Itu barang-barang hasil riset. Jadi setelah kita riset, cerita kita harus riset pernak-pernik ini. Supaya apa, supaya dia *keep believe*, supaya di mata penonton dia nyata dan tidak mengada-ada. Jadi, pernik-perniknya kita cari dari mana, dari bawah diriset.

Tirta Amerta itu isinya banyak tentara. Kurang lucu, jadi saya pilih tiga kurcaci yang lucu-lucu. Supaya ceritanya tadi, ada action ada komedi. Terus yang tadi ada *gag*. Dengan karakter-karakter seperti ini kalian telah membuka potensi *gag* sebesar-besarnya.

Oke lanjut, saya menambahkan karakter yang tidak ada di dalam cerita. Karena kebutuhan saya, begitu cerita tentang anak-anak, dan ini cerita isinya lelaki

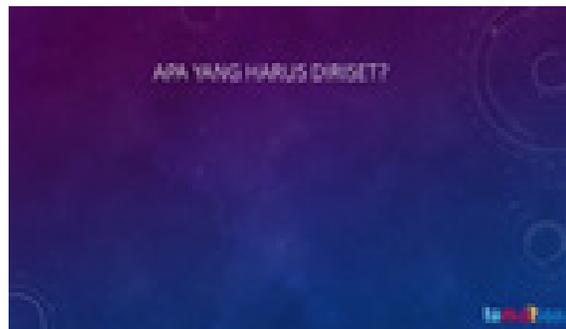
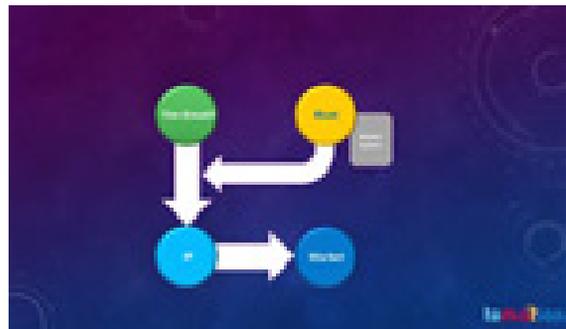
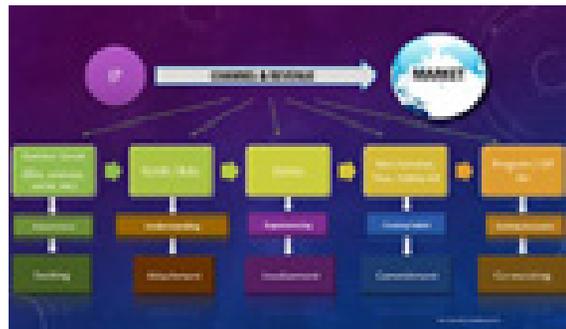
semua. Kecuali yang tadi ada dua ibu-ibu yang satu penyihir. Jadi harus ada anak perempuan, maka saya tambahkan karakter namanya Gayatri. Gaya anak perempuan, dia adalah tetangganya Garuda Wisnu Kencana. Dia adalah pengagum dari si Garuda Cilik. Dia yang percaya bahwa Garuda Cilik ini adalah seorang pembela kebenaran. Dia yang percaya. Ibunya Gayatri *nggak* percaya. "Kamu ngapain, *sih*, percaya sama dia. Dia bikin onar begitu." Tapi Gayatri percaya. Gayatri inilah yang membuat Garuda Cilik ini bersemangat. Ini ibunya Gayatri. Ada a,b,c. Ini kita riset juga. Karena ibunya adalah masyarakat kebanyakan. Maka kita riset soal kostum dan lain-lain. Kita pilih akhirnya, supaya berbeda. Ini kita pakai semua supaya terlihat gayanya seperti orang umumnya yang sederhana. Badan gemuknya supaya terlihat ia galak, dan memang dia sangat galak pada Garuda Cilik.

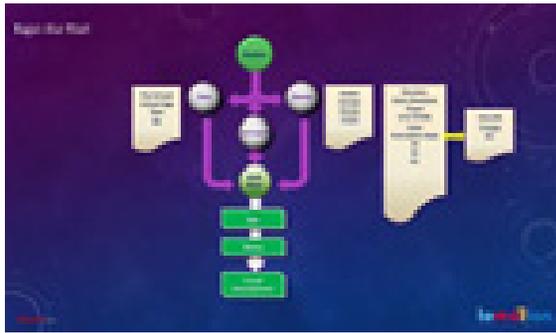
Film ini tentu melibatkan tenaga, orang, masyarakat, dan lain-lain. Untuk itu kita harus mendesain, tetangga-tetangganya seperti apa. Kenapa ayam, itu dari literatur. Kenapa ayam karena ayam adalah binatang yang selalu ada. Jadi saya pikir ayam itu adalah binatang yang sangat dekat dengan masyarakat. Itu kendi juga kita riset, kalau zaman sekarang paling enak risetnya. Kalian tinggal *googling* dapat semua. Ini dalam dua jam saja terkumpul semua. Terlalu banyak referensi malah bingung, ini mau kendi yang mana. Oke lanjut, lalu saya tambahkan monster. Selain tadi ada tiga kurcaci saya tambahkan tiga monster penjaga. Monster ini, pertanyaannya begini, monsternya mau kayak apa? Maka saya cari gambar barang, gambar-

gambar apapun di Bali. Bali itu banyak bentuk-bentuk yang seram. Kita cari, lalu kita terjemahkan menjadi bentuk-bentuk yang seperti ini. Ya tentu namanya animasi tempat kita berimajinasi. Jadi khayalan saya gambar bentuk barong dan lain-lain, jadi bentuknya monster.

Kemudian ditambah anak perempuan bernama Gayatri. Tetangga Garuda Wisnu yang mengagumi garuda bahwa garuda adalah seorang yang bijaksana. Kemudian ditambahkan karakter tetangga-teangga lainnya, ayam, kendi. Kemudian ditambahkan monster

penjaga. Pertanyaannya yang seperti apa monsternya, kemudian referensinya dari patung-patung di Bali. Animasi adalah tempat berimajinasi. Jadi khayalan ini dioleh sehingga bentuknya cukup monster. Jadi, dengan demikian sebagai penutup kita harus memikirkan karakter untuk dijadikan gag, sehingga gag itu membantu menerjemahkan karakter itu seperti apa dan ceritanya seperti apa.





Riset Cerita

GWK Wilamu

- Seorang Raja yang memiliki 200 istri
- Salah dua istrinya bertengkar
- Saling cari perlawanan
- Menikah & bergang memberikan anak kepada raja
- Salah istri mengubuh
- Kibukan hanya bisa lepas, bila sang anak memberikan Tirta Amerta

GWK Animated

- Menakal Basic Idea yang sama
- Merancang Dramatic Premise yg sesuai
- Menyederhanakan cerita & Struktur
- Menentukan Tokoh Utama

- Market → Anak-anak (keluarga)

Basic Story

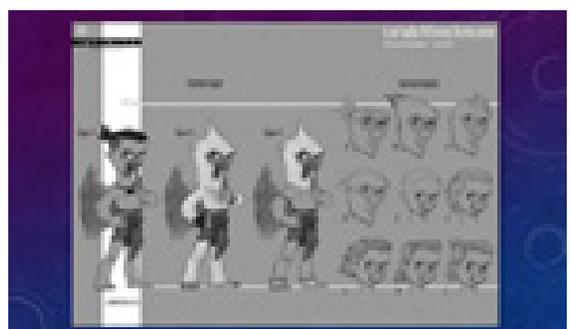
- Seorang anak yg ingin berbakat kepada orang tuanya
- yg kemudian dijadikan khandarin Dewa Wilamu

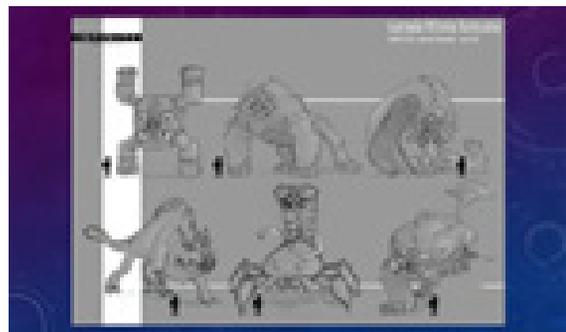
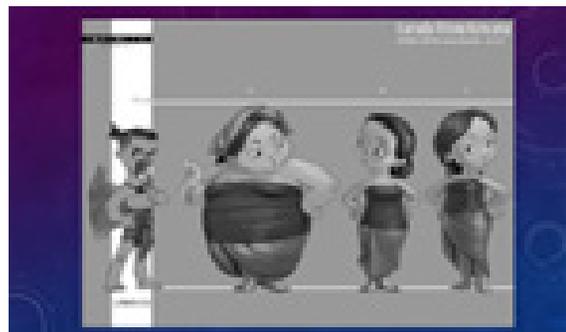
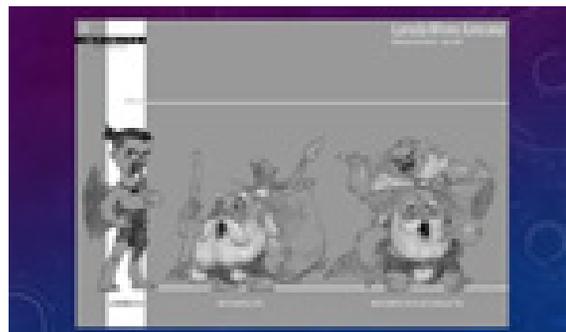
Dramatic Premise

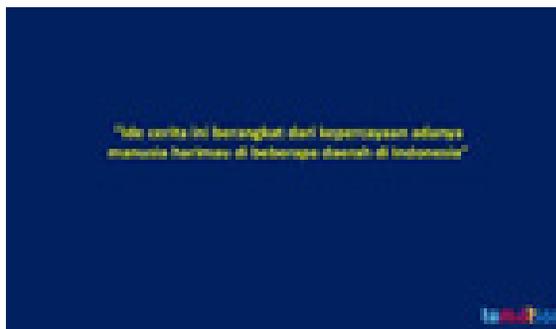
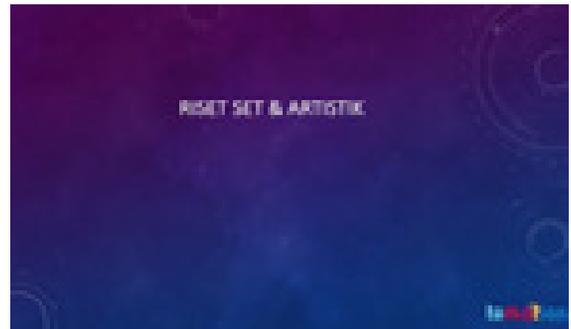
Garuda cilik ingin menyelamatkan ibunya yang "ditukam" jadi budak oleh Kadru, dengan cara menyerahkan Tirta Amerta kepada Kadru, yang dapat oleh Dewa Wilamu



RISIT KARAKTER







Gugug!

THE IM-PAWS-IBLE ADVENTURE

Mohammad Taufiq (EMTE)

Seniman dan Creator Animasi

Saya di sini akan *share* dari sudut pandang sebagai kreator, sebagai pencipta IP. Dari hal yang saya *share* ini kalian dapat melihat potensi apa saja dari karya yang kalian buat. *Gugug*, awalnya tahun 1999, saya membuat komik ini judulnya *Anjing*. Dalam pengarangannya menggunakan teknik manual, difotokopi, *screen print*, *undergrown*, semangat DIY (*Do it yourself*). Dengan dialog yang sangat minim. Soalnya saya bukan penulis yang baik. Saya bercerita lewat gambar dan menikmati lewat gambar, 20-10 halaman. Saya membuat ini hanya dalam tiga edisi. Beberapa tahun kemudian, ada beberapa proyek, ingin punya buku yang murni punya saya sendiri.

Pada 2017, saya ditawarkan dari penerbit untuk menerbitkan buku ini. Ada perbincangan soal “anjing”, kemudian diubah menjadi *Gugug*. Sesuai judulnya karakternya dibuat fleksibel, dapat berteman dengan siapa saja, berpetualangan dengan siapa saja. Dari sifatnya itu bisa tercermin dari judulnya, yang bisa dibuat bolak-balik tetap sama, bacanya tetap “gugug”. Pertama kali *Gugug!* Diluncurkan di Ubut Writer and Reader Festival, kemudian di-*launching* di Jakarta. Dari berbagai media, poin penting yang dituliskan ialah persamaannya buku ini lahir tanpa dialog, teks, maka pembaca bisa mempunyai

imajinasi secara bebas. Karena buku ini tidak ada dialog, pembaca bisa menghadirkan ruang diskusi di dalam kepalanya.

Selain buku, kemudian inisiatif membuat *merchandise*. Benda-benda yang fungsional untuk penggunaannya. Di situlah *branding* karakter saya bisa eksis terus. E-toll, e-money, totebag, boneka, postcard, packaging, berangkatnya karena buku itu ada karakter utamanya. Sehingga bisa dikembangkan menjadi *merchandise* yang macam-macam. Karena tidak ada dialog, buku ini dapat dibawa ke luar negeri, mendapatkan kesempatan di Sydney, komunitas komik yang punya acara secara rutin. Kesempatan ke London Book Fair, dengan memperkenalkan karya-karya termasuk ilustrasi. Selain itu di sana saya mempresentasikan buku komik yang terinspirasi dari kota urban.

Kenapa saya membuat karakter anjing? Dengan diplomatis, ini statement personal bahwa sebagai muslim ada hukum yang membahas tentang anjing, tapi anjing adalah binatang ciptaan Tuhan. Jadi tidak harus dianggap hina. Anjing pun bisa lucu dan karakternya bisa dieksplorasi. Anjing dapat dibuat karakter dan dibuat cerita lucu. Buku *Gugug* didedikasikan untuk kedua kucingnya.

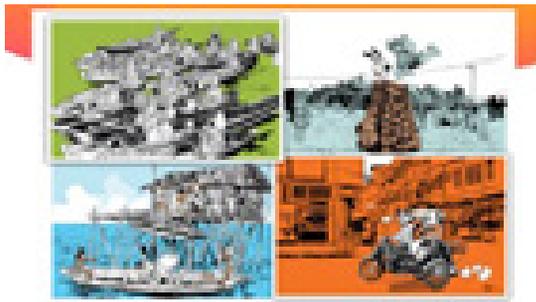
Di London saya mengusulkan ke penerbit untuk buku yang isinya *postcard* bisa digunakan sesuai pada umumnya. Isinya Gugug berpetualang ke mana-mana dan lokasinya yang ada di Indonesia. Ada 12 *postcard*, akan ada lebih karena Indonesia itu sangat luas. Seperti Gugug jalan-jalan ke Banjarmasin, Pasar Apung, atau Gugug yang sedang naik becak motor di Medan. Yang menariknya ketika membawa ke event internasional, orang-orang akan bertanya "*What is Gugug?*" Gugug adalah suara anjingnya di Indonesia. Saya sempat riset dan menemukan bahwa onomatope di setiap negara itu berbeda-beda. Seperti di Korea, gugug adalah monk-monk, di Inggris dan Amerika kita tahu woof-woof. Di setiap negara punya bunyi gonggongan yang berbeda. Target market dari si Gugug ini bisa juga masuk ke sekmen anak-anak. Melihat reaksi publik dengan responsnya bahwa Gugug itu lucu, itu sudah membuat senang. Sebagai IP yang mendapat respons karakter butanmu, lucu itu menjadi satu ide bahwa semuanya bisa dikembangkan lagi.

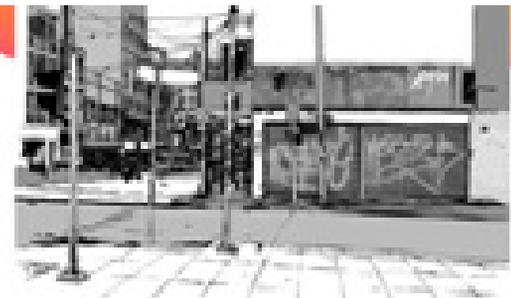
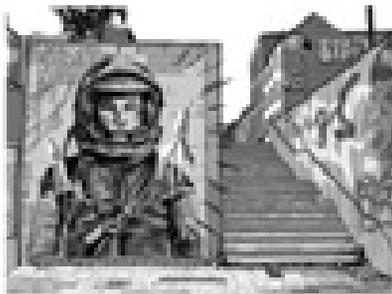
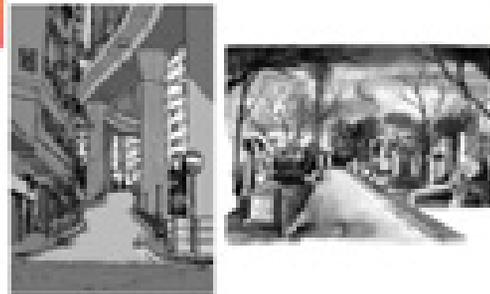
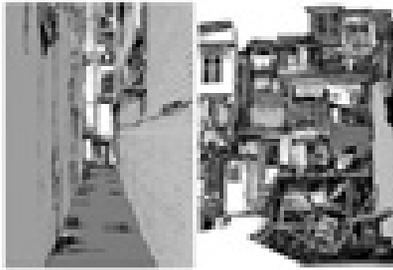
Setelah jadi buku, langkah selanjutnya adalah mendaftarkannya dalam surat pencatatan penciptaan. Untuk mendaftarkan hak cipta. Agar karya kalian sah dalam hukum. Kalau sudah, kalian bisa berkolaborasi dalam brand lain yang bisa membuka peluang yang lebih luas. Kalau sudah mempunyai hak cipta, kalian akan punya kekuatan dan level yang setara dengan brand lain, untuk deal bisa lebih legal.

Setelah Gugug punya hak cipta, kami bisa berkolaborasi dengan berbagai macam brand aplikasi, stiker line, contohnya. Bentuk eksplorasi Gugug, masuk ke dalam film. Awanya hanya sebuah percakapan. Hanya saja belum tahu startnya mulai dari mana, dan membutuhkan banyak orang dan SDM. Ada semacam *guidelines* atau *bible* yang akan menjadi panduan kita untuk *brief* kepada animator tentang karakter si Gugug ini.

Bagaimana membangun emosinya juga. Mulai dari rekam, foto untuk inspirasi. Saat ini masih berdiskusi dan belum menemukan final bahwa Gugug akan berwarna atau hitam putih. Kemudian ada skala yang akan terlihat ketika ia sedang berdampingan dengan karakter lain. Versi 3D *Gugug* ini sudah di-*launching* di moment lebaran dan diputar juga saat 17 Agustus 2019 lalu.







TERIMA KASIH





Asosiasi Program Studi
Desain Komunikasi Visual
Indonesia

ANIMAKini
ANIMASI CIKINI

DISKUSI PANEL
PEMAKALAH

Film Animasi Sebagai Media Pengenalan Kearifan Cerita Lokal

LEGENDA WADU NTANDA RAHI

Daerah Bima-Nusa Tenggara Barat

Abdul Haris Rustaman

Universitas Trilogi

aharisrustaman@trilogi.ac.id

ABSTRACT

The legend of Wadu Ntanda Rahi is a local story of the Bima region of West Nusa Tenggara that is wise with mine values and culture. Wadu ntanda rahi describes a wife's loyalty towards her husband, but eventually it becomes a stone. He became a stone because he wanted to perpetuate his love and loyalty to the husband who had wandered and drowned in the vast ocean. Wadu Ntanda Rahi itself means a stone-shaped woman looking at her husband (male). In the Bima community itself the term legend of Wadu Ntanda Rahi is quite well known, but not all young people know about the story details and moral messages contained therein. Animated film is an appropriate medium to introduce the story of wadu ntanda rahi legend to the younger generation. The development of animated films is currently rapidly allowing the delivery to be more interesting with the use of 3D (three-dimensional) techniques. The results of this design in the form of a 3D animated film of Wadu Ntanda Rahi Legend, shows that this spectacle is able to provide information about the story of Wadu Ntanda Rahi Legend who are wise about moral messages, character and loyalty to the younger generation of the people of Bima.

Keywords: *Animated films, Legend of Wadu Ntanda Rahi, Bima Folklore.*

ABSTRAK

Legenda Wadu Ntanda Rahi merupakan cerita lokal daerah Bima Nusa Tenggara Barat yang arif dengan nilai moral dan budi pekerti. Wadu ntanda rahi menggambarkan kesetiaan seorang istri terhadap suami, namun akhirnya menjadi batu. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas. Wadu Ntanda Rahi sendiri berarti wanita berbentuk batu memandang suami (lelaki). Di masyarakat bima sendiri istilah legenda wadu ntanda rahi cukup dikenal, namun tidak semua generasi muda mengetahui tentang detail cerita dan pesan moral yang terkandung di dalamnya. Film animasi merupakan sebuah media yang tepat untuk memperkenalkan cerita legenda wadu ntanda rahi kepada generasi muda. Perkembangan film animasi saat ini semakin pesat memungkinkan penyampaian menjadi semakin menarik dengan pemanfaatan teknik 3D (tiga dimensi). Hasil dari perancangan ini berupa film animasi 3D legenda wadu ntanda rahi, menunjukkan bahwa tontonan ini mampu memberikan informasi tentang cerita legenda wadu ntanda rahi yang arif akan pesan moral, budi pekerti dan kesetiaan kepada generasi muda masyarakat bima.

Kata Kunci: Film animasi, Legenda Wadu Ntanda Rahi, Cerita Rakyat Bima.

PENDAHULUAN

Bima, Nusa Tenggara Barat sesungguhnya kaya akan cerita-cerita rakyat dimana hal tersebut merupakan kisah-kisah agung sebagai pelajaran moral dan budi pekerti. Cerita-cerita itu tersebar diseluruh lapisan masyarakat Bima yang sejak dulu telah dijadikan "Dongeng Sebelum Tidur" oleh para pendahulu kita. Namun akhir-akhir ini kisah-kisah itu nyaris tidak sampai ke telinga generasi-generasinya. Legenda 'Wadu Ntada Rahi' yang menceritakan petualangan cinta dan kesetiaan dua anak manusia. Sang suami tenggelam bersama cita-cita yang tinggi dan mulia. Sedangkan isterinya mengabdikan diri dan cintannya hingga menjadi batu. Dalam penceritaan legenda 'Wadu Ntanda Rahi' terdapat nilai-nilai kebaikan, budi pekerti, pesan-pesan moral dan kesetiaan yang terkandung dalam cerita yang dapat kita teladani dalam mengarungi kehidupan ini.

Globalisasi juga telah banyak mempengaruhi peradaban masyarakat dan generasi. Norma atau nilai-nilai kebaikan yang seharusnya dijalankan kini telah banyak ditinggalkan, salah satunya adalah tentang kesetiaan. Hal tersebut bisa kita amati dari berbagai permasalahan dimasyarakat yang beranekaragam. Adanya perselingkuhan lalu berakhir pada perceraian. Sebagian besar hal tersebut terjadi karena hilangnya nilai-nilai cinta dan kesetiaan kesetiaan.

Cerita 'Wadu Ntanda Rahi' sangatlah cocok untuk memberikan pelajaran moral tentang nilai-nilai kesetiaan serta tatanan norma yang perlu dipertahankan dalam menghadapi transformasi budaya yang menglobal saat ini.

Cerita rakyat merupakan bagian dari kekayaan budaya dan sejarah yang dimiliki setiap bangsa. Jika digali dengan sungguh-sungguh, negeri kita memiliki sangat banyak cerita rakyat. Cerita rakyat dapat diartikan sebagai ekspresi budaya suatu masyarakat melalui bahasa tutur yang berhubungan langsung dengan berbagai aspek budaya dan susunan nilai sosial masyarakat tersebut (Albert, 2003). Dahulu, cerita rakyat diwariskan secara turun-menurun dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam masyarakat tertentu. Tetapi saat ini cerita-cerita rakyat sudah banyak dibukukan dengan harapan cerita-cerita rakyat ini bisa terus diturunkan kepada generasi-generasi berikutnya.

Tetapi saat ini generasi muda sudah mulai kurang meminati cerita-cerita rakyat karena dianggap tidak relevan lagi dengan perkembangan zaman pada era globalisasi yang serba mutakhir dan modern ini. Padahal begitu banyak pesan-pesan moral yang tersimpan dibalik cerita cerita rakyat. Jika dulu cerita rakyat pernah mengalami masa kejayaan dan sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat, namun kenyataannya sekarang cerita rakyat itu sudah mulai ditinggalkan atau telah kehilangan pamor di tengah-tengah masyarakat (Anonymous, Antara. 2008). Padahal cerita rakyat adalah warisan budaya yang harus dijaga dan dilestarikan.

Perkembangan perfilman yang trend dibicarakan akhir-akhir ini adalah film animasi. Animasi atau yang biasa dikenal film animasi adalah sejenis film dengan proses pembuatan berbahan mentah gambar tangan lalu diolah menjadi gambar bergerak. Pada awal

penemuannya, film animasi dibuat dari berlembar-lembar kertas gambar yang kemudian “diputar” sehingga muncul efek gambar bergerak. Dengan bantuan komputer grafis pembuatan film animasi menjadi jauh lebih mudah dan cepat. Anggaran juga menjadi lebih murah.

Berangkat dari hal tersebut di atas, sebuah cerita rakyat karangan *Alan Malingi* yang berjudul ‘Wadu Ntanda Rahi’ seperti yang diuraikan sebelumnya bahwa dalam keyakinan masyarakat bima keberadaan *wadu* (batu) tersebut banyak terdapat diseluruh pelosok Bima. Di satu sisi masyarakat *Sanggar* meyakini bahwa disanalah tempat kejadian ‘Wadu Ntanda Rahi’. Demikian pula Desa Nata, Wera, Sape Karumbu dan Kelurahan Bedi (Gunung Dua – Kota Bima). Namun inti atau hakikat ceritanya hanyalah satu yaitu tentang kesetiaan seorang istri dalam mengarungi bahtera hidup berumah tangga. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas.

Hal yang menarik dari legenda tersebut adalah masyarakat Bima meyakini bahwa itulah ‘Wadu Ntanda Rahi’ yang berdiri di atas sebuah bukit sambil memandangi ke lautan lepas yang merupakan sosok seorang wanita yang setia dan senantiasa manantikan kepulangan sang suami tercinta. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas.

Menurut penulis Tugas Akhir, cerita ‘Wadu Ntanda Rahi’ tersebut sangat berpotensi sekali untuk dibuatkan sebuah film animasi 3D.

Penulis tertarik untuk mengangkat cerita tersebut karena pesan yang disampaikan memuat tentang nilai kesetiaan, norma dan budi pekerti luhur. Selain itu adalah untuk mengetahui mitos Legenda ‘Wadu Ntanda Rahi’ karena selama ini sebagian besar masyarakat Bima belum mengetahui cerita dari legenda tersebut.

KAJIAN TEORI

Film Animasi sebagai media pengenalan.

Animasi berasal dari kata *Anima* (Latin) yang berarti jiwa, hidup, semangat, atau nyawa. Jadi animasi bisa diartikan juga gambar 2 dimensi yang seolah-olah bergerak, karena kemampuan otak untuk selalu menyimpan/mengingat gambar yang terlihat sebelumnya. (Seamolec, Seamolec Blender Ganesha. 2008).

Animasi yang digunakan dalam sebagai media pengenalan cerita legenda wadu ntada rahi ini menggunakan Animasi Digital (*Digital Animation*). Pengerjaannya lebih banyak menggunakan komputer dengan pertimbangan kemudahan efisiensi dan murah. Selanjutnya adalah keterampilan mendesign objek dan karakter agar sesuai dengan cerita. Pembuatan film animasi ini terdiri dari perancangan storyline, storyboard, karakter, aset, latar, setting, editing film animasi dan distribusi pada penonton.

Cerita Wadu Ntanda Rahi

‘Wadu Ntanda Rahi’, kalimat tersebut terdiri atas 3 kata yaitu *Wadu*, *Ntanda*, dan *Rahi*. Jika diartikan satu per satu *Wadu* bisa diartikan sebagai batu. *Ntanda* bisa diartikan sebagai melihat atau memandangi, sedangkan *Rahi* bisa diartikan sebagai Suami. Secara keseluruhan dalam konsep penggabungan

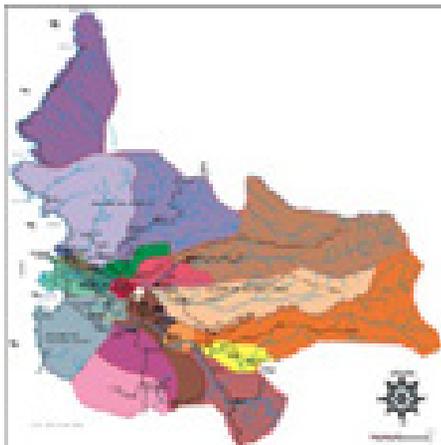
dan penyesuaian bahasa Bima ke Bahasa Indonesia 'Wadu Ntanda Rahi' berarti batu atau sebuah batu yang memandangi sang suami.

Dalam penceriteraannya legenda 'Wadu Ntanda Rahi' yang selama ini tersebar di masyarakat 'Dana Mbojo' (Rakyat Bima) hanya dari mulut ke mulut, sumber yang pasti akan keberadaan lokasi yang sebenarnya hampir sama antara satu daerah dan daerah yang lain, ada yang mengatakan bahwa Legenda Wadu Ntanda Rahi terdapat di Desa Wera, ada juga yang berpendapat bahwa keberadaan Wadu Ntanda Rahi yaitu di Gunung Dua yaitu sebuah gunung yang terletak di tengah kota Bima di kelurahan Bedi. Berikut adalah peta keberadaan 'Wadu Ntanda Rahi' di Kota Bima.

Beberapa diantaranya yang dapat penulis dokumentasikan dari beberapa bukti yang ada antara lain dapat diperhatikan pada foto-foto berikut.



Gambar 2. 'Wadu Ntanda Rahi' Desa Wera
Sumber: Rustaman, 2013



Gambar 1. Peta Kota Bima
Sumber: <https://petatematikindo.wordpress.com/2015/03/22/administrasi-kota-bima/>

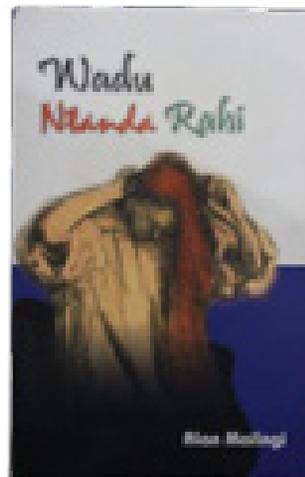


Gambar 3. 'Wadu Ntanda Rahi' Gunung Dua
Sumber: Rustaman, 2013

Jika diperhatikan dari beberapa foto yang ada bentuk dari Wadu Ntanda Rahi tersebut tidaklah semirip seorang wanita, hanya saja jika lihat dari struktur batu dan lokasi keberadaannya, masyarakat Bima meyakini bahwa itulah 'Wadu Ntanda Rahi' yang berdiri di atas sebuah bukit sambil memandangi ke lautan lepas yang merupakan sosok seorang wanita yang setia dan senantiasa manantikan kepulangan sang suami tercinta. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas.

Cerita tentang legenda 'Wadu Ntanda Rahi' yang diketahui oleh masyarakat Bima selama ini ada 2 versi yaitu secara lisan penceriteraannya dari mulut ke mulut, dimana dikatakan sebelumnya bahwa 'Wadu Ntanda Rahi' merupakan sebuah sosok seorang wanita yang setia menanti sang suami. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan lepas. Selain itu penceriteraannya legenda ini juga beredar dari sebuah Novel karangan *Alan Malingi*, di dalam novel tersebut selain menceritakan tentang legenda 'Wadu Ntanda Rahi' juga lebih menggambarkan tentang peradaban masyarakat Bima tempo dulu dengan mencerminkan nilai-nilai kekeluhuran serta menjunjung tinggi norma-norma adat istiadat yang berlaku.

Alan Malingi, Seorang penulis buku yang berasal dari Bima berusaha menguraikan kisah 'Wadu Ntanda Rahi' dalam alunan bahasa yang sangat menarik serta mengambil setting tempat di bukit Bedi Kota Bima.



Gambar 4. Novel *Wadu Ntanda Rahi*
Sumber: *Rustaman, 2019*

Dari negeri Bima dimana dulu lahirlah 2 anak manusia yaitu La Nggusu dan La Nggini. Mata pencaharian mereka sehari-hari adalah bertani dan berladang, setiap hari La Nggusu dan La Nggini di ajarkan oleh orang tua dan paman mereka bertani dan berladang. Di sinilah kedua insan itu bertemu, sampai pada akhirnya mereka menikah. Sekarang La Nggusu dan Langgini membina rumah tangga yang baru dan tidak bergantung lagi pada orang tuanya. Mereka memiliki gubuk sederhana tempat hidup berdua. Untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, selain berladang La Nggusu juga melaut (mencari ikan di laut). Dalam perjalanannya tersebut, terbesit sebuah keinginan La Nggusu ia ingin berlayar mengarungi lautan lepas mencari ilmu dan pengalaman yang banyak. Keinginannya tersebut ia sampaikan pada pada sang istri tercinta bahwa ia akan pergi berlayar. Namun, sang isteri tidak mengizinkan, karena ia menghawatirkan keselamatan La Nggusu di lautan lepas nanti. Setiap hari

La Nggusu membujuk La Nggini, karena keinginan yang tak terbendung dari sang Suami La Nggini tak bisa menahannya lagi, ia pun merelakan La Nggusu untuk berlayar. Sebelum La Nggusu berangkat, ia diberikan (pasapu monca) sapu tangan kuning oleh La Nggini (Jika Sa'e Rindu dengan Ari di perantauan nanti, simpanlah sapu tangan ini yang bisa mengobati kerinduan Kakanda), ia memeluk sang isteri dengan erat, bercucuran air mata membasahi kedua insan yang sebentar lagi akan berpisah tersebut. La Nggusu pun berangkat. Impiannya selama ini untuk mengarungi lautan lepas mencari pengalaman dari satu negeri ke negeri lainnya terwujud. Bertahun-tahun sang suami merantau, namun tak sekalipun memberi kabar tentang dirinya. Sang Istri tetap setia menunggu kepulangan La Nggusu. Setiap hari ia hanya menghabiskan waktu menunggu dan mencari kabar di pelabuhan. Namun berita tentang suaminya tak kunjung datang. Suatu hari La Nggusu pun kembali dari perantauan. Dalam perjalanan pulang di tengah laut ia menghadapi ombak, badai, dan petir yang hebat. Ia tak mampu menyelamatkan dirinya. Kapal yang ditumpanginya terombang ambing ia pun tenggelam, namun sebelum ia tenggelam, seekor merpati terbang menghampiri La Nggusu mengambil sapu tangan kuning yang digenggamnya dan terbang membawanya ke La Nggini, mengisyaratkan bahwa La Nggusu tidak akan kembali lagi, namun ia tidak percaya kemudian lari ke atas bukit dan duduk termenung sambil memandangi lautan lepas sambil mengikrarkan sebuah kalimat yang pernah diucapkan kepada La Nggusu dulu "Wahai Tuhan

Pencipta, segala yang ada dan Tiada. Hanya kepadamu tumpuan harapan yang terakhir, abadikanlah diriku dalam wujud yang lain sesuai kehendakmu. Untuk menjadi kenangan abadi dari generasi ke generasi. Agar kelak mereka mengetahui bahwa bukit ini pernah ada wanita yang menanti kedatangan suaminya. Setelah itu bawalah rohku untuk bersatu dengan roh suamiku keharibaan-Mu". Lalu ia duduk dan terus menangis, sedikupun ia tak bergerak bagaikan orang yang bertapa. Halilintar dan Hujan badai datang, beberapa hari kemudian hujan pun reda. Seluruh penduduk di kaki bukit berbondong-bondong naik ke bukit. Mereka mencari La Nggini. Bukan La Nggini yang ditemukan namun mereka terhenyak melihat Batu. La Nggini telah menjadi Batu. "Wadu...!!! " jerit salah seorang. Ntanda Rahi yang lain pun menyambung. (Batu yang terus mengenang dan memandang suaminya).

Dibuatnya cerita rakyat dalam film animasi tiga dimensi ini adalah untuk memberikan gambaran dari mitos 'wadu ntanda rahi' tentang asal-usul 'Wadu Ntanda Rahi' khususnya kepada masyarakat bima yang memang selama ini masih banyak yang belum tahu tentang cerita atau legenda tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumen/teks, studi sejarah, observasi alami, serta wawancara terhadap narasumber. Wawancara, yaitu dilakukan pada beberapa warga yang mengetahui cerita Legenda 'Wadu Ntanda Rahi' sebagai

narasumber tentang cerita legenda 'Wadu Ntanda Rahi', informasi diperoleh dari komunitas GONG STKIP Bima dan Bapak M. Nor, S.Sn yaitu Guru Kesenian SDN 39 Kota Bima, berkaitan dengan karakter dalam cerita, gambaran kehidupan dalam legenda. Observasi dan dokumentasi, yaitu melakukan pengamatan terhadap masyarakat yang berkaitan secara langsung, dalam hal ini masyarakat sekitar tempat tinggal dan orang-orang terdekat penulis yaitu penduduk asli Bima. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil beberapa gambar atau foto *wadu* (batu) Wadu Ntanda Rahi di beberapa daerah yang ada di Bima. Studi Literatur, yaitu dengan cara mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan proses mendesain animasi 3 dimensi pada buku-buku tentang teknik animasi 3 dimensi. Buku lain yang menjadi referensi penulis adalah Novel Wadu Ntanda Rahi karangan *Alan Malingi*. Referensi dari internet digunakan sebagai informasi pendukung untuk melengkapi data tentang keberadaan terjadinya legenda 'Wadu Ntanda Rahi' berupa pendapat-pendapat, referensi film animasi, musik, *sound effect*, juga untuk mencari berbagai teori dan istilah yang dipergunakan. Selanjutnya, data dianalisis sebagai bahan dalam perancangan media untuk dijadikan rumusan dalam mengambil kesimpulan.

TARGET FILM ANIMASI

Target sasaran dari film yang dibuat adalah untuk masyarakat Bima khususnya dengan usia rata-rata 18-35 tahun. Film lebih menceritakan tentang kesetiaan, artinya dengan rentan usia tersebut sudah siap untuk memahami nilai-nilai kesetiaan yang terkandung dalam cerita. Umumnya

yaitu untuk Seluruh masyarakat dan semua umur pria dan wanita, berkemampuan menangkap pesan secara audio dan visual. Karena film animasi semacam ini semua orang sebenarnya mengerti dan masih bisa menikmati.

HASIL DAN DISKUSI

Bagian ini membahas tentang film animasi legenda wadu ntanda rahi yang telah dibuat dalam kerangka *storyline* dan *storyboard* sampai dengan respons *user* sebagai penonton legenda wadu ntanda rahi.

STORYLINE

Cerita diawali oleh kehidupan dua insan yang baru saja membina rumah tangga yang satu bernama La Nggini dan yang satunya lagi bernama La Nggusu. La Nggini adalah sosok istri yang setia arif dan bijaksana sedangkan La Nggusu adalah sosok suami yang bekerja keras serta juga pantang menyerah. Mereka tinggal di sebuah 'Uma Haju' (Rumah Panggung) yang sederhana. Dalam menjalani kehidupan mereka sangat menjunjung tinggi falsafah negeri yaitu 'Maja Labo Dahu' yang memiliki makna malu dan takut untuk melakukan hal-hal yang bertentangan dengan adat istiadat, moral dan etika. Dan 'Nggahi Rawi Pahu' yang berarti satu kata dan perbuatan dalam menjalani kehidupan.

Mata pencaharian La Nggusu dan keluarga sehari-hari adalah berladang dan melaut, begitulah gambaran kehidupan masyarakat Bima tempo dulu.

Tak lama mereka menjalani kehidupan berumah tangga, terbesit sebuah keinginan La Nggusu untuk merantau dan berlayar ke negeri Goa Makasar. Niat tersebut disampaikan kepada sang istri. Namun istri tidak mengizinkannya. Setiap hari La Nggusu membujuk La Nggini, sampai suatu hari istri pun tak kuasa menahannya terus karena keinginan yang kuat untuk mencari pengalaman dan ilmu yang lebih demi membangun negeri tercinta.

Sebelum berangkat, kedua insan tersebut membuat satu janji yang akan selalu mereka ingat dimanapun mereka berada. La Nggusu berpesan kepada La Nggini untuk selalu setia kepadanya. La Nggini pun membalas pesan tersebut dengan mengikrarkan sebuah sumpah yaitu "Aku akan menjadi batu jika sebiji zarah pun pendirianku bimbang dan goyah dan jika sa'e tidak kembali selama-lamanya biarlah dunia akan berbica dan bercerita, biarlah bumi ini yang akan menjadi saksi apapun yang aku lakukan sebagai wujud cinta dan kesetiaanku kepadamu". Selanjutnya diberikannya sapu tangan kuning kepada 'La Nggusu' untuk menjadi kenangan di negeri rantau nantinya. 'La Nggusu' pun menerima sapu tangan tersebut. "Terima kasih ari, sapu tangan ini akan selalu sa'e simpan"

Esok hari La Nggini mengantar La Nggusu ke Pelabuhan. Sebelum sang suami berangkat La Nggini mecium tangan sang suami. Suasana semakin terharu dan sedih.

Sudah beberapa minggu La Nggusu meninggalkan kampung halaman, namun sedikit pun tidak memberikan kabar berita. Sang istri hanya bisa menanti

kabar namun kabar yang di tunggu tak kunjung datang. Ia hanya menghabiskan waktunya untuk duduk menunggu di dermaga pelabuhan.

Minggu berganti bulan, bulan berganti tahun sang suami pun kembali dari rantauan. Cuaca yang buruk menemani perjalanannya saat La Nggusu berlayar ditengah lautan lepas, ombak dan badai terus menerpa setiap laju kapal yang mereka tumpangi. Satu-satunya harapan mereka hanya bisa memohon pertolongan dari sang Tuhan Pencipta. Namun takdir berkehendak lain tak lama kemudian kapal mengalami goncangan yang hebat sampai akhirnya La Nggusu dan awak kapalnya pun tenggelam di lautan. Satu-satunya yang dapat ia selamatkan hanyalah sapu tangan kuning yang diberikan oleh sang istri kepadanya.

Beberapa saat kemudian datang seekor merpati terbang menghampiri La Nggusu, kemudian La Nggusu memberikan sapu tangan tersebut kepada merpati untuk dibawakan ke istrinya yang mengisyaratkan bahwa ia telah tenggelam di lautan lepas.

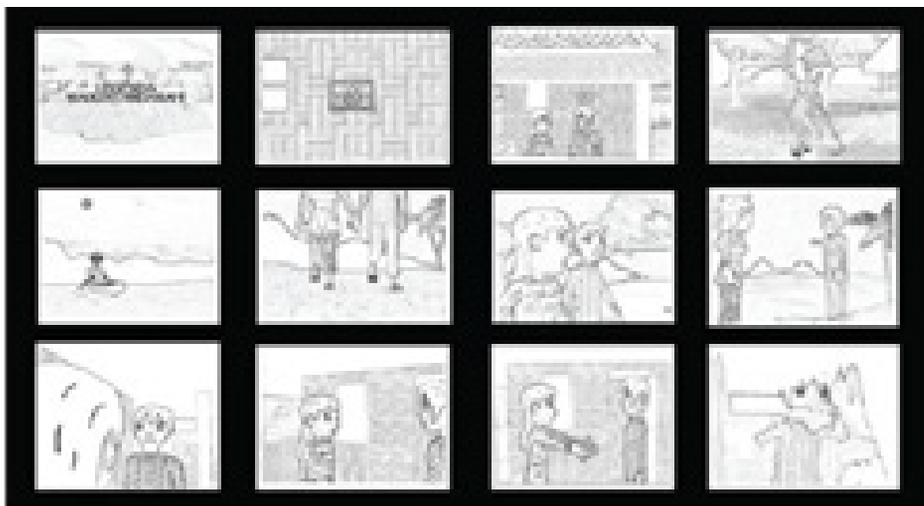
Terbanglah seekor merpati tersebut membawanya. Merpati menghapiri La Nggini dan memberikan sapu tangan tadi. La Nggini terkejut saat melihat sapu tangan tersebut, lalu ia mengambilnya. Ia tidak percaya dengan isyarat yang disampaikan oleh sang merpati akan suami yang telah tenggelam. Hanya bisa menangis meratapi keadaan. Beberapa saat setelah itu ia berlari menuju salah bukit dan naik ke bukit itu. Duduk diatas sebuah batu memandang ke lautan lepas, berharap bisa melihat sang suami kembali lagi. Terus menangis sambil mengucap

sumpah yang pernah dikatakan kepada sang suami dulu “Wahai Tuhan pencipta, segala yang ada dan tiada. Hanya padamu tumpuan harapan terakhir. Abadikanlah diriku dalam wujud yang lain sesuai kehendakmu untuk menjadi kenangan abadi dari generasi ke generasi agar kelak mereka mengetahui bahwa dibukit ini pernah ada wanita yang menanti kedatangan suaminya, setelah itu bawalah roh ku untuk bersatu dengan dengan roh suamiku keharibaan-Mu. Badai, topan, halilintar tak kunjung berhenti, tak lama kemudian keadaan La Nggini semakin kaku, sampai akhirnya ia berubah menjadi batu.

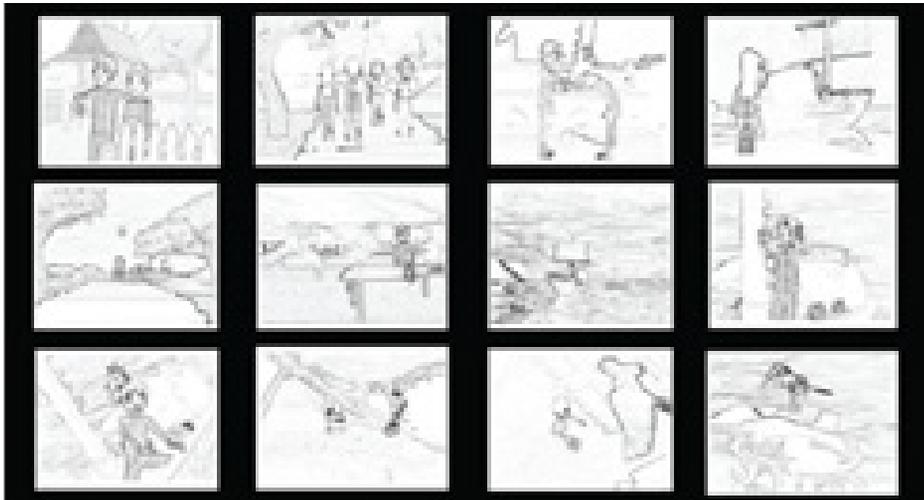
Beberapa hari kemudian hujan pun reda. Seluruh penduduk di kaki bukit berbondong-bondong naik ke bukit. Mereka mencari La Nggini. Bukan La Nggini yang ditemukan namun mereka terhenyak melihat Batu. La Nggini telah menjadi Batu. “Wadu...!!! ” jerit salah seorang. Ntanda Rahi yang lain pun menyambung. (Batu yang terus mengengang dan memandang suaminya).

STORYBOARD

Storyboard film legenda wadu ntanda rahi disusun dalam bentuk panel sesuai alur yang telah dicitakan pada bagian *storyline*.



Gambar 5. Panel storyboard animasi legenda wadu ntanda rahi pertama
Sumber: Rustaman, 2019



Gambar 6. Panel storyboard animasi legenda wadu ntanda rahi kedua
Sumber: Rustaman, 2019



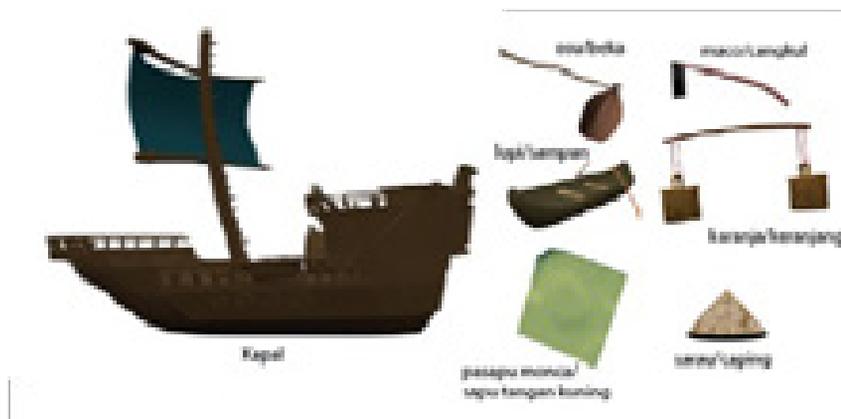
Gambar 7. Panel storyboard animasi legenda wadu ntanda rahi ketiga
Sumber: Rustaman, 2019

Digitalisasi, *Editing*, dan Publikasi Video

Proses digitalisasi dimulai dengan perancangan karakter menggunakan software 3D blender untuk selanjutnya dianimasikan. *Editing* video menggunakan aplikasi editing video adobe premiere sehingga siap dipublikasikan.



Gambar 8. Cover film animasi legenda wadu ntanda rahi
Sumber: Rustaman, 2019



Gambar 9. Aset film wadu ntanda rahi
Sumber: Rustaman, 2019

Analisis Pesan Legenda Wadu Ntanda Rahi.

Legenda wadu ntanda rahi arif akan pesan moral dan budaya yang terkandung di dalam ceritanya, berdasarkan analisis penulis makna pesan dari cerita tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Pesan Moral Dalam Cerita Wadu Ntanda Rahi Oleh Penulis

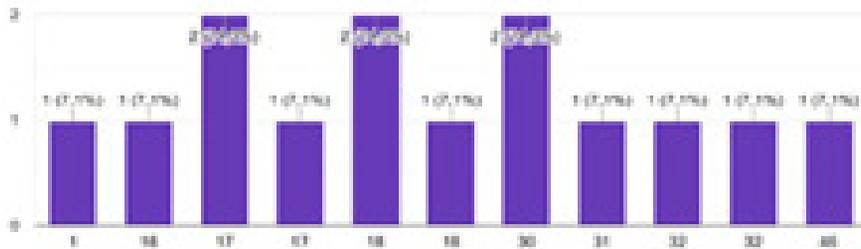
Pesan	Deskripsi
Perangai	Secara sifat dua karakter utama yang diceritakan dalam legenda ini 'La Nggini' (Istri) ramah dalam bertutur kata terhadap suami, legowo/sabar, ikhlas terhadap keputusan yang diambil suami. Sedangkan 'La Nggusu' (Suami) dengan perangai yang tegas dalam mengambil keputusan, sopan dalam bertutur kata terhadap istri. Dalam penceriteraannya mereka saling menyayangi satu sama lain.
Sopan Santun	Komunikasi yang digunakan dalam bercakap antara dua karakter dalam cerita mengedepankan sopan santun, hal ini menunjukkan budaya bahasa dalam keseharian masyarakat Bima.
Kesetiaan	Sosok 'La Nggini' yang dalam cerita biasa di panggil 'Ari' yaitu panggilan sayang Suami kepada Istri. 'La Nggini' dengan sabarnya menanti kedatangan sang suami dari perantauan.
Konsistensi	Ikrar atau sumpah yang telah diucapkan oleh 'La Nggini' akan kesetiaan terhadap sang suami (La Nggusu) tercinta, adalah sebuah ketepatan janji konsistensi dalam bertindak.

Sumber: Rustaman, 2019

Respons masyarakat terhadap tontonan legenda wadu ntanda rahi dapat dilihat pada grafik berikut ini.

Umur

14 tanggapan



Gambar 9. Usia responden pengisi kuesioner
Sumber: Rustaman, 2019

Apakah sebelumnya anda pernah mendengar tentang wadu ntanda rahi?

14 tanggapan



Gambar 9. Usia responden pengisi kuesioner
Sumber: Rustaman, 2019

Apakah anda memahami cerita dalam film animasi legenda wadu ntanda rahi?

12 tanggapan



Kurang Memahami

Sangat Memahami

Penyampai dalam keul pekeri lahar (sambaaja) (komunikasi, bahasa, dan perilaku dalam cerita)



Gambar 9. Usia responden pengisi kuesioner
Sumber: Rustaman, 2019

La Nggini (istri) setia menunggu suami (La Nggusu) dari penantian.



Gambar 9. Usia responden pengisi kuesioner
Sumber: Rustaman, 2019

La Nggini (istri) patuh dan taat terhadap perkataan suami (La Nggusu).



Gambar 9. Usia responden pengisi kuesioner
Sumber: Rustaman, 2019

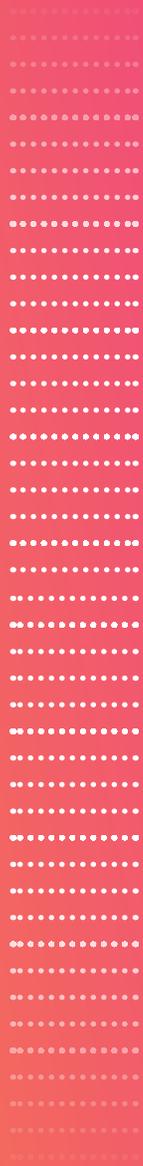
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Legenda wadu ntada rahi adalah salah satu folklor yang berkembang di masyarakat Bima Nusa Tenggara Barat, kisah wadu ntada rahi dalam novel *Karang Alan Malingi* memberikan bekas kepada pembaca tentang tatanan nilai dan norma yang melekat dalam budaya masyarakat Bima dalam berkomunikasi secara sopan dan santun, teladan bagi masyarakat dalam berumah tangga dengan menjunjung tinggi nilai kesetiaan, serta konsistensi dalam berbagai tindakan yang positif.

REFERENSI

- Malingi, Alan. *Wadu Ntanda Rahi*. Bima: Maharani Persada, 2007.
- Seamolec. *Seamolec Blender Ganesha*. Bandung: Seamolec FSRD ITB NIRAGA STUDIO for EDUNIMATION, 2012.





PROSIDING ANIMAKINI 2019

**Fakultas Seni Rupa
Institut Kesenian Jakarta**

JL. Cikini Raya No. 73, Taman Ismail Marzuki,
Jakarta Pusat 10330
T. 021-3901965, 3929205
F. 021-3915225
www.senirupaikj.ac.id

ISBN 978-602-9335-39-2



9 786029 335392

FILM ANIMASI SEBAGAI MEDIA PENGENALAN KEARIFAN CERITA LOKAL “LEGENDA WADU NTANDA RAHI” DAERAH BIMA - NUSA TENGGARA BARAT

Abdul Haris Rustaman

Universitas Trilogi
aharisrustaman@trilogi.ac.id

ABSTRACT

The legend of Wadu Ntanda Rahi is a local story of the Bima region of West Nusa Tenggara that is wise with moral values and culture. Wadu ntanda rahi describes a wife's loyalty towards her husband, but eventually it becomes a stone. He became a stone because he wanted to perpetuate his love and loyalty to the husband who had wandered and drowned in the vast ocean. Wadu Ntanda Rahi itself means a stone-shaped woman looking at her husband (male). In the Bima community itself the term legend of Wanda Nanda Rahi is quite well known, but not all young people know about the story details and moral messages contained therein. Animated film is an appropriate medium to introduce the story of wadu ntanda rahi legend to the younger generation. The development of animated films is currently rapidly allowing the delivery to be more interesting by utilizing 3D animation. The published animation of wanda ntanda rahi legend shows that this spectacle is able to give a story about wadu ntanda rahi legend that is wise of moral messages, character and loyalty to the younger generation and the bima community who watch it.

Keywords: Animated films, Legend of Wadu Ntanda Rahi, Bima Folklore.

ABSTRAK

Legenda Wadu Ntanda Rahi merupakan cerita lokal daerah Bima Nusa Tenggara Barat yang arif dengan nilai moral dan dan budipekerti. Wadu ntanda rahi menggambarkan kesetiaan seorang istri terhadap suami, namun akhirnya menjadi batu. Ia menjadi batu karena ingin mengabadikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas. Wadu Ntanda Rahi sendiri berarti wanita berbentuk batu memandangi suami (lelaki). Di masyarakat bima sendiri istilah legenda wadu ntanda rahi cukup dikenal, namun tidak semua generasi muda mengetahui tentang detail cerita dan pesan moral yang terkandung di dalamnya. Film animasi merupakan sebuah media yang tepat untuk memperkenalkan cerita legenda wadu ntanda rahi kepada generasi muda. Perkembangan film animasi saat ini semakin pesat memungkinkan penyampaian menjadi semakin menarik dengan memanfaatkan animasi 3D. Animasi legenda wadu ntanda rahi yang telah terpublikasi menunjukkan bahwa tontonan ini mampu memberikan tentang cerita legenda wadu ntanda rahi yang arif akan pesan moral, budi pekerti dan kesetiaan kepada generasi muda dan masyarakat bima yang menontonnya.

Kata Kunci: Film animasi, Legenda Wadu Ntanda Rahi, Cerita Rakyat Bima.

PENDAHULUAN

Bima, Nusa Tenggara Barat sesungguhnya kaya akan cerita-cerita rakyat dimana hal tersebut merupakan kisah-kisah agung sebagai pelajaran moral dan budi

pekerti. Cerita-cerita itu tersebar diseluruh lapisan masyarakat Bima yang sejak dulu telah dijadikan “Dongeng Sebelum Tidur” oleh para pendahulu kita. Namun akhir-akhir ini kisah-kisah itu nyaris tidak sampai ke telinga generasi-generasinya. Legenda ‘Wadu Ntada Rahi’ yang menceritakan petualangan cinta dan kesetiaan dua anak manusia. Sang suami tenggelam bersama cita-cita yang tinggi dan mulia. Sedangkan isterinya mengabdikan diri dan cintannya hingga menjadi batu. Dalam penceritaan legenda ‘Wadu Ntada Rahi’ terdapat nilai-nilai kebaikan, budi pekerti, pesan-pesan moral dan kesetiaan yang terkandung dalam cerita yang dapat kita teladani dalam mengarungi kehidupan ini.

Globalisasi juga telah banyak mempengaruhi peradaban masyarakat dan generasi. Norma atau nilai-nilai kebaikan yang seharusnya dijalankan kini telah banyak ditinggalkan, salah satunya adalah tentang kesetiaan. Hal tersebut bisa kita amati dari berbagai permasalahan dimasyarakat yang beranekaragam. Adanya perselingkuhan lalu berakhir pada perceraian. Sebagian besar hal tersebut terjadi karena hilangnya nilai-nilai cinta dan kesetiaan kesetiaan.

Cerita ‘Wadu Ntada Rahi’ sangatlah cocok untuk memberikan pelajaran moral tentang nilai-nilai kesetiaan serta tatanan norma yang perlu dipertahankan dalam menghadapi transformasi budaya yang menglobal saat ini.

Cerita rakyat merupakan bagian dari kekayaan budaya dan sejarah yang dimiliki setiap bangsa. Jika digali dengan sungguh-sungguh, negeri kita memiliki sangat banyak cerita rakyat. Cerita rakyat dapat diartikan sebagai ekspresi budaya suatu masyarakat melalui bahasa tutur yang berhubungan langsung dengan berbagai aspek budaya dan susunan nilai sosial masyarakat tersebut (Albert, 2003). Dahulu, cerita rakyat diwariskan secara turun-menurun dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam masyarakat tertentu. Tetapi saat ini cerita-cerita rakyat sudah banyak dibukukan dengan harapan cerita-cerita rakyat ini bisa terus diturunkan kepada generasi-generasi berikutnya.

Tetapi saat ini generasi muda sudah mulai kurang meminati cerita-cerita rakyat karena dianggap tidak relevan lagi dengan perkembangan zaman pada era globalisasi yang serba mutakhir dan modern ini. Padahal begitu banyak pesan-pesan moral yang tersimpan dibalik cerita cerita rakyat. Jika dulu cerita rakyat pernah mengalami masa kejayaan dan sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat, namun kenyataannya sekarang cerita rakyat itu sudah mulai ditinggalkan atau telah kehilangan pamor di tengah-tengah masyarakat (Anonimous, Antara. 2008). Padahal cerita rakyat adalah warisan budaya yang harus dijaga dan dilestarikan.

Perkembangan perfilman yang trend dibicarakan akhir-akhir ini adalah film animasi. Animasi atau yang biasa dikenal film animasi adalah sejenis film dengan proses pembuatan berbahan mentah gambar tangan lalu diolah menjadi gambar bergerak. Pada awal penemuannya, film animasi dibuat dari berlembar-lembar kertas gambar yang kemudian “diputar” sehingga muncul efek gambar bergerak. Dengan bantuan komputer grafis pembuatan film animasi menjadi jauh lebih mudah dan cepat. Anggaran juga menjadi lebih murah.

Berangkat dari hal tersebut di atas, sebuah cerita rakyat karangan *Alan Malingi* yang berjudul ‘Wadu Ntada Rahi’ seperti yang diuraikan sebelumnya bahwa dalam keyakinan masyarakat bima keberadaan *wadu* (batu) tersebut banyak terdapat diseluruh pelosok Bima. Di satu sisi masyarakat *Sanggar* meyakini bahwa disanalah tempat kejadian ‘Wadu Ntada Rahi’. Demikian pula Desa Nata, Wera, Sape Karumbu dan Kelurahan Bedi (Gunung Dua – Kota Bima). Namun inti atau hakikat ceritanya hanyalah satu yaitu tentang kesetiaan seorang istri dalam mengarungi bahtera hidup berumah tangga. Ia menjadi batu karena ingin

mengabdikan cinta dan kesetiiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas.

Hal yang menarik dari legenda tersebut adalah masyarakat Bima meyakini bahwa itulah 'Wadu Ntanda Rahi' yang berdiri di atas sebuah bukit sambil memandangi ke lautan lepas yang merupakan sosok seorang wanita yang setia dan senantiasa manantikan kepulangan sang suami tercinta. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas.

Menurut penulis Tugas Akhir, cerita 'Wadu Ntanda Rahi' tersebut sangat berpotensi sekali untuk dibuatkan sebuah film animasi 3D.

Penulis tertarik untuk mengangkat cerita tersebut karena pesan yang disampaikan memuat tentang nilai kesetiaan, norma dan budi pekerti luhur. Selain itu adalah untuk mengetahui mitos Legenda 'Wadu Ntanda Rahi' karena selama ini sebagian besar masyarakat Bima belum mengetahui cerita dari legenda tersebut.

KAJIAN TEORI

Film Animasi sebagai media pengenalan.

Animasi berasal dari kata *Anima* (Latin) yang berarti jiwa, hidup, semangat, atau nyawa. Jadi animasi bisa diartikan juga gambar 2 dimensi yang seolah-olah bergerak, karena kemampuan otak untuk selalu menyimpan/mengingat gambar yang terlihat sebelumnya. (Seamolec, Seamolec Blender Ganesha. 2008).

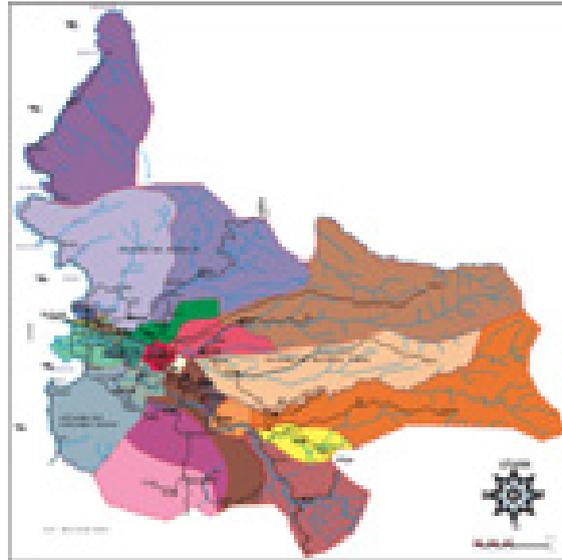
Animasi yang digunakan dalam sebagai media pengenalan cerita legenda wadu ntada rahi ini menggunakan Animasi Digital (*Digital Animation*). Pengerjaannya lebih banyak menggunakan komputer dengan pertimbangan kemudahan efisiensi dan murah. Selanjutnya adalah keterampilan mendesain objek dan karakter agar sesuai dengan cerita. Secara teknis pembuatan film animasi ini terdiri dari perancangan storyline, storyboard, karakter, aset, latar, setting, dubbing, editing film animasi dan distribusi atau publikasi. Batasan yang disampaikan pada paper ini secara garis besarnya saja yaitu storyline, storyboard, karakter dan publikasi.

Cerita Wadu Ntanda Rahi

'Wadu Ntanda Rahi', kalimat tersebut terdiri atas 3 kata yaitu *Wadu*, *Ntanda*, dan *Rahi*. Jika diartikan satu per satu *Wadu* bisa diartikan sebagai batu. *Ntanda* bisa diartikan sebagai melihat atau memandang, sedangkan *Rahi* bisa diartikan sebagai Suami.

Secara keseluruhan dalam konsep penggabungan dan penyesuaian bahasa Bima ke Bahasa Indonesia 'Wadu Ntanda Rahi' berarti batu atau sebuah batu yang memandangi sang suami.

Dalam penceriteraannya legenda 'Wadu Ntanda Rahi' yang selama ini tersebar di masyarakat 'Dana Mbojo' (Rakyat Bima) hanya dari mulut ke mulut, sumber yang pasti akan keberadaan lokasi yang sebenarnya hampir sama antara satu daerah dan daerah yang lain, ada yang mengatakan bahwa Legenda Wadu Ntanda Rahi terdapat di Desa Wera, ada juga yang berpendapat bahwa keberadaan Wadu Ntanda Rahi yaitu di Gunung Dua yaitu sebuah gunung yang terletak di tengah kota Bima di kelurahan Bedi. Berikut adalah peta keberadaan 'Wadu Ntanda Rahi' di Kota Bima.



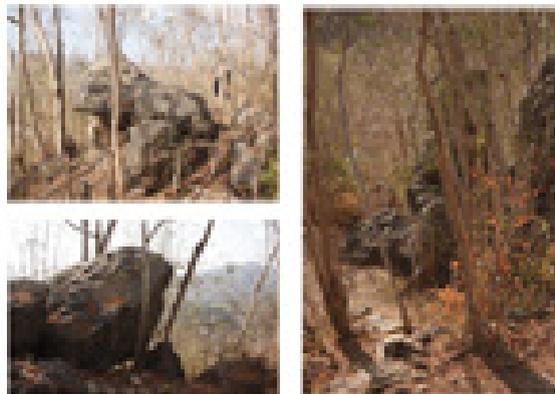
Gambar 1. Peta Kota Bima

Sumber: <https://petatematikindo.wordpress.com/2015/03/22/administrasi-kota-bima/>

Beberapa diantaranya yang dapat penulis dokumentasikan dari beberapa bukti yang ada antara lain dapat di perhatikan pada foto-foto berikut.



Gambar 2. 'Wadu Ntanda Rahi' Wera - Bima
Sumber: Rustaman, 2013



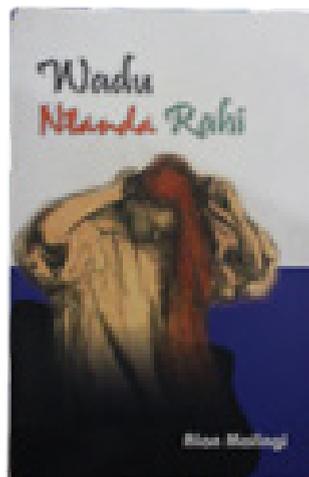
Gambar 3. 'Wadu Ntanda Rahi' Gunung Dua
Sumber: Rustaman, 2013

Jika diperhatikan dari beberapa foto yang ada bentuk dari Wadu Ntanda Rahi tersebut tidaklah semirip seorang wanita, hanya saja jika dilihat dari struktur batu

dan lokasi keberadaannya, masyarakat Bima meyakini bahwa itulah 'Wadu Ntanda Rahi' yang berdiri di atas sebuah bukit sambil memandangi ke lautan lepas yang merupakan sosok seorang wanita yang setia dan senantiasa manantikan kepulangan sang suami tercinta. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan luas.

Cerita tentang legenda 'Wadu Ntanda Rahi' yang diketahui oleh masyarakat Bima selama ini ada 2 versi yaitu secara lisan penceritaan dari mulut ke mulut, dimana dikatakan sebelumnya bahwa 'Wadu Ntanda Rahi' merupakan sebuah sosok seorang wanita yang setia menanti sang suami. Ia menjadi batu karena ingin mengabdikan cinta dan kesetiaannya kepada sang Suami yang telah merantau dan tenggelam di lautan lepas. Selain itu penceritaan legenda ini juga beredar dari sebuah Novel karangan *Alan Malingi*, di dalam novel tersebut selain menceritakan tentang legenda 'Wadu Ntanda Rahi' juga lebih menggambarkan tentang peradaban masyarakat Bima tempo dulu dengan mencerminkan nilai-nilai kekeluhuran serta menjunjung tinggi norma-norma adat istiadat yang berlaku.

Alan Malingi, Seorang penulis buku yang berasal dari Bima berusaha menguraikan kisah 'Wadu Ntanda Rahi' dalam alunan bahasa yang sangat menarik serta mengambil setting tempat di bukit Bedi Kota Bima.



Gambar 4. Novel 'Wadu Ntanda Rahi'
Sumber: Rustaman, 2019

Dari negeri Bima dimana dulu lahirlah 2 anak manusia yaitu La Nggusu dan La Nggini. Mata pencaharian mereka sehari-hari adalah bertani dan berladang, setiap hari La Nggusu dan La Nggini di ajarkan oleh orang tua dan paman mereka bertani dan berladang. Di sinilah kedua insan itu bertemu, sampai pada akhirnya mereka menikah. Sekarang La Nggusu dan Langgini membina rumah tangga yang baru dan tidak bergantung lagi pada orang tuanya. Mereka memiliki gubuk sederhana tempat hidup berdua. Untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, selain berladang La Nggusu juga melaut (mencari ikan di laut). Dalam perjalanannya tersebut, terbesit sebuah keinginan La Nggusu ia ingin berlayar mengarungi lautan lepas mencari ilmu dan pengalaman yang banyak. Keinginannya tersebut ia sampaikan pada pada sang istri tercinta bahwa ia akan pergi berlayar. Namun, sang isteri tidak mengizinkan, karena ia mengawatirkan keselamatan La Nggusu di lautan lepas nanti. Setiap hari La Nggusu membujuk La Nggini, karena keinginan yang tak terbendung dari sang Suami La Nggini tak bisa menahannya lagi, ia pun merelakan La Nggusu untuk berlayar. Sebelum La Nggusu berangkat, ia diberikan (pasapu monca) sapu tangan kuning oleh La Nggini (Jika Sa'e Rindu dengan Ari di

perantauan nanti, simpanlah sapu tangan ini yang bisa mengobati kerinduan Kakanda), ia memeluk sang isteri dengan erat, bercucuran air mata membasahi kedua insan yang sebentar lagi akan berpisah tersebut. La Nggusu pun berangkat. Impiannya selama ini untuk mengarungi lautan lepas mencari pengalaman dari satu negeri ke negeri lainnya terwujud. Bertahun-tahun sang suami merantau, namun tak sekalipun memberi kabar tentang dirinya. Sang Istri tetap setia menunggu kepulangan La Nggusu. Setiap hari ia hanya menghabiskan waktu menunggu dan mencari kabar di pelabuhan. Namun berita tentang suaminya tak kunjung datang. Suatu hari La Nggusu pun kembali dari perantauan. Dalam perjalanan pulang di tengah laut ia menghadapi ombak, badai, dan petir yang hebat. Ia tak mampu menyelamatkan dirinya. Kapal yang ditumpanginya terobang ambing ia pun tenggelam, namun sebelum ia tenggelam, seekor merpati terbang menghampiri La Nggusu mengambil sapu tangan kuning yang digenggamnya dan terbang membawanya ke La Nggini, mengisyaratkan bahwa La Nggusu tidak akan kembali lagi, namun ia tidak percaya kemudian lari ke atas bukit dan duduk termenung sambil memandangi lautan lepas sambil mengikrarkan sebuah kalimat yang pernah diucapkan kepada La Nggusu dulu "Wahai Tuhan Pencipta, segala yang ada dan Tiada. Hanya kepadamu tumpuan harapan yang terakhir, Abadikanlah diriku dalam wujud yang lain sesuai kehendakmu. Untuk menjadi kenangan abadi dari generasi ke generasi. Agar kelak mereka mengetahui bahwa bukit ini pernah ada wanita yang menanti kedatangan suaminya. Setelah itu bawalah roh ku untuk bersatu dengan roh suami ku keharibaanMu". Lalu ia duduk dan terus menangis, sedikpun ia tak bergerak bagaikan orang yang bertapa. Halilintar dan Hujan badai datang, beberapa hari kemudian hujan pun reda. Seluruh penduduk di kaki bukit berbondong-bondong naik ke bukit. Mereka mencari La Nggini. Bukan La Nggini yang ditemukan namun mereka terhenyak melihat Batu. La Nggini telah menjadi Batu. "Wadu...!!! " jerit salah seorang. Ntanda Rahi yang lain pun menyambung. (Batu yang terus mengenang dan memandang suaminya).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumen/teks, studi sejarah, observasi alami, serta wawancara terhadap narasumber. Wawancara, yaitu dilakukan pada beberapa warga yang mengetahui cerita Legenda 'Wadu Ntanda Rahi' sebagai narasumber tentang cerita legenda 'Wadu Ntanda Rahi', informasi diperoleh dari komunitas GONG STKIP Bima dan Bapak M. Nor, S.Sn yaitu Guru Kesenian SDN 39 Kota Bima, berkaitan dengan karakter dalam cerita, gambaran kehidupan dalam legenda. Observasi dan dokumentasi, yaitu melakukan pengamatan terhadap masyarakat yang berkaitan secara langsung, dalam hal ini masyarakat sekitar tempat tinggal dan orang-orang terdekat penulis yaitu penduduk asli Bima. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil beberapa gambar atau foto *wadu* (batu) Wadu Ntanda Rahi di beberapa daerah yang ada di Bima. Studi Literatur, yaitu dengan cara mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan proses mendesain animasi 3 dimensi pada buku-buku tentang teknik animasi 3 dimensi. Buku lain yang menjadi referensi penulis adalah Novel Wadu Ntanda Rahi karangan *Alan Malingi*. Referensi dari internet digunakan sebagai informasi pendukung untuk melengkapi data tentang keberadaan terjadinya legenda 'Wadu Ntanda Rahi' berupa pendapat-pendapat, referensi film animasi, musik, sound *effect*, juga untuk mencari berbagai teori dan istilah yang dipergunakan. Selanjutnya data dianalisis sebagai bahan dalam perancangan media untuk dijadikan rumusan dalam mengambil kesimpulan.

TARGET FILM ANIMASI

Target sasaran dari film yang dibuat adalah untuk masyarakat Bima khususnya dengan usia rata-rata 18-35 tahun. Film lebih menceritakan tentang kesetiaan, artinya dengan rentan usia tersebut sudah siap untuk memahami nilai-nilai kesetiaan yang terkandung dalam cerita. Umumnya yaitu untuk Seluruh masyarakat dan semua umur pria dan wanita, berkemampuan menangkap pesan secara audio dan visual. Karena film animasi semacam ini semua orang sebenarnya mengerti dan masih bisa menikmati.

HASIL DAN DISKUSI

Bagian ini membahas tentang film animasi legenda wadu ntanda rahi yang telah dibuat dalam kerangka storyline dan storyboard sampai dengan respon user sebagai penonton legenda wadu ntanda rahi.

Storyline

Cerita diawali oleh kehidupan dua insan yang baru saja membina rumah tangga yang satu bernama La Nggini dan yang satunya lagi bernama La Nggusu. La Nggini adalah sosok istri yang setia arif dan bijaksana sedangkan La Nggusu adalah sosok suami yang bekerja keras serta juga pantang menyerah. Mereka tinggal di sebuah 'Uma Haju' (Rumah Panggung) yang sederhana. Dalam menjalani kehidupan mereka sangat menjunjung tinggi falsafah negeri yaitu 'Maja Labo Dahu' yang memiliki makna malu dan takut untuk melakukan hal-hal yang bertentangan dengan adat istiadat, moral dan etika. Dan 'Nggahi Rawi Pahu' yang berarti satu kata dan perbuatan dalam menjalani kehidupan.

Mata pencaharian La Nggusu dan keluarga sehari-hari adalah berladang dan melaut, begitulah gambaran kehidupan masyarakat Bima tempo dulu.

Tak lama mereka menjalani kehidupan berumah tangga, terbesit sebuah keinginan La Nggusu untuk merantau dan berlayar ke negeri Goa Makasar. Niat tersebut disampaikan kepada sang istri. Namun istri tidak mengizinkannya.

Setiap hari La Nggusu membujuk La Nggini, sampai suatu hari istri pun tak kuasa menahannya terus karena keinginan yang kuat untuk mencari pengalaman dan ilmu yang lebih demi membangun negeri tercinta.

Sebelum berangkat, kedua insan tersebut membuat satu janji yang akan selalu mereka ingat dimanapun mereka berada. La Nggusu berpesan kepada La Nggini untuk selalu setia kepadanya. La Nggini pun membalas pesan tersebut dengan mengikrarkan sebuah sumpah yaitu "Aku akan menjadi batu jika sebiji zarah pun pendirianku bimbang dan goyah dan jika sa'e tidak kembali selama-lamanya

biarlah dunia akan berbicara dan bercerita, biarlah bumi ini yang akan menjadi saksi apapun yang aku lakukan sebagai wujud cinta dan kesetiaanmu kepadamu". Selanjutnya diberikannya sapu tangan kuning kepada 'La Nggusu' untuk menjadi kenangan di negeri rantau nantinya. 'La Nggusu' pun menerima sapu tangan tersebut. "Terima kasih ari, sapu tangan ini akan selalu sa'e simpan"

Esok hari La Nggini mengantar La Nggusu ke Pelabuhan. Sebelum sang suami berangkat La Nggini mecium tangan sang suami. Suasana semakin terharu dan sedih.

Sudah beberapa minggu La Nggusu meninggalkan kampung halaman, namun sedikit pun tidak memberikan kabar berita. Sang istri hanya bisa menanti kabar namun kabar yang di tunggu tak kunjung datang. Ia hanya menghabiskan waktunya untuk duduk menunggu di dermaga pelabuhan.

Minggu berganti bulan, bulan berganti tahun sang suami pun kembali dari rantauan. Cuaca yang buruk menemani perjalanannya saat La Nggusu berlayar ditengah lautan lepas, ombak dan badai terus menerpa setiap laju kapal yang mereka tumpangi. Satu-satunya harapan mereka hanya bisa memohon pertolong dari sang Tuhan Pencipta. Namun takdir berkehendak lain tak lama kemudian kapal mengalami goncangan yang hebat sampai akhirnya La Nggusu dan awak kapalnya pun tenggelam di lautan. Satu-satunya yang dapat ia selamatkan hanyalah sapu tangan kuning yang diberikan oleh sang istri kepadanya.

Beberapa saat kemudian datang seekor merpati terbang menghampiri La Nggusu, kemudian La Nggusu memberikan sapu tangan tersebut kepada merpati untuk dibawakan ke istrinya yang mengisyaratkan bahwa ia telah tenggelam di lautan lepas.

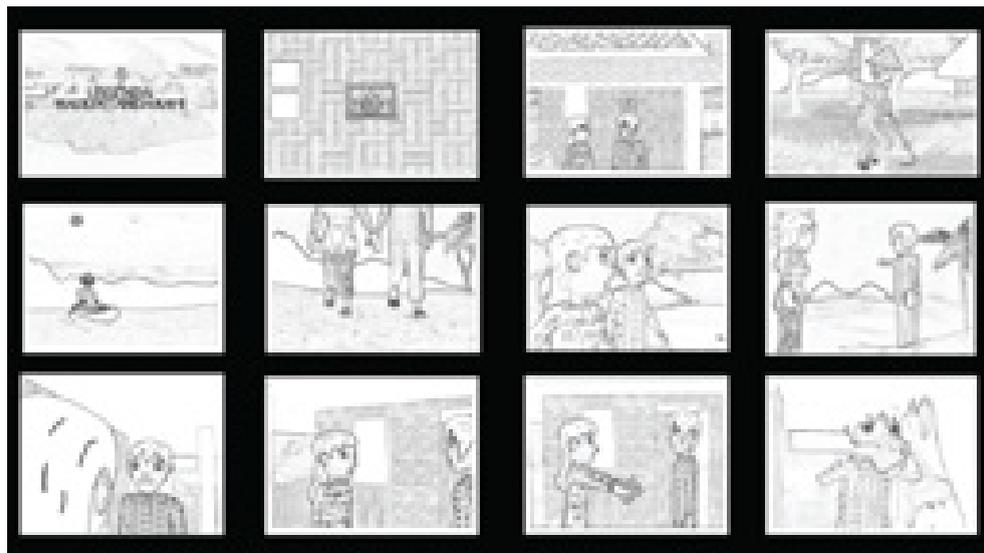
Terbanglah seekor merpati tersebut membawanya. Merpati menghampiri La Nggini dan memberikan sapu tangan tadi. La Nggini terkejut saat melihat sapu tangan tersebut, lalu ia mengambilnya. Ia tidak percaya dengan isyarat yang disampaikan oleh sang merpati akan suami yang telah tenggelam. Hanya bisa menangis meratapi keadaan. Beberapa saat setelah itu ia berlari menuju salah bukit dan naik ke bukit itu. Duduk diatas sebuah batu memandang ke lautan lepas, berharap bisa melihat sang suami kembali lagi. Terus menangis sambil mengucap sumpah yang pernah dikatakan kepada sang suami dulu "Wahai Tuhan pencipta, segala yang ada dan tiada. Hanya padamu tumpuan harapan terakhir. Abadikanlah diriku dalam

wujud yang lain sesuai kehendakmu untuk menjadi kenangan abadi dari generasi ke generasi agar kelak mereka mengetahui bahwa dibukit ini pernah ada wanita yang menanti kedatangan suaminya, setelah itu bawalah roh ku untuk bersatu dengan dengan roh suamiku keharibaan-Mu. Badai, topan, halilintar tak kunjung berhenti, tak lama kemudian keadaan La Nggini semakin kaku, sampai akhirnya ia berubah menjadi batu.

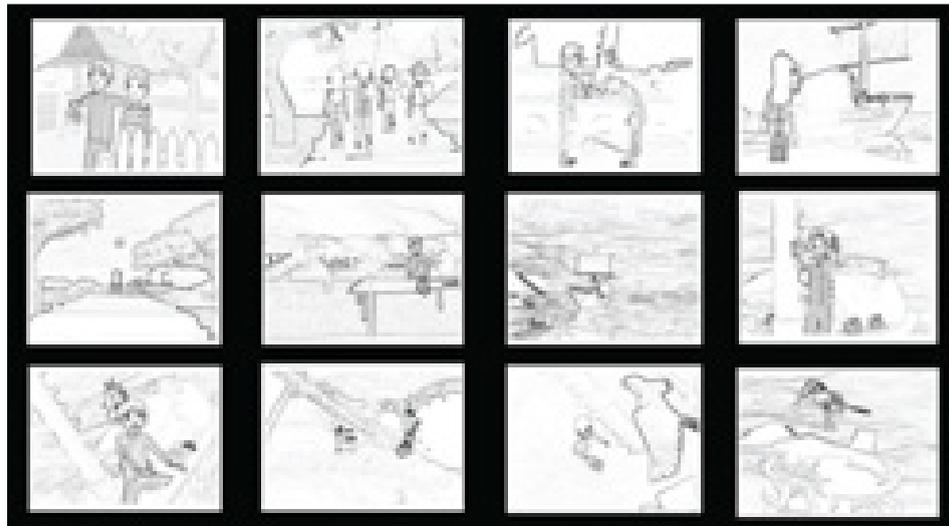
Beberapa hari kemudian hujan pun reda. Seluruh penduduk di kaki bukit berbondong-bondong naik ke bukit. Mereka mencari La Nggini. Bukan La Nggini yang ditemukan namun mereka terhenyak melihat Batu. La Nggini telah menjadi Batu. “Wadu...!!! “ jerit salah seorang. Ntanda Rahi yang lain pun menyambung. (Batu yang terus mengenang dan memandangi suaminya).

Storyboard.

Storyboard film legenda wadu ntanda rahi disusun dalam bentuk panel sesuai alur yang telah dicetitakan pada bagian *storyline*.



Gambar 5. Panel storyboard animasi legenda wadu ntanda rahi pertama
Sumber: Rustaman, 2019



*Gambar 6. Panel storyboard animasi legenda wadu ntanda rahi kedua
Sumber: Rustaman, 2019*



*Gambar 7. Panel storyboard animasi legenda wadu ntanda rahi ketiga
Sumber: Rustaman, 2019*

Karakter dalam Legenda.

Karakter dalam legenda wadu ntanda rahi oleh penulis difokuskan pada empat karakter utama, yaitu 'La Nggini (Ari/Istri)', 'La Nggusu (Sae/Suami)', (Rakyat/warga) dan Merpati Putih.



Gambar 8. Karakter tokoh dalam wadu ntanda rahi
Sumber: Rustaman, 2019

- *La Nggini*

La Nggini adalah tokoh utama dalam film animasi ini. La Nggini dalam bahasa Bima yang memiliki arti lengkap atau sempurna dan juga cantik. Hal ini sesuai dengan yang digambarkan dalam karakter ini. Dalam legenda La Nggini di sapa 'Ari' yaitu panggilan sayang suami terhadap istri.

- *La Nggusu*

La Nggusu adalah tokoh yang menjadi Suami dari La Nggini dalam film animasi ini. La Nggusu dalam bahasa Bima yang memiliki arti berbadan kekar dan tinggi. Hal ini sesuai dengan yang digambarkan dalam karakter ini. Dalam legenda La Nggusu di sapa 'Sae' yaitu panggilan sayang istri terhadap suami.

- *Warga*

Warga atau orang-orang kampung dalam film ini berperan sebagai karakter figuran pendukung, dari merekalah yang menginisiasi lahirnya istilah 'wadu ntanda rahi', seperti yang tersampaikan pada bagian storyline di atas.

Publikasi Animasi Legenda Wadu Ntanda Rahi

Publikasi dari legenda wadu ntanda rahi dapat dilihat pada alamat (<https://www.youtube.com/watch?v=8RPPYPPpERk>) dengan nama Animasi Legenda Wadu Ntanda Rahi.

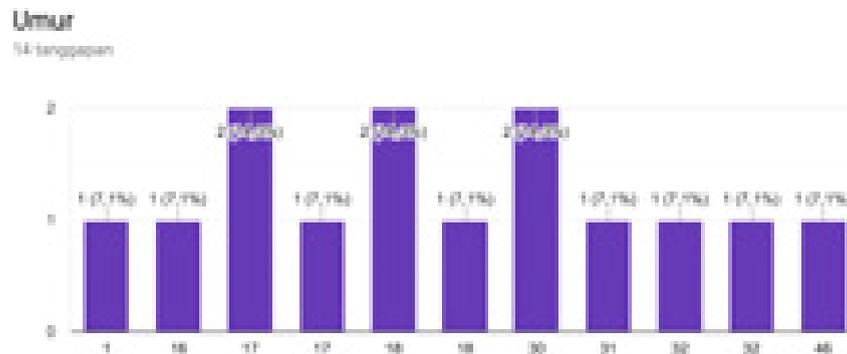


Gambar 10. Cover film animasi legenda wadu ntanda rahi
Sumber: Rustaman, 2019

Pesan Legenda Wadu Ntanda Rahi.

Bagian ini menjelaskan analisis berdasarkan respon masyarakat terhadap tontonan legenda wadu ntanda rahi serta cerita yang bersumber dari novel karangan Alan Maling, sehingga menghasilkan pesan dari cerita tersebut.

- Usia penonton



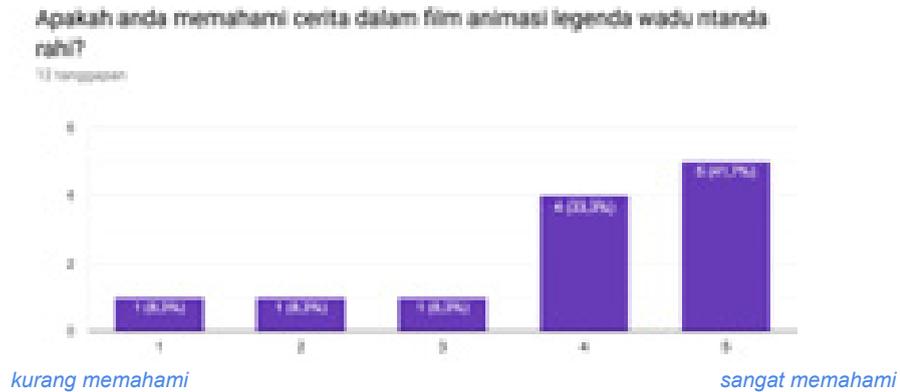
Gambar 11. Usia penonton
Sumber: Rustaman, 2019

- Informasi tentang Legenda Wadu Ntanda Rahi



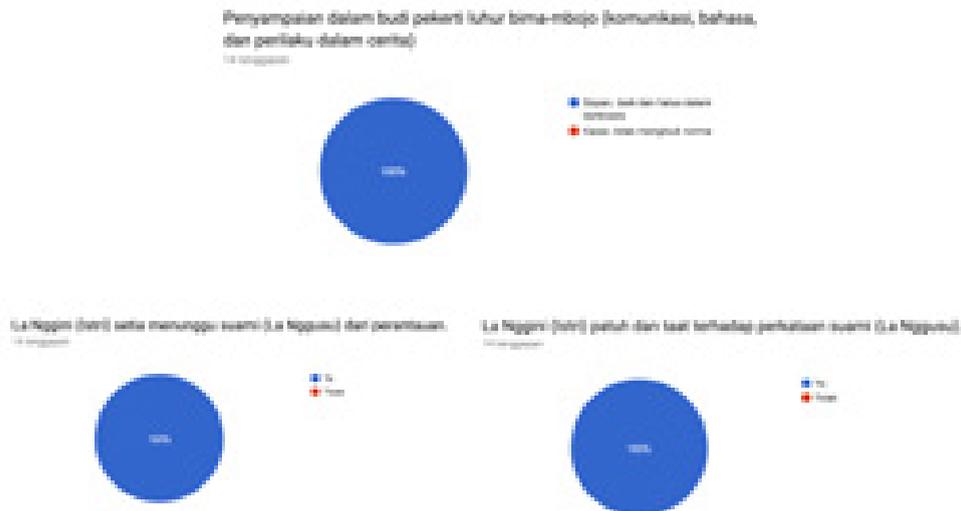
Gambar 12. Informasi masyarakat tentang legenda
Sumber: Rustaman, 2019

- *Pemahaman penonton*



Gambar 13. Pemahaman penonton tentang cerita wadu ntanda rahi
Sumber: Rustaman, 2019

- *Perangai karakter*



Gambar 14. Validasi perangai karakter dalam cerita
Sumber: Rustaman, 2019

Legenda wadu ntanda rahi arif akan pesan moral dan budaya yang terkandung di dalam ceritanya, berdasarkan analisis penulis makna pesan dari cerita tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis pesan moral dalam cerita wadu ntanda rahi oleh Penulis

Pesan	Deskripsi
Perangai	Secara sifat dua karakter utama yang diceritakan dalam legenda ini 'La Nggini' (Istri) ramah dalam bertutur kata terhadap suami, legowo/sabar, ikhlas terhadap keputusan yang diambil suami. Sedangkan 'La Nggusu' (Suami) dengan perangai yang tegas dalam mengambil keputusan, sopan dalam bertutur kata terhadap istri. Dalam penceriteraannya mereka saling menyayangi satu sama lain.
Sopan Santun	Komunikasi yang digunakan dalam bercakap antara dua karakter dalam cerita mengedepankan sopan santun, hal ini menunjukkan budaya bahasa dalam keseharian masyarakat Bima.

Kesetiaan	Sosok 'La Nggini' yang dalam cerita biasa di panggil 'Ari' yaitu panggilan sayang Suami kepada Istri. 'La Nggini' dengan sabarnya menanti kedatangan sang suami dari perantauan.
Konsistensi	Ikrar atau sumpah yang telah diucapkan oleh 'La Nggini' akan kesetiaan terhadap sang suami (La Nggusu) tercinta, adalah sebuah ketepatan janji konsistensi dalam dalam bertindak.

Sumber: Rustaman, 2019

KESIMPULAN

Legenda wadu ntanda rahi adalah salah satu folklore yang berkembang di masyarakat Bima Nusa Tenggara Barat, kisah wadu ntanda rahi dalam novel karang Alan Malingi memberikan bekas kepada pembaca tentang tatanan nilai dan norma yang melekat dalam budaya masyarakat Bima dalam berkomunikasi secara sopan dan santun, teladan bagi masyarakat dalam berumah tangga dengan menjunjung tinggi nilai kesetiaan, serta konsistensi dalam berbagai tindakan yang positif. Falsafah *maja labo dahu* yang berarti malu dan takut utk melakukan kesalahan, dan *nggahi rawi pahu* merupakan semboyan yang melekat pada masyarakat Bima NTB.

REFERENSI

Malingi, Alan. *Wadu Ntanda Rahi*. Bima: Maharani Persada, 2007.

Seamolec. *Seamolec Blender Ganesha*. Bandung: Seamolec FSRD ITB NIRAGA STUDIO for EDUNIMATION, 2012.

Blendswap.com. Man and Woman Character.

SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

Abdul Haris Rustaman

SEBAGAI

Pemakalah Terpilih

DALAM KEGIATAN ANIMAKINI 2019

DI TEATER JAKARTA, KAMIS 19 SEPT 2019



Dr. Indah Tjahjawan
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Kesenian Jakarta



Dr. Ir. Wawan Rusliwan, M.M.
Direktur Riset dan Pengembangan
Ekonomi Kreatif