

DESAIN KARAKTER ANIMASI 2D “NYURABI KUY!” SEBAGAI MEDIA INFORMASI JAJANAN TRADISIONAL SURABI BANDUNG

Riky Taufik Afif¹, Rifa Yoly Putri², Rully Sumarlin³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

Kontak telepon: 085723793685

*corresponding author email : rtaufikafif@telkomuniversity.ac.id¹

Abstrak

Indonesia memiliki sejumlah makanan olahan lokal pada setiap daerahnya resep yang digunakan dan turun dari generasi ke generasi selanjutnya. Salah satunya ialah jajanan tradisional surabi Bandung. Pedagang jajanan tradisional yang berjualan pun datang dari berbagai macam kalangan. Mulai dari pemuda hingga orang dewasa, laki-laki dan perempuan, serta asal daerah pedagang yaitu dari dalam dan juga dari luar Bandung. Tak hanya pedagang yang berdatangan dari berbagai macam kalangan, namun juga pembeli yang mayoritas datang dari kalangan generasi muda. Yaitu kalangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Desain karakter dibuat untuk memudahkan media informasi yang disampaikan melalui karya animasi 2D Nyurabi Kuy! sebagai media informasi jajanan tradisional Surabi Bandung. Desain karakter yang dibuat menyampaikan informasi melalui narasi dan dialog juga acting yang ada pada animasi Nyurabi Kuy!. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan untuk merancang desain karakter adalah menggunakan metode observasi dan menggunakan style cartoon untuk perancangan karakternya. Atribut dan bentuk anatomis dari karakter menyesuaikan dengan hasil observasi lapangan yang penulis lakukan. Pedagang dan juga generasi muda memiliki kaitan erat satu sama lain yaitu sebagai produsen dan juga konsumen. Perancangan desain karakter Animasi 2D berjudul “Nyurabi Kuy!” dibuat dan juga dikembangkan sesuai dengan data dan hasil observasi yang telah dilakukan. Hasil dari perancangan tersebut merupakan sebuah karakter animasi 2D untuk memberikan sebuah solusi dalam media informasi dengan pembawaan jajanan tradisional khas Bandung yaitu Surabi Bandung. Karya desain karakter yang dibuat dapat dikembangkan lagi sebagai IP untuk media lain seperti game yang bertujuan memberikan media informasi tentang surabi Bandung.

Kata Kunci: desain karakter, generasi muda, surabi bandung

Abstract

Indonesia is home to a plethora of locally processed foods, each with its own distinctive recipe, which are passed down from generation to generation. One such example is the traditional snack surabi Bandung. The individuals engaged in the sale of this traditional snack hail from a diverse range of socioeconomic backgrounds. The demographic profile of the traders encompasses individuals from all age groups, genders, and geographical origins, including both those from within and outside Bandung. In addition to the traders themselves, buyers also come from a variety of backgrounds, with the majority belonging to the younger generation. The target audience is individuals aged between 16 and 30 years old. The character design has been created to accommodate the information media delivered through the 2D animation work Nyurabi Kuy! which serves as an information medium for traditional snacks Surabi Bandung. The character design has been created with the intention of conveying information through narration, dialogue and acting in the animation Nyurabi Kuy! The research method employed is descriptive qualitative research. The character design was created through an observational approach, employing a cartoon style to

convey the character's form and movement. The attributes and anatomical shape of the character are modified in accordance with the findings of field observations conducted by the author. The relationship between traders and the younger generation is symbiotic, with both roles entwined in the production and consumption of goods. The design of the 2D animation character, titled 'Nurabi Kuy!', was created and developed based on the data and observations gathered. The result is a 2D animated character that provides a solution in the information media by carrying traditional snacks typical of Bandung, namely Surabi Bandung. The character design work can be developed further as an IP for other media, such as games that aim to provide information about Surabi Bandung.

Keywords: *character design, surabi bandung, young generation*

1. PENDAHULUAN

Surabi merupakan makanan tradisional Bandung yang memiliki sejarah yang panjang generasi ke generasi secara turun temurun berada ditengah-tengah masyarakat Bandung. Terdapat masalah dimana generasi muda Bandung mulai melupakan surabi sebagai jajanan tradisional daerah Bandung. Desain karakter yang dirancang melalui metode observasi lapangan sesuai karakteristik masyarakat dan generasi muda Bandung untuk dapat diterapkan pada animasi 2 dimensi yang kemudian menjadi media penyampai informasi tentang surabi sebagai jajanan tradisional Bandung kepada generasi muda.

Makanan atau jajanan tradisional adalah jajanan atau makanan yang memiliki suatu ciri khas tersendiri di setiap daerahnya dan sering dikonsumsi oleh masyarakat (Sukma, 2022). Jajanan tradisional telah ada sejak zaman nenek moyang terdahulu dan dilakukan serta diwariskan secara turun temurun kepada masyarakat disuatu daerah (Sukma, 2022). Indonesia memiliki sejumlah makanan olahan lokal pada setiap daerahnya resep yang digunakan dan turun dari generasi ke generasi selanjutnya. Salah satunya ialah jajanan tradisional surabi Bandung. Surabi merupakan sebuah jajanan tradisional yang berbahan dasar tepung beras dan juga santan yang dibakar diatas kayu ataupun arang menggunakan tungku ataupun cetakan yang berasal dari tanah liat (Syarifuddin, 2018). Saat ini terdapat banyak jajanan Surabi Bandung yang ada di Kota Bandung dengan hasil produk surabi yang berbeda-beda, standar resep yang berbeda-beda, inovasi rasa yang beraneka ragam (Tabriyani,2013).

Pedagang jajanan tradisional yang berjualan pun datang dari berbagai macam kalangan. Mulai dari pemuda hingga orang dewasa, laki-laki dan perempuan, serta asal daerah pedagang yaitu dari dalam dan juga dari luar Bandung. Tak hanya pedagang yang berdatangan dari berbagai macam kalangan, namun juga pembeli yang mayoritas datang dari kalangan generasi muda yaitu kalangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Generasi muda berasal dari semua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Hingga berasal dari berbagai macam status mulai dari pelajar hingga pekerja. Pedagang dan juga generasi muda memiliki kaitan erat satu sama lain yaitu sebagai produsen dan juga konsumen. Setiap pedagang dan juga generasi muda yang berperan sebagai konsumen, memiliki karakteristik dan ciri khas masing-masing mulai dari penampilan, kepribadian, peran, dan sebagainya.

Saat ini, animasi merupakan salah satu media yang banyak diminati oleh anak-anak dan juga orang dewasa (Yasa, 2018). Pada era digital ini, film terutama film animasi dinilai dapat menjadi sebuah media hiburan sekaligus media pembelajaran edukasi khususnya untuk masyarakat yang sudah mengenal dunia digital dan dapat

mengoperasikan gadget seperti smartphone dengan baik (Yodi, Prasetyo, Aprela & Ramadhani, 2021). Yasa (2018) mengatakan bahwa media animasi sangat relevan bila dipergunakan untuk menjadi media revitalisasi pelestarian budaya berkelanjutan. Terutama jika karakter yang ada pada animasi terlihat menarik. Menurut Moreno (2014), suatu karakter harus terlihat menarik bagi penonton. Hal tersebut dapat direalisasikan dengan berbagai macam cara dan juga metode pembuatan desain karakter animasi yang menarik (Moreno, 2014). Urgensinya adalah desain karakter dalam animasi berpengaruh sangat kuat terhadap pesan yang disampaikan dalam media animasi sehingga perlu desain karakter yang dirancang sesuai kebutuhan dan tujuan pesan yang hendak disampaikan melalui animasi yang dibuat.

Peran desain karakter untuk melestarikan jajanan tradisional surabi Bandung tidak akan terjadi tanpa ditindak lanjuti menjadi karya animasi karena melalui animasi pesan dan *storytelling* dapat tersampaikan. Desain karakter berfungsi sebagai objek utama yang berperan menyampaikan pesan dan informasi kepada penonton tentang surabi sebagai jajanan tradisional Bandung. Peran desain karakter sangat penting karena itu desain karakter adalah *Intellectual property* (IP) dari sebuah karya animasi.

Perancangan desain karakter Animasi 2D berjudul "Nyrabi Kuy!" dibuat dan juga dikembangkan sesuai dengan data dan hasil observasi yang telah dilakukan. Hasil dari perancangan tersebut merupakan sebuah karakter animasi 2D untuk memberikan sebuah solusi dalam media informasi dengan pembawaan jajanan tradisional khas Bandung yaitu Surabi Bandung. Maka dari itu, dari seluruh hasil uraian fenomena diatas, penulis menyajikan penelitian desain karakter untuk Animasi 2D "Nyrabi Kuy!" sebagai media informasi jajanan tradisional surabi Bandung kepada generasi muda.

1.1 Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional atau makanan tradisional merupakan makanan yang telah melekat membudaya serta telah diwariskan turun menurun di kalangan masyarakat di Indonesia (Muhilal, 1995). Pada umumnya, tradisional dapat didefinisikan berupa suatu hal yang sering diidentikan dengan hal atau kebiasaan lama yang terjadi sejak zaman dahulu (Mustafidah, 2017). Sukma (2022) menyimpulkan bahwa makanan tradisional merupakan makanan yang sering dikonsumsi dan telah ada sejak zaman nenek moyang terdahulu dan dilakukan serta diwariskan secara turun temurun dan memiliki ciri khas pada setiap makanan tradisional.

1.2 Jajanan Tradisional Jawa Barat

Jajanan tradisional Indonesia merupakan salah satu warisan budaya dari nenek moyang terdahulu yang perlu dijaga (Oktavianawati, 2017). Pada umumnya, Indonesia memiliki makanan olahan lokal pada setiap daerahnya resep yang digunakan dan turun dari generasi ke generasi selanjutnya. Salah satunya ialah jajanan atau makanan tradisional khas sunda atau khas Jawa Barat. Prakasa (2020) mengatakan bahwa suku Sunda memiliki berbagai macam jenis olahan makanan tradisional. Satu dari sekian banyak bahan yang ada dapat dijadikan sebagai berbagai macam model olahan makanan oleh masyarakat suku sunda. Seperti *combro*, *misro*, *oyek*, *getuk*, *peyeum*, *goreng sampe*, dan lain sebagainya (Prakasa, 2020).

1.3 Jajanan Surabi Bandung

Surabi merupakan sebuah jajanan tradisional yang berbahan dasar tepung beras dan juga santan yang dibakar diatas kayu ataupun arang menggunakan tungku ataupun cetakan yang berasal dari tanah liat (Syarifuddin, 2018). Syarifuddin (2018) menuturkan bahwa surabi berasal dari Bahasa Sunda yaitu "sura" yang berarti besar. Surabi merupakan salah satu makanan ringan atau jajanan pasar yang berasal dari Indonesia yang berjaya sejak diciptakan tahun 1923 (Syarifuddin, 2018). Surabi memiliki bentuk dan juga tekstur yang mirip dengan jajanan impor yaitu pancake, namun memiliki ukuran yang lebih kecil dan lebih tebal.

1.4 Pedagang Jajanan Tradisional

Pedagang merupakan seorang pelaku yang melakukan usaha berdagang (Pratiwi, 2020). Khairandy (2013) mengatakan bahwa seorang pedagang melakukan suatu perniagaan yang dijadikan sebagai pekerjaannya setiap hari. Perniagaan yang dimaksud ialah kegiatan pembelian barang dan penjualan barang.

1.5 Pedagang Jajanan Surabi Bandung

Pedagang jajanan surabi Bandung merupakan seorang pedagang yang pada umumnya hanya berjualan surabi atau hanya berfokus pada makanan menu surabi saja. Menurut lah selaku pedagang surabi Bandung, menjadi penjual surabi merupakan pekerjaan yang gampang gampang susah, khususnya di kota metropolitan (Bandungbergerak, 2021). Selain harus bersaing dengan makanan produk atau dari brand lain, pedagang surabi juga bersaing dengan berbagai macam jenis makanan jajanan lain yang lebih inovatif (Bandungbergerak, 2021).

1.6 Media Informasi

Terjadinya pandemi COVID-19 memaksa manusia untuk beradaptasi dengan gaya hidup baru. Komunikasi virtual lebih sering digunakan selama pandemi berlangsung dan menjadi kebiasaan baru dalam berkomunikasi di masyarakat. Work from home, school from home, virtual meeting dan webinar adalah beberapa contoh kebiasaan baru semenjak terjadinya pandemi COVID-19. Pembatasan aktivitas dan interaksi tatap muka secara langsung akan menimbulkan stress pada tubuh manusia, maka dari itu diperlukan sebuah hiburan (Ronggowarsito, Ramdhan & Afif, 2022).

Media merupakan salah satu dari banyaknya komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Prasanti (2017) menyimpulkan bahwa media informasi merupakan sebuah alat yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menyusun suatu informasi hingga menjadi sebuah bahan yang bermanfaat bagi seluruh penerima informasi. Media informasi dapat diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronik yang bertujuan untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali suatu informasi dengan wujud visual (Sobur, 2006).

1.7 Generasi Muda

Menurut Nurmalisa (2017), pemuda adalah warga negara Indonesia yang telah

memasuki periode penting dalam pertumbuhan dan perkembangan yang dimulai pada usia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2009, pembangunan kepemudaan dibuat dengan tujuan perwujudan pemuda yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan, berakhlak mulia, inovatif, mandiri, bertanggung jawab, berjiwa kepemimpinan dan sebagainya.

1.8 Animasi 2D

Animasi merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan atau cerita. Dengan berbagai macam tema dan genre yang diangkat dalam dunia animasi, menjadikan animasi salah satu jenis film yang disenangi oleh berbagai kalangan baik dari anak-anak hingga dewasa (Nahda & Afif, 2022). Sedangkan menurut Moreno (2014), animasi didefinisikan sebagai sebuah gambaran tindakan yang bertujuan untuk 'menghidupkan'. Untuk dapat menggambarkan suatu gerakan animasi, diperlukan kerja keras, ketekunan, dan juga waktu perancangan dan pembuatan yang tidak sebentar (Moreno, 2014).

Animasi 2 dimensi merupakan jenis animasi yang memiliki sifat flat secara pandangan visual (Purnomo, 2013). Purnomo (2013) juga menuturkan bahwa animasi 2D memiliki teknis animasi yang dibuat dengan menggunakan bantuan software, namun tetap mengandalkan kemampuan menggambar lembar tiap lembar atau frame by frame. Dengan media animasi diharapkan dapat menjadi media pendidikan yang kreatif bagi anak usia dini dan bagi remaja juga dewasa yang dalam hal ini menjadi objek transfer nilai pendidikan (Afif, 2021).

1.9 Karakter Dalam Animasi

Ekawardhani (2020) mengatakan bahwa karakter dalam sebuah film animasi adalah salah satu tahapan yang penting dalam film animasi. Baik animasi 2D, 3D, stop motion, dan sebagainya. Sebuah karakter animasi memainkan sebuah peran yang dapat mempengaruhi bayangan ataupun imajinasi penonton (Ekawardhani, 2020). Ekawardhani (2020) menuturkan bahwa penggambaran pada karakter animasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda baik dari implementasi desain, gaya gambar, bentuk tubuh, sifat karakter, penggambaran karakter, dan sebagainya.

1.10 Desain Karakter

Ruyattman (2013) mengatakan bahwa suatu karakter merupakan salah satu hal penting yang ada dalam pembuatan suatu produksi film, komik, animasi, ataupun game. Suatu karakter dapat membawa sebuah cerita beserta dengan pesan yang ingin disampaikan melalui film, komik, ataupun game kepada para audience. Hal tersebut menyebabkan karakter merupakan suatu elemen yang sering kali diingat oleh audience ketimbang dengan elemen-elemen lain (Ruyattman, 2013). Ruyattman (2013) menuturkan bahwa nilai jual pada suatu produksi industri kreatif akan berkurang tanpa adanya elemen karakter.

1.11 Penokohan Karakter

Amidong (2018) menuturkan bahwa plot dalam suatu cerita dapat dipandang

sebagai pondasi utama cerita, namun terdapat hal lain yang menjadi unsur penting, salah satunya adalah tokoh dan penokohan karakter. Tokoh dan penokohan karakter merupakan suatu kesatuan unsur yang penting dalam suatu cerita, khususnya dalam cerita fiksi (Amidong, 2018). Penokohan merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah cerita yang bertujuan untuk membangun sebuah struktur yang diperlukan dalam cerita (Amidong, 2018).

1.12 Style Karakter

Kerlow (2009) mengatakan bahwa terdapat 3 jenis pengayaan atau style penggambaran yang ada pada suatu karakter animasi. Yaitu Style realistic, style cartoon, dan stylized character. Cartoon character style adalah suatu gaya penggambaran yang memiliki bentuk rupa seperti karikatur. Gaya gambar tersebut merupakan sebuah gambaran atau representasi dari seseorang atau sosok makhluk yang dilebih-lebihkan atau disederhanakan.

1.13 Proporsi Karakter

Karakter desain menurut Docwendigo merupakan sebuah proses pemunculan bentuk karakterisasi dalam rangka mendefinisikan suatu tokohkarakter ciptaan yang ditampilkan melalui tampilan fisik (Junior, 2018). Menurut Junior (2018) analisa proporsi desain karakter meliputi berbagai macam bagian, diantaranya adalah kepala, torso, tangan, kaki.

1.14 Siluet Karakter

Siluet merupakan salah satu cara untuk menciptakan suatu identitas karakter (Chujitarom, 2020). Siluet merupakan sebuah goresan bentuk dari sebuah bayangan bentuk tubuh suatu karakter.

1.15 Ekspresi Karakter

Menurut Cassell (1998), ekspresi wajah sebuah karakter merupakan sebuah perubahan ekspresi yang terjadi terus menerus yang terjadi didalam suatu percakapan secara bersamaan dalam suatu wajah karakter. Ekspresi wajah tersebut dapat berupa emosi, kepribadian, dan juga beberapa perilaku lainnya yang berfungsi untuk menggantikan urutan serta membedakan apa yang suatu karakter katakan (Cassell, 1998).

1.16 Gestur Karakter

Gestur merupakan suatu sistem simbolis bahasa tubuh yang berupa analogi berbentuk fisik untuk menunjukkan aksi ataupun perasaan yang diekspresikan oleh suatu karakter (Angelina, 2018). Sitorus (2002) menuturkan bahwa bahasa tubuh atau gesture memberikan informasi mengenai perasaan dan aksi yang dinilai lebih ekspresif ketimbang dengan kata-kata.

2. METODE PENELITIAN

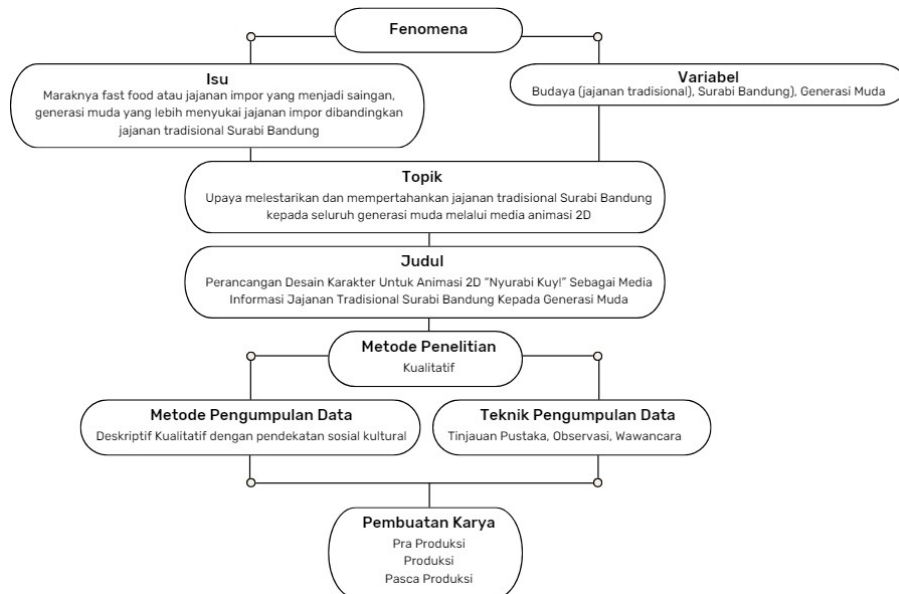
Pada perancangan desain karakter animasi 2D yang berjudul "Nyrabi Kuy!" ini, penulis menggunakan rancangan penelitian data kualitatif deskriptif. Pendekatan sosiokultural juga dilakukan untuk mendapatkan aspek yang lebih dekat dengan

kebudayaan jajanan surabi Bandung itu sendiri ditengah-tengah masyarakat Bandung. Menurut Subandi (2011), penelitian kualitatif deskriptif merupakan sebuah strategi penelitian menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan individu-individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi yang diperoleh akan dijabarkan dalam bentuk kronologi deskriptif dengan kata-kata dan gambar. Metode kualitatif deskriptif juga diterapkan dalam perancangan desain karakter yang dibuat khususnya menggunakan instrumen observasi dimana penulis mengumpulkan data berkenaan dengan karakteristik fisik dan tingkah laku dari masyarakat Bandung. Observasi juga dilakukan untuk mendapat bentuk dan karakteristik yang tepat tentang jajanan surabi.

Sedangkan pendekatan sosiokultural merupakan pendekatan yang ada berdasarkan gagasan, kebiasaan, keterampilan, seni, dan alat yang memberi ciri pada sekelompok orang tertentu pada waktu tertentu (Condon, 1973). Pendekatan sosiokultural diterapkan untuk mendapatkan nilai kebudayaan yang lebih dalam tentang surabi sebagai jajanan tradisional Bandung.

Metode pengumpulan data kualitatif deskriptif dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan wawancara dengan pedagang surabi Bandung dan mahasiswa, melakukan observasi lapangan dan pengamatan secara langsung ditempat jualan surabi Bandung, dan juga studi pustaka mengenai surabi Bandung.

- a. Tinjauan Pustaka dan studi pustaka yang penulis gunakan adalah studi pustaka mengenai surabi Bandung. Studi pustaka penulis lakukan dengan tujuan mengumpulkan informasi dan pengetahuan mengenai topik dan fenomena terkait yang kemudian digunakan sebagai landasan atau pedoman dalam proses perancangan desain karakter.
- b. Observasi Penulis melakukan observasi pengumpulan data dan mengamati secara langsung tempat berjualan surabi Bandung, pedagang surabi Bandung, dan juga mahasiswa atau generasi muda.
- c. Wawancara Wawancara atau yang biasa disebut dengan interview adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara responden bertatap muka secara langsung dengan peneliti untuk memperoleh suatu informasi khususnya untuk kebutuhan data (Rosaliza, 2015). Dalam perancangan desain karakter animasi 2D yang berjudul 'Nyorabi Kuy!' ini, penulis mewawancarai pedagang surabi Bandung dan juga generasi muda yang berupa mahasiswa berumur 21 tahun.



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Data Observasi

Sebelum memulai perancangan, penulis melakukan kegiatan observasi lapangan, yaitu observasi ke empat tempat surabi yang berada di Kota Bandung dan juga observasi generasi muda yang berusia 21 tahun. Observasi tersebut dilakukan dengan sosiokultural yang ditujukan untuk memperoleh data para pedagang surabi.

Pada hari Rabu tanggal 14 Desember 2022 tepat pada pukul 16.32 WIB, observasi pertama dimulai dengan melakukan kunjungan ke tempat 'Surabi Cihapit' yang berada di Jl. Sabang No.65, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat.



Gambar 2. Proses Observasi Surabi Cihapit
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Masih di hari yang sama, pada pukul 19.17 WIB, penulis melakukan observasi di tempat yang berbeda yaitu di 'Surabi Mang Encu'. Surabi Mang Encu terletak di Jl. A. Yani Gg. Koper) Kosambi No.103, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota

Bandung, Jawa Barat.



Gambar 3. Proses Observasi Surabi Mang Encu
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Pada hari Sabtu tanggal 17 Desember 2022 tepat pada pukul 08.54WIB, observasi ketiga dilakukan di 'Surabi Ramdhan' yang terletak di Jl. Moh Ramdan.



Gambar 4. Proses Observasi Surabi Ramdhan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Lokasi selanjutnya yang penulis datangi adalah lokasi surabi 'Warung Surabi Abah Jadul' yang terletak di Jl. Citra Green No.15, Ciumbuleuit, Kec. Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat.



Gambar 5. Proses Observasi Warung Surabi Abah
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Setelah melakukan observasi pada empat tempat surabi yang berada di Kota Bandung, penulis juga melakukan observasi yang dilakukan di Telkom University.



Gambar 6. Proses Observasi Generasi Muda
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Dari hasil observasi yang dilakukan didapatkan data tentang proses pembuatan surabi dan bentuk dari surabi khas Bandung yang didapati secara umum bentuknya sama namun berbeda pada topping dan tambahan rasa pada surabi yang dibuat. Proses pembuatan yang dilakukan juga sama dengan ukuran dan rasa yang mirip. Hasil observasi kepada generasi muda asli Bandung menunjukkan hasil bahwa mayoritas generasi muda Bandung tidak mengetahui bahwa surabi adalah makanan tradisional daerah mereka sendiri yaitu Bandung. Mayoritas diantara mereka hanya mengetahui bahwa surabi adalah jajanan jalanan yang tidak begitu populer. Berikut dibawah ini adalah hasil observasi dari proses wawancara yang lebih detail.

3.2 Data Hasil Wawancara

3.2.1 Wawancara Pedagang Surabi

Para pedagang surabi yang penulis temui pada umumnya merupakan pedagang yang masih menggunakan alat masak tradisional seperti memasak menggunakan arang dan kayu bakar. Hal tersebut dikarenakan ingin menjaga selalu tradisional surabi dan juga karena aroma khas yang diciptakan ketika memasak surabi dengan alat tradisional. Para pedagang pada umumnya membuka dagangannya pada pagi ataupun sore hari dimana pada jam tersebut dagangan ramai didatangi pembeli yang rata-rata adalah orang tua. Rasa yang paling disenangi oleh orang tua adalah rasa-rasa tradisional seperti oncom dan kinca. Sedangkan rasa surabi yang disenangi oleh generasi muda adalah varian rasa seperti cokelat, keju, dan sebagainya.

Meskipun seluruh pedagang tidak mengetahui sejarah ataupun filosofi yang ada pada surabi. Namun seluruh pedagang memiliki prinsip yang sama dalam menjaga eksistensi surabi yaitu dengan menambahkan inovasi baru seperti menambah varian rasa namun tetap menjaga sisi tradisional yang ada pada surabi. Sebagian pedagang tertarik untuk mengikuti festival kuliner, namun masih ragu karena peralatan yang saat ini digunakan kurang pas dengan booth yang ada.

3.2.2 Wawancara Generasi Muda

Para mahasiswa berumur 21 tahun yang telah penulis temui pada umumnya mengetahui apa itu surabi dan pernah memakannya. Sebagian

besar menyukainya namun terdapat pula mahasiswa yang kurang menyukai surabi. Varian rasa yang mahasiswa sukai sebagian besar adalah cita rasa baru seperti coklat, keju dan sebagainya dan jarang ditemukan menyukai rasa tradisional seperti kinca, oncom, dan sebagainya. Para mahasiswa yang telah penulis temui tidak mengetahui sejarah ataupun filosofi surabi. Yang mereka ketahui surabi merupakan makanan camilan tradisional yang berasal dari Bandung. Meskipun sebagian besar dari mereka memilih jajanan impor ketimbang surabi, namun mereka masih tertarik untuk mencoba surabi dengan berbagai varian rasa. Sebagian besar mahasiswa juga tertarik untuk berperan dan ikut serta menjadi panitia ataupun pembeli dari festival kuliner.

3.3 Konsep dan Hasil Perancangan

3.3.1 Konsep Pesan dan Konsep Kreatif

Konsep kreatif perancangan karakter animasi 2D "Nyrabi Kuy!" ini berasal dari berbagai sumber referensi yang didapat melalui observasi, wawancara, dan juga hasil analisis karya sejenis. Setelah hasil observasi pedagang surabi dan hasil observasi generasi muda didapat. Penulis menganalisis sinopsis dan naskah yang telah dibuat. Karakter animasi 2D "Nyrabi Kuy!" ini dirancang berdasarkan hasil observasi dan analisa yang telah didapatkan. Terdapat 2 karakter utama yang ada didalamnya yaitu seorang pedagang surabi dan seorang mahasiswa. Karakter pedagang penulis gunakan untuk mencerminkan keadaan pedagang surabi yang ada khususnya pada wilayah Bandung. Dan karakter mahasiswa penulis gunakan untuk mencerminkan sosok 'Generasi Muda' yang memiliki kreativitas dan juga inovasi kepada para pedagang jajanan tradisional. Maka dari itu, diharapkan perancangan untuk karakter animasi 2D "Nyrabi Kuy!" ini diharapkan dapat memberi pesan kepada masyarakat, pedagang, dan juga mahasiswa terhadap informasi jajanan tradisional khas Bandung yaitu Surabi Bandung.

3.3.2 Konsep Visual

Perancangan desain karakter animasi 2D "Nyrabi Kuy!" ini terinspirasi dari 3 karya sejenis yaitu Golden Hour, Crayon Shinchan, dan juga Sundown. Dari hasil analisis dan juga berbagai hasil observasi yang telah dilakukan, terbentuklah suatu premis penokohan karakter hingga menjadi suatu moodboard karakter.



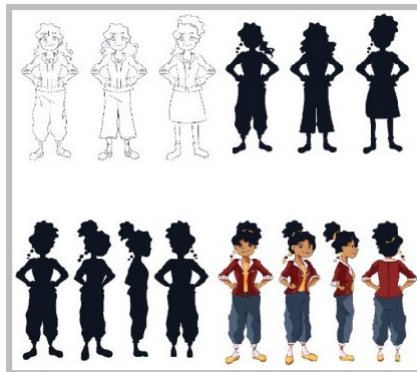
Gambar 7. Moodboard Karakter
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Dari moodboard karakter tersebut, langkah selanjutnya adalah membuat tiga alternatif body shape karakter dan dipilih sesuai dengan karakteristik karakter.



Gambar 8. Body Shape Karakter Revita
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Setelah itu, dibentuk sketsa alternatif, dilakukan proses clean up, diwarnai, dan kemudian menjadi suatu karakter yang utuh.



Gambar 9. Desain Karakter
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Penulis juga melakukan berbagai eksplorasi karakter mulai dari perbandingan tinggi karakter, ekspresi dan juga gestur pada karakter.



Gambar 10. Eksplorasi Desain Karakter
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Ketika selesai, karakter pun dapat dianimasikan pada animasi 2D "Nyrabi Kuy!".






Gambar 11. Beberapa Adegan Hasil Animasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022


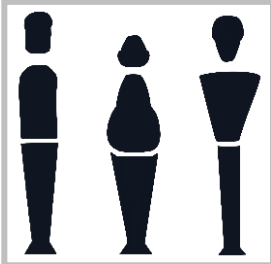
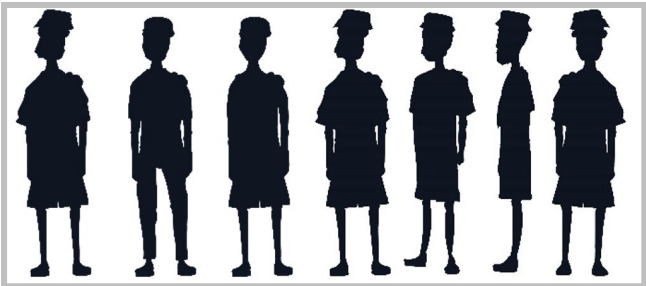
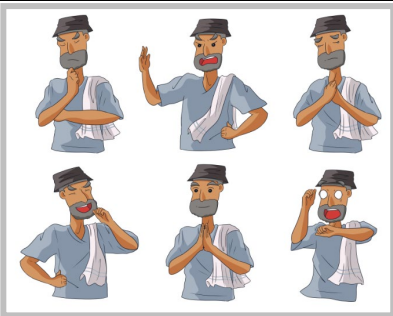
3.3.3 Hasil Perancangan

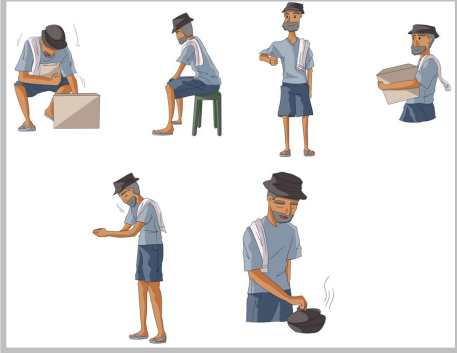
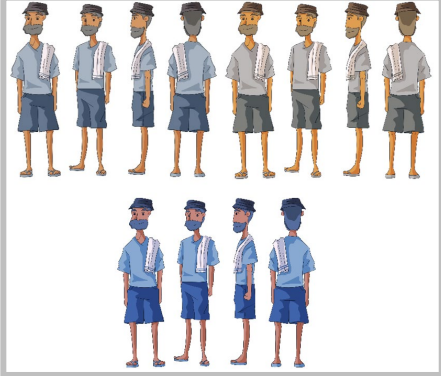
a. Karakter Revita (Generasi Muda)

Tokoh Utama	
Mood board	<p>Gambar 12. Mood Board Karakter Revita Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
Body Shape	<p>Gambar 13. Body Shape Karakter Revita Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
Siluet dan Desain Alternatif	<p>Gambar 14. Siluet Karakter Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>


<p>Ekspresi Karakter</p>	 <p>Gambar 15. Ekspresi Karakter Revita Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
<p>Gestur Karakter</p>	 <p>Gambar 16. Gestur Karakter Revita Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
<p>Hasil Perancangan</p>	 <p>Gambar 17. Warna Siang, Sore, dan Malam Karakter Revita Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>

b. Karakter Pak Tatang (Pedagang Surabi)

Tokoh Utama	
Mood board	<div style="text-align: center;">  <p>MOODBOARD</p> </div> <p style="text-align: center;">Gambar 18. Mood Board Karakter Pak Tatang Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
Body Shape	<div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Gambar 19. Body Shape Karakter Pak Tatang Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
Siluet dan Desain Alternatif	<div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Gambar 20. Siluet Karakter Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
Ekspresi Karakter	<div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Gambar 21. Ekspresi Karakter Pak Tatang Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>

Gestur Karakter	 <p>Gambar 22. Gestur Karakter Pak Tatang Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>
Hasil Perancangan	 <p>Gambar 23. Warna Siang, Sore, dan Malam Karakter Pak Tatang Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>

c. Karakter Pendukung

Hasil Perancangan	
	
<p>Gambar 24. Gambar Karakter Pendukung Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022</p>	

d. Implementasi Desain Karakter Dalam Animasi "Nyrabi Kuy!"



Penjelasan Implementasi desain karakter:

- a. **Desain karakter Revita:** berperan sebagai Mahasiswa disalah satu kampus di Bandung yang ingin ikut festival dikampusnya. Bingung dengan ide yang akan dibawa pada festival, Revita teringat dengan ide membawa surabi yang merupakan jajanan jualan ayahnya ke festival dikampus. Revita ingin surabi yang selama ini dibuat oleh ayahnya dikenal juga agar teman-temannya dikampus lebih mencintai surabi sebagai makanan khas Bandung.
- b. **Desain Karakter Pa Tatang:** Pa Tatang adalah ayah Revita yang sehari-hari berjualan surabi sebagai mata pencaharian. Pa Tatan pada animasi Nyrabi Kuy! Memperlihatkan bagaimana membuat surabi dan seperti apa bentuk surabi Bandung itu. Pa Tatang juga menjelaskan tentang sejarah surabi dan unsur budaya yang ada pada surabi Bandung.
- c. **Desain Karakter Pendukung (Teman Revita):** Menjadi pendukung cerita dimana teman-teman Revita adalah remaja Bandung yang tidak begitu mengetahui surabi, tetapi karena banyak berinteraksi dengan Revita untuk bahu membahu membuat festival kuliner dikampus mereka, teman-teman Revita menjadi banyak mendapatkan informasi tentang surabi Bandung bagaimana membuatnya, sejarahnya dan tentunya surabi sebagai makanan khas jajanan dari Bandung.

5. KESIMPULAN

Indonesia memiliki beragam konsumen dan juga beragam pedagang surabi dari berbagai macam kalangan, usia dan gender. Pedagang dan juga generasi muda saling melengkapi dengan perannya masing-masing, yaitu sebagai produsen dan juga konsumen. Setiap pedagang dan juga generasi muda memiliki karakteristik dan ciri

khas masing-masing mulai dari penampilan, kepribadian, peran, dan sebagainya. Karakter pedagang surabi Bandung yang telah dirancang digunakan untuk mencerminkan keadaan pedagang surabi yang ada khususnya pada wilayah Bandung. Dan karakter mahasiswa penulis gunakan untuk mencerminkan sosok 'GenerasiMuda' yang memiliki kreativitas dan juga inovasi kepada para pedagang jajanan tradisional.

Dari hasil observasi dan analisis yang penulis lakukan, penulis menjadikan data tersebut sebagai panduan perancangan desain karakter animasi 2D "Nyrabi Kuy!" dengan tujuan sebagai media informasi mengenai jajanan tradisional surabi Bandung untuk generasi muda.

Perancangan desain karakter animasi 2D "Nyrabi Kuy!" sebagai media informasi jajanan tradisional surabi Bandung kepada generasi muda memiliki beberapa proses kreatif dengan beberapa tahapan di dalamnya dari hasil referensi dari data-data yang sudah dianalisis. Seperti tahap pra produksi yaitu pembuatan moodboard, sketsa basic shape karakter, siluet karakter, hingga menjadi satu karakter yang utuh. Lalu memasuki tahap produksi animasi, yaitu membuat karakter bergerak didalam animasi. Hingga pasca produksi dari tahap compositing, editing, sampai menjadi hasilakhir yaitu film pendek animasi 2D "Nyrabi Kuy!".

Kesimpulannya desain karakter yang dirancang menjadi media yang tepat menyampaikan informasi tentang surabi sebagai jajanan tradisional Bandung pada animasi 2D Nyrabi Kuy. Desain karakter Revita dalam peran dan storytellingnya menyampaikan dan memperkenalkan kepada teman-temannya tentang surabi yang merupakan jajanan khas Bandung. Desain karakter Pak Tatang sebagai ayah Revita yang berperan sebagai penjual surabi juga menyampaikan tentang sejarah, bentuk dan proses membuat surabi pada animasi 2D Nyrabi Kuy didukung juga oleh karakter pendukung yaitu teman Revita yang menyampaikan informasi tentang surabi pada dialog yang ada di animasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, R. T. (2021). *Animasi 2D Motion Graphic "Zeta dan Dimas" sebagai Media Pendidikan Berlalu Lintas bagi Anak Usia Dini*. Nirmana, 21(1), 29-37.
- Amidong, Hikma H.. *Penokohan Dalam Karya Fiksi*. Makassar: Universitas Muslim Indonesia.
- Angelina, Ayu Mella, Zainal Abidin, dan FX. Yatno Karyadi. 2018. *Film Fiksi Tuan X: Pendekatan Gestur sebagai Penanda Psikologi Tokoh Utama*. Capture: Jurnal Seni Media Rekam. Vol. 10 No. 1.
- Bandung Bergerak. 2021. *Cerita Orang Bandung (23): Syukur Iah, Penjual Surabi*. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://bandungbergerak.id/article/detail/1092/cerita-orang-bandung-23-syukur-iah-penjual-surabi>
- Cassel, Justine, Catherine Pelachaud, Norman Badler, Mark Steedman, Brett Achorn, Tripp Becket Brett Douville, Scott Prevost, and Matthew Stone. 1998. *Animated Conversation: Rule-Based Generation Of Facial Expression, Gesture & Spoken Intonationfor Multiple Conversational Agents*. Pennsylvania: University Of Pennsylvania.
- Chujitarom, W., dan Chaiporn Panichruttiwong. 2020. *Animation - AR Silhouette Model to*

- Create Character Identity Innovation for Computer Art Pre-Production*. TEM Journal. Volume 9, Issue 4, Pages 1740-1745.
- Condon, E. c. 1973. *Introduction to Cross Cultural Communication*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Criticos. 1996. *Media selection*. Plomp, T., & Ely, D. P. (Eds.): International Encyclopedia of Educational Technology, 2nd edition. New York: Elsevier Science, Inc.
- Ekawardhani, Yully Ambarsih, Imam Santosa, Hafiz Azis Ahmad, dan Irfansyah. 2020. *Modification of Visual Characters in Indonesia Animation Film*. Harmonia: Journal of Arts Research and Education 20 (2) (2020), 167-175.
- Juniar dan Vera Vellina. 2018. *Kajian Proporsi untuk Gambar Manusia dalam Penerapannya di Dunia Desain Karakter dengan fokus Gundala Putra Petir*. Kalbi Scientia: Jurnal Sains dan Teknologi, Hal 58-62.
- Kerlow, Isaac. 2009. *The Art of 3D Computer Animation and Effects*. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Khairandy, Ridwan. 2013. *Pokok-pokok Hukum Dagang Indonesia*. Yogyakarta: FH UII Press.
- Mita Rosaliza. *Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi*. Jurnal Ilmu Budaya. Vol 11, Nomor 2, 2015. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://journal.unilak.ac.id/index.php/jib/article/view/1099>
- Moreno, Laura. 2014. *The Creation Process of 2D Animated Movies*. Diperoleh Oktober 2022, dari https://www.edubcn.cat/rcs_gene/treballs_recerca/2014-2015-02-4-TR_baixa.pdf
- Muhilal. 1995. *Makanan Tradisional Sebagai Sumber Zat Gizi dan Non Gizi dalam Meningkatkan Kesehatan Individu dan Masyarakat*. Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional. Jakarta, 9-11 Juni 1995.
- Mustafidah, Arina. 2017. *Pelatihan Pengolahan Makanan Tradisional Untuk Meningkatkan Potensi Kreasi Olahan Basah Singkong di Desa Gayamharjo Prambanan Sleman*. Jurnal Bakti Saintek: Volume 1 Nomor 2 Tahun 2017 halaman 79–83. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/jbs/article/view/1168/1064>
- Nahda, A. S., & Afif, R. T. 2022. *Kajian Semiotika Dalam Animasi 3D Let's Eat*. Jurnal Nawala Visual, 4(2), 81-86.
- Nurmalisa, Yunisca. 2017. *Pendidikan Generasi Muda*. Yogyakarta: Media Akademi Yogyakarta.
- Oktavianawati, Paskalina. 2017. *Jajanan Tradisional Asli Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Prakasa, Satria Adi dan Nugroho Sulistianto. 2020. *Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Kemasan Tradisional Makanan Sunda Yang Dibungkus Daun*. Bandung: Telkom University.
- Prasanti, D. (2017). *Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital*. IPTEK-Kom. Vol. 19 No.2. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/article/view/149-162>
- Pratiwi, Siam Ayu. 2020. *Eksistensi Pedagang Jajanan Tradisional Di Pasar Blauran Surabaya Dalam Tinjauan Teori Modal Sosial Robert D. Putnam*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- Purnomo, Wahyu dan Wahyu Andreas. 2013. *Animasi 2D*. Malang: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Ruyattman, Melissa. 2013. *Perancangan Buku Panduan Membuat Desain Karakter Fiksi Dua Dimensi secara Digital*. Surabaya.
- Ronggowarsito, B. I., Ramdhan, Z., & Afif, R. T. (2022). Desain Karakter Virtual Youtuber sebagai Maskot Pembelajaran Menggambar. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(3), 353-367.
- Sitorus, Eka D. 2002. *The Art of Acting*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Subandi. 2011. *Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan*. *Jurnal Harmonia*, Vol 11, No 2, 2011, hlm. 176. Diperoleh 25 Oktober 2023, dari <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/harmonia/article/view/2210>
- Sukma, Viana Muna Munipati dan Intan Ristri Alkhila. 2022. *Peningkatan Eksistensi Makanan Tradisional Sunda Melalui Operasi Pasar Buhun Di Desa Selawangi*. *Jurnal Siwayang: Volume 1 No. 2 Halaman 77-84*. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIWAYANG>
- Syarifuddin Didin, Chairil M. Noor, dan Acep Rohendi. 2018. *Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. *Jurnal Abdimas BSI: Vol. 1 No. 1 Februari 2018, Hal. 55-64*. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/2866/1859>
- Tabriyani, Fauziyah. 2013. *Analisis Kualitas Produk Surabi Berbasis Organoleptik Pada Pedagang Surabi Di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yasa, Gede Pasek Putra Adnyana, Kadek Ayu Satyasusmaya Narpaduhita, dan Dewa Gede Purwita. 2018. *Perancangan Film Animasi Pendek 2D Sebagai Media Kampanye Penanganan Anxiety Disorder*. *Jurnal Bahasa Rupa: Vol. 2 No 2 - April 2019*. Diperoleh Oktober 2022, dari <http://jurnal.stiki-indonesia.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa>
- Yodi, Sachio, Didit Prasetyo, Senja Aprela A., dan Nugrahardi Ramadhani. 2021. *Perancangan Serial Animasi sebagai Upaya Pelestarian Lagu Daerah untuk Anak Sekolah Dasar*. *Jurnal Sains Dan Seni Its: Vol. 10, No. 1 (2021), 2337-3520*. Diperoleh Oktober 2022, dari <https://media.neliti.com/media/publications/489324-none-d0996ec1.pdf>