

# PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN TOKOH WAYANG KULIT PUNAKAWAN YOGYAKARTA MELALUI CIRI FISIKNYA

Novida Nur M. Arif  
Universitas Negeri Yogyakarta  
ime10202@gmail.com

## Abstrak

Wayang kulit memiliki pesan moral yang masih relevan sampai zaman ini. Hal ini juga terdapat pada tokoh Punakawan. Para tokoh asli nusantara ini menyimpan ajaran kehidupan yang merupakan hasil pemikiran atau falsafah Jawa. Secara ikonografi, setiap tokoh memiliki atribut khas pada anggota tubuhnya dan mengandung ajaran pembentukan karakter. Akan tetapi minat pada wayang kulit khususnya Punakawan sudah menurun terutama pada generasi muda. Generasi muda yang mewarisi budaya tradisi perlu dikenalkan supaya menumbuhkan rasa apresiasi, yang nantinya diharapkan turut serta menjaga dan melestarikannya.

**Kata kunci:** *Punakawan, atribut, ikonografis, ajaran, generasi muda*

## Abstract

*Indonesian shadow puppets contain moral values that are still relevant in present day. These can be found in Punakawan characters. Those shadow puppet characters are originally from Indonesia, they consist of ideology of life that come from Javaness' thought or philosophy. Iconographically, every character has unique attributes on their bodies and contains character-building lessons. However, people's interest in shadow puppet has decreased especially for young generations. As they are the one who will inherit the traditional cultures, it is important to introduce them in order to build appreciation and in the future, they can keep and participate in conserving the culture.*

**Keywords:** *Punakawan, attribute, iconography, lesson, young generation*

## Pendahuluan

Pertunjukan wayang kulit sudah ada sejak ratusan tahun silam, terbukti dengan disebutkannya pertunjukan wayang kulit pada beberapa prasasti di Bali. Awalnya pertunjukan wayang berfungsi sebagai pemujaan roh nenek moyang atau kepercayaan menyembah Hyang, jauh sebelum pengaruh Hindu dan Budha masuk nusantara (Sri Mulyono, 1975: 53).

Pembaruan wayang puncaknya terjadi ketika Islam masuk di Jawa. Wayang dijadikan alat syiar ajaran agama dan mendapat pengaruh kuat dari Islam. Pada era Islam ini, nama-nama Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong atau Punakawan mulai populer. Diyakini konsep karakter orisinal yang tidak terdapat pada Mahabarata dan Ramayana ini

sudah ada sejak awal wayang muncul. Selain memiliki sifat-sifat yang sangat unik, Punakawan juga memberikan ajaran melalui simbol pada fisiknya.



Gambar 1. Punakawan Yogyakarta  
Sumber: Koleksi Sunarto di Gendeng

Jika diamati secara ikonografis, diketahui bahwa setiap tokoh Punakawan memiliki atribut khusus (kuat) dan atribut umum (lemah), seperti yang diungkapkan Dr. Sunarto, M.Hum. Setiap atribut dari tokoh-tokohnya pada dasarnya adalah *character building*.

*Piwulang* atau ajaran pada ciri fisik Punakawan perlu disampaikan kepada generasi penerus karena dewasa ini banyak ditemui perubahan kebudayaan dan perilaku seiring perkembangan zaman dan pengaruh luar. Sopan santun, dan tingkah laku anak muda saat ini perlu dipertanyakan. Ajaran dari pemikiran Jawa yang tertuang dalam atribut Punakawan masih relevan diterapkan dan dihidupkan untuk generasi muda. Pengenalan dan penyampaian ajaran pada anak muda perlu strategi budaya dan pendekatan khusus. Generasi Z atau generasi yang akrab dan tergantung pada teknologi, memiliki *personality* berbeda dengan generasi sebelumnya. Para ahli memiliki perbedaan parameter dalam menggolongkan GenZer, namun beberapa jurnal mengelompokkan orang yang lahir dari tahun 1994-1996 termasuk generasi ini. Namun yang pasti GenZer adalah generasi kedua era Millennial (dimulai dari kelahiran tahun 1989 atau 1990) yang tumbuh dengan media yang canggih, penggunaan komputer yang tinggi dan lebih pandai memakai internet dari generasi sebelumnya, seperti pendapat Anjali Singh dalam jurnalnya. Dalam sebuah materi presentasi NIRSA *School of Collegiate Recreation*, disebutkan bahwa penggunaan teknologi oleh Net Gen terutama *smartphone* sangat tinggi terutama untuk berinteraksi melalui media sosial.

Perubahan karakteristik generasi ikut mempengaruhi wayang kulit. Dr. Aris Wahyudi, M.Hum mengungkapkan bahwa penonton zaman sekarang kebanyakan hanya melihat atraksi dan mengabaikan nilai yang sebenarnya mengandung banyak ajaran hidup. Kendala bahasa terutama bagi generasi muda, secara tidak langsung *me-nullify* (membatalkan) dialog karena mayoritas tidak mengerti bahasa Jawa Kawi dan Krama Inggil yang sering digunakan. Belum lagi bagi orang yang ingin melihat munculnya Punakawan, harus setia menunggu sampai adegan *gara-gara* selesai yang biasanya terjadi jam dua belas atau satu dini hari (kecuali lakon *carangan* atau gubahan dalang).

Hal-hal ini masih berkorelasi dengan faktor lain yang menjadi penyebab pagelaran wayang kulit meredup, kehilangan peminatnya terutama generasi muda. Ini merupakan permasalahan yang harus direspon para desainer komunikasi visual yang pada dasarnya punya daya upaya dalam melestarikan budaya tradisi.

Upaya pelestarian bukannya belum ada, namun pengemasan dan pengambilan poin spesifik tentang ajaran moral pada ciri fisik Punakawan masih sangat jarang, apalagi ditujukan untuk anak muda yang memerlukan pendekatan khusus.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang komunikasi visual untuk mengenalkan Punakawan melalui ciri fisiknya untuk *target audience* berusia 18-30 tahun yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya?

### **Tujuan Perancangan**

- a. Memperkenalkan dan memberi wawasan tentang Punakawan pada generasi muda.
- b. Memberikan penjelasan masing-masing karakter melalui bentuk fisik dan sifatnya.
- c. Menumbuhkan rasa apresiasi dan rasa memiliki akan kekayaan warisan budaya.

### **Metode Penelitian**

Penelitian yang dilakukan dalam perancangan ini adalah penelitian kuantitatif. Data materi didapat dari kajian pustaka buku-buku pewayangan seperti Ensiklopedia Wayang, Panakawan Yogyakarta dan beberapa jurnal yang membahas Punakawan secara ikonografi maupun sebagai media pendidikan yang ada di Balai Bahasa, BPNB dan koleksi Sunarto (akademisi dan penulis buku). Wawancara dilakukan dengan Yudhaningrat (Pengangeng Kraton Yogyakarta), Aris Wahudi (Kajur Pedalangan ISI Yogyakarta), Sunarto (dosen senior Kriya Kulit ISI Yogyakarta), Edi Suwandha (ketua PEPADI), Karbit Seni dan Film Dinas Kebudayaan Yogyakarta, pengurus Wayang Ukur, beberapa dalang dan pemerhati wayang di Yogyakarta. Menanyakan pandangan tentang makna tokoh Punakawan dan ciri fisiknya.

Observasi dilakukan di Museum Kekayon dan beberapa pertunjukan wayang yang tersebar di wilayah Yogyakarta seperti di Sasana Hinggil Kraton Yogyakarta, Pendapa Dinas Kebudayaan dan lainnya. Kuesioner dilakukan guna mendukung data dari *target audience* (TA) sejumlah 48 partisipan yang disebar secara *online* sesuai kriteria TA dan 2 orang *sample consumer journey*. Pertanyaan diajukan guna mengetahui wawasan tentang Punakawan dan partisipasi mereka dalam pelestarian budaya.

Pengumpulan dan pengolahan data berlangsung dari awal Februari sampai akhir Mei 2016. Dianalisis menggunakan SWOT dan 5W1H dengan teori ikonografi - ikonologi Erwin Panofsky dan Hermeneutika Paul Ricoeur yang didukung teori kebudayaan serta komunikasi visual.

Metode perancangannya mengikuti *Design Thinking* dengan penyesuaian yang meliputi *empathy, defined, research, ideate, prototype, test* dan *feedback*. Menumbuhkan empati pada materi yang ingin respon menjadi langkah awal. Rasa peduli dan suka terhadap wayang akan memperingan dan menambah penajaman rasa dalam proses penelitian. Hal ini dilakukan dengan membaca kajian dan mencari tahu segala sesuatu tentang wayang, meski masih dalam taraf pengenalan karena peneliti masih awam tentang materi yang diangkat. Tahap pendeskripsian materi dilakukan setelah mendapat materi yang dirasa cukup dan memahami permasalahan yang ingin direspon, sehingga arah penelitian seperti observasi dan penentuan narasumber sudah nampak cukup jelas. Bagian

*research* meneruskan dan memperdalam proses sebelumnya, dengan membaca sumber kajian yang relevan dan bertemu dengan beragam narasumber yang berkompeten.

Proses perancangan dimulai dengan menyusun ide dari materi dan permasalahan, berupa ide materi dan visual. Interpretasi dan hermeneutika dipakai dalam proses pengolahan materi sehingga cocok bagi *target audience*. Elemen etnik dan kelokalan sebanyak mungkin dimasukkan dalam segi visual meskipun pendekatan yang dipakai cukup modern (*flat design* dan *minimalistis*). Hal yang cukup manjadi sorotan adalah bagaimana mendekati materi dengan *target audience*. Penulis mengupayakannya dengan mengambil kasus yang sering dijumpai *target audience* yang direspon dengan materi Punakawan. Memersonifikasinya dalam seorang sosok yang mewakili kepribadian generasi muda saat ini.

Yang tidak kalah penting adalah proses publikasi media ketika sudah selesai dirancang. Konsistensi menjadi kunci mengambil perhatian *target audience*. Admin media sosial yang berperan menjadi tokoh Punakawan juga harus responsif serta komunikatif sehingga *target audience* yang sudah tertarik bisa terus mengikuti perkembangan publikasi

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Pengertian Punakawan**

Punakawan tidak ada dalam versi asli mitologi Hindu epik Mahabharata atau Ramayana, Punakawan adalah modifikasi atas sistem penyebaran ajaran agama Islam oleh Sunan Kalijaga, meski pendapat ini masih banyak diperdebatkan (Ardian Kresna: 17).

Punakawan terdiri dari kata “pana” yang berarti luas pengetahuan (pandai) dan “kawan” (sekawan) yang berarti empat (Rina Nugraheni: 1989). Meski begitu penafsiran kata Punakawan sangat beragam, seperti pendapat yang mengartikan sebagai teman yang mengajak pada kebaikan.

Bing Bedjo dalam desertasinya berpendapat bahwa Punakawan merupakan ekspresi yang mencerminkan kenyataan lain, kenyataan yang sesungguhnya tentang kekuasaan yang diterjemahkan sebagai perpaduan berbagai tatanan, bukan hanya atas dasar penaklukan dan penguasaan.

Posisi Punakawan pada dasarnya adalah abdi, namun sesungguhnya juga merupakan teman, pembimbing juga penghibur terutama bagi para ksatria. Pun demikian dikatakan bahwa Punakawan adalah para dewa yang mengambil wujud manusia. Semar dikatakan adalah anak Sang Hyang Tunggal, bernama Batara Ismaya. Bersaudara dengan Batara Manikmaya dan Batara Antaga. Kemudian turun ke dunia membimbing para ksatria terpilih yang berbudi luhur (Hardjawiraga, 1955: 171).

### **Analisis Punakawan**

Jika diamati secara ikonografis, diketahui bahwa setiap tokoh Punakawan memiliki atribut khusus (kuat) dan atribut umum (lemah). Dengan teori Jean Piaget, struktur tubuh Punakawan dapat dianalisis dalam tiga konsep. *Idea of wholeness*: struktur merupakan totalitas, unsur-unsurnya berkaitan satu dengan lain dalam sebuah kesatuan. *Idea of*

*transformation*: struktur merupakan sesuatu yang dinamis, tidak terbatas pada konsep terstruktur tapi mencakup proses menstruktur. *Idea of self regulation*, hubungan antar struktur akan mengatur sendiri bila ada unsur yang berubah atau hilang. Unsur bentuk bagian tubuh pada Punakawan memiliki karakter tersendiri namun saling berkaitan.

Dr. Sunarto, M.Hum selaku penggiat wayang kulit dari segi seni rupa, telah banyak memberi sumbangan tulisan seperti analisis atribut wayang. Setiap tokoh memiliki keunikan ciri tersendiri yang bermakna berlapis, dapat diinterpretasi atau diterjemahkan menurut perspektif pribadi. Interpretan ini sangat dipengaruhi oleh *significant form* (kapasitas bentuk seni yang melahirkan emosi estetik) dan untuk memahaminya seseorang memerlukan pengalaman dan kecermatan.

### **Semar**

Di dalam pedalangan sangat terkenal menjadi Punakawan trah Pandawa yang memberi jalan dan bimbingan bagi para ksatria. Membenarkan yang salah dan meluruskan tindakan-tindakan yang akan menuju kepenyelewengan kebaikan. Apabila diperlukan dalam penyelesaian tuntutan yang sangat penting, berubah wujud dengan Sanghyang Ismaya (Balai Pustaka, 1991: 468-470).

Berikut beberapa atribut utama dari Semar menurut Dr. Sunarto, M.Hum (2012: 143-145):

- **Kuncung Semar**, bagian rambut yang menjulang di atas kening tokoh ini berwarna putih. Gaya rambut kuncung biasanya dianggap gaya rambut anak-anak. Memberikan konsep perpaduan unsur tua dan muda.
- **Mata *rembesan***, menggambarkan mata yang sedih dan dikatakan mengeluarkan air mata. Menggambarkan mata yang belum dibersihkan seperti habis bangun tidur.
- **Mulut *mesem***, bibir yang selalu tersenyum padahal raut mukanya nampak sedih, menyimbolkan perasaan senang bercampur sedih.
- **Anting *lombok***, menyimbolkan bahwa terkadang nasehat baik terasa pedas didengarkan dan membuat telinga panas.
- **Badan *ngropoh***, bentuk tubuh yang gemuk hingga memiliki dada seperti wanita. Semar diceritakan bukan pria, bukan wanita, bukan pula waria.
- **Tangan *nuding***, selalu memberikan petunjuk ke arah yang benar kepada siapa saja yang meminta.

### **Nala Gareng**

Gareng lazim disebut sebagai anak Semar dan masuk dalam golongan Punakawan dagelan atau pelawak. Wujudnya digubah serba cacat: mata juling, hidung bulat/bundar, tak berleher, perut gendut, kaki pincang, tangannya bengkok/tekle ceko (Balai Pustaka, 1991: 216).

Berikut beberapa atribut utama dari Gareng menurut Dr. Sunarto, M.Hum (2012: 145-148):

- **Mata *keru***, kornea mata tidak di tengah tapi mengarah ke atas atau samping. Bermakna memiliki pandangan atau pengetahuan luas.
- **Mata *juling***, kornea mata mengarah mendekati hidung. Melambangkan kalau tidak suka melirik hal yang bukan haknya.

- **Mulut *mesem***, senantiasa tersenyum dan menghibur orang di sekitarnya.
- **Tangan *tekle***, tangan yang tidak bisa digerakkan pada bagian sendi. Diartikan tidak suka mengambil barang orang lain.
- **Tangan *ceko***, tangan yang bengkok berkelok-kelok. Melambangkan permasalahan hidup kadang berliku namun pasti ada titik temunya.
- **Tangan *nuding***, selalu menunjukkan jalan yang baik dan benar.
- **Kaki *pincang***, menyimbolkan bahwa setiap melangkah hendaknya selalu berhati-hati.

### **Petruk**

Petruk adalah Punakawan di pihak keturunan/*trah wiratadya*. Petruk tidak ada disebutkan di dalam Kitab Mahabarata. Jadi jelas, bahwa kehadirannya di dalam pedalangan merupakan gubahan asli Jawa (Balai Pustaka, 1991: 398).

Berikut beberapa atribut utama dari Petruk menurut Dr. Sunarto, M.Hum (2012: 148-151):

- **Hidung *mare ula***, bentuknya seperti pare panjang. Menyimbolkan ketajaman pinciuman dan kepekaan perasaan.
- **Mulut *mesem***, ceria dalam situasi apapun, tidak hanya piawai melontarkan lelucon, namun juga lantang berbicara.
- **Tubuh *jangkung***, mempertimbangkan tiap kali melangkahkan kaki, cekatan, panjang akal, dan mudah mengulurkan bantuan.
- **Tangan kanan *nuding***, menunjukkan kehendak memilih apa yang dikehendaki, sedangkan tangan kiri mengepal diartikan menggenggam erat harapan atau apa yang telah dimiliki.
- **Sepatu Petruk**, menjaga kebersihan dan kesucian dalam setiap langkahnya.

### **Bagong**

Bagong terjadi dari bayangan Sanghyang Ismaya atas sabda Sanghyang Tunggal, ayahnya. Ketika Ismaya akan turun ke Aracapada, ia memohon kepada ayahnya, seorang kawannya yang akan menemaninya, karena Ismaya yang ditugaskan mengawasi kerabat *witaradaya*, merasa tidak syah apabila sesuatu persaksian hanya dilakukan oleh seorang. Maka Sanghyang Tunggal menciptakan Bagong dari bayangan Sanghyang Ismaya (Balai Pustaka, 1991: 75).

Berikut beberapa atribut utama dari Bagong menurut Dr. Sunarto, M.Hum (2012: 151-153):

- **Mata *mleleng***, mata bulat besar melambangkan memiliki pandangan luas dan selalu waspada.
- **Mulut *dower***, walau tampak lugu, namun ucapan yang dikatakan selalu jujur, tidak pernah berbohong lahir dan batinnya, bahkan sangat kritis menyikapi situasi.
- **Badan *ngropoh***, dikatakan sebagai bayangan Semar dan perawakannya mirip, namun bersikap agak semaunya sendiri dan apa adanya. Tingkah lakunya dan kepolosannya selalu mengundang kelucuan.
- **Tangan *megar***, senantiasa bekerja keras demi apa yang diinginkan.



### **Target Audience**

1. Demografis
  - a. Usia : 18-30 tahun
  - b. Jenis kelamin : pria dan wanita
  - c. Tingkat pendidikan : mahasiswa
  - d. Tingkat ekonomi : semua kalangan
2. Geografis  
Tinggal atau berasal dari Yogyakarta dan sekitarnya.
3. Psikografis  
Memiliki ketertarikan akan budaya tradisional.
4. *Behavioural*  
Biasa menggunakan atau memiliki *smartphone* dan media sosial.

## **Pembahasan Karya**

### **Gerakan Pengenalan Budaya Tradisi**

Perancangan ini pada dasarnya adalah bagian dari upaya pelestarian budaya. Menargetkan generasi muda sebagai sasarannya karena penerus dan pewaris peninggalan budaya tidak lain adalah generasi muda. Pendekatan yang sesuai harus dilakukan dengan melihat karakteristik generasi yang akrab dengan teknologi dan media sosial ini, supaya pesan dan tujuannya bisa tersampaikan.

Pengenalan Punakawan melalui ciri fisiknya akan cocok diwujudkan dalam infografis, namun membutuhkan strategi tersendiri dalam penyampaiannya. Pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting jika melihat *consumer journey* dan *survey* pada *Target Audience* (TA).

### **Tujuan Kreatif**

Tujuan utamanya adalah menyampaikan pesan moral yang ada pada atribut tokoh Punakawan sesuai karakteristik TA. Simbol-simbol tersebut diuraikan dan divisualkan secara menarik dan mudah dimengerti. Diharapkan TA mampu menangkap pesan dan mengetahui bahwa atribut pada Punakawan adalah *character building* yang inspiratif. Dari sini akan timbul rasa apresiasi pada warisan budaya dan diharapkan TA akan turut melestarikan budaya tradisi.

### **Strategi Kreatif**

Penggunaan gaya desain dan diksi yang familiar serta populer dengan TA akan mempermudah penerimaan pesan. Publikasi media yang konstan dengan mempertimbangkan kebiasaan sehari-hari TA supaya medianya tersampaikan. Menyoroti masalah yang biasa dijumpai TA dengan pendekatan yang jenaka dan dikaitkan dengan pesan pada Punakawan. Menjadikan tokoh Punakawan sebagai admin di media sosial yang bertujuan menghidupkan dan mendekatkan tema dengan TA.

- **Tone Warna**



Gambar 2. Palet warna yang Digunakan

Menggunakan kombinasi warna coklat atau sepia yang mewakili kesan kuno dan warna yang cenderung pastel dan *eye catching* guna menarik perhatian TA.

- **Tipografi**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar 3. Font Sansita

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar 4. Font Hattori Hanzo

Menggunakan *font* semi dekoratif untuk judul yaitu Sansita. Font Hattori Hanzo yang tipis cocok untuk media dengan ukuran kecil jika dibuka lewat *smartphone*.

- **Gaya Desain**

*Flat design* menjadi pilihan utama tidak hanya karena gaya ini sering dipakai pada media modern yang ditujukan untuk generasi muda, namun juga karena karakteristik wujud wayang kulit yang *flat* dengan perwarnaan minim gradasi. Elemen pertunjukan wayang kulit dan teknik tatah kulit menjadi sumber inspirasi. Bentuk hiasan kulit hasil sunggingan dideformasi dan menjadi elemen penting unsur-unsur desainnya.

- **Gaya Visual Ilustrasi**

Penggunaan foto pada dasarnya cukup guna menjelaskan materi, namun dengan pendekatan *flat design* yang dipakai, akan lebih sesuai jika menggunakan gambar ilustrasi karena pertimbangan harmoni dan kesatuan.

- **Teknik Ilustrasi**

Wayang kulit cocok ditransformasikan ke dalam gaya *vector* meski membutuhkan ketelatenan pada detailnya. Namun gaya *vector* yang rapi dirasa tidak bisa mencapai ekspresi dari bentuk-bentuk Punakawan, sehingga dipilih teknik *drawing* tapi tetap bergaya *flat*. Hal ini juga dipakai dalam pembuatan komik.

- **Gaya Layout**

Disesuaikan dengan gaya *flat design* yang *simple* namun tidak dangkal. Setiap bentuk atau unsur desain diupayakan memiliki makna yang kebanyakan diambil dari teknik tatah kulit. Mayoritas media menggunakan *layout* simetris, terutama tampak pada aplikasi Android.



- **Software yang Digunakan**

*Corel Draw X7* digunakan dalam merancang semua infografis. *Photoshop CS6* dan *Sai Paint Tool* digunakan untuk menggambar tokoh Punakawan dan komiknya. *Adobe Flash CS6* dipakai menyusun *assets* menjadi aplikasi *Android*.

## Temuan

Penyampaian pesan secara komunikatif dengan pendekatan komik dan personifikasi Punakawan sebagai admin media sosial, terbukti lebih menarik dan mempermudah TA menangkap inti pemikiran Jawa dalam Punakawan. Kebaruan perancangan ini bukan terdapat dari materi informasi karena padasarnya materi informasi merupakan olahan pelbagai sumber khususnya dari penelitian Dr Sunarto, M.Hum ataupun juga bentuk media komunikasi visual. Temuan perancangan ini justru dari cara memvisualkan (*infographic* serta komik) dan mengkomunikasikan olahan diksi serta menginterpretasi pemikiran Jawa yang selama ini masih jarang digunakan pada materi wayang. Terbukti dari *feedback target audience* dengan beragam komentar positif yang menunjukkan ketertarikan pada materi yang belum banyak mereka tahu. Admin yang berperan menjadi tokoh Punakawan bisa memperpendek jarak dengan *target audience*, sehingga komunikasi (pada bagian komentar) terasa lebih akrab.

Kreatifitas pengembangan media tidak terbatas pada gambar digital pada sosial media, tapi juga multimedia (*motion graphic*), aplikasi *smartphone* sampai *paper art*. Hal ini mendapat respon cukup baik di Instagram. Sedangkan dari para ahli juga memberikan *review* sangat bagus, terutama dari Ketua PEPADI dan dalang sekaligus dosen Pedalangan ISI, Ki Udreka.

- **Media Judul**



Gambar 3. Judul Media

Setiap media membawa tajuk “Ayok Mengenal Punakawan”. Ini jelas merupakan kalimat ajakan, bertujuan membangun komunikasi dengan *Target Audience* (TA). Kata “Ayok” berasal dari “ayo” dengan tambahan “k” yang merupakan logat lokal (Jogja).

Jenis *font* merupakan perpaduan *font sans serif* dengan *font* dekoratif. Bentuk *font* “Punakawan” didistorsi dengan memasukkan unsur tiap karakter Punakawan. Semar diwakili dengan sudut lancip berwarna putih (seperti kuncungnya) pada huruf “P” yang nampak paling besar, seperti Semar yang gemuk dan merupakan ayah karakter lain. Petruk diwakili dengan bagian huruf “k” yang memanjang tidak lazim, seperti tubuhnya yang serba panjang. Bagong diwakili huruf “w” dengan satu sisi yang dilebihkan

menyerupai bibir *dower* Bagong atau bentuk tubuhnya yang gemuk. Gareng diwakili huruf “n” di ujung dengan bentuk yang berkelok seperti tangan *ceko* Gareng.

Warna *orange* kecoklatan (R: 23 G: 165 B: 54) digunakan sebagai warna identitas, memiliki kesan bersemangat dengan pertimbangan keharmonisan dengan warna coklat dan sepia yang dipakai, sebagai konsep desain yang mengangkat tema kuno.

• **Infografis Berseri**



Gambar 4. Infografis Kuncung Semar

Setiap tokoh memiliki banyak atribut, agar mudah mempelajarinya maka dipotong perbagian. TA tidak langsung dijejali dengan banyak materi, tapi diberi asupan informasi singkat *bit by bit*. Media ini disebarakan melalui *Facebook Fan Page, Instagram, Tweeter* dan *Wordpress* secara berkala dan konsisten.

Tepian yang bergerigi pada *bar* nama atribut mengambil inspirasi dari tatahan kulit. *Text box* menyerupai *text box chatting* agar memberikan kesan seperti obrolan guna membangun komunikasi dengan TA. Diksi sangat non formal

dengan mempertimbangkan bahasa yang biasa digunakan TA. Memiliki *background* motif kawung yang merupakan motif khas Yogyakarta karena Punakawan yang dibahas adalah Punakawan Yogyakarta.

• **Infografis Lengkap**



Setelah semua infografis berseri seorang karakter selesai dipublikasi, TA disuguhi infografis yang lengkap sehingga mengetahui atribut tokoh tersebut secara menyeluruh. Memasukkan unsur tatahan bermotif Langgat Bubuk yang seperti garis putus-putus. *Bar* nama Semar menyerupai awan yang menyimbolkan bahwa Punakawan khususnya Semar aslinya adalah dewa dari kahyangan. *Background* bermotif tatahan kawung yang samar-samar supaya tidak tampak hiruk pikuk.

*Border* lingkaran tiap gambar atribut, terinspirasi dari bentuk hiasan gantungan tatahan kulit. *Text box* menyerupai *text box chatting* agar memberi kesan obrolan

dan komunikatif. Diksi sangat non formal agar tidak kaku bagi TA. Warna nampak *eye catching* dengan gradasi yang harmonis.

- **Komik Strip**



Gambar 6. Komik Strip Atribut Semar

Komik ini mengangkat tema permasalahan yang biasa ditemui TA seperti masalah di kampus, baper, galau, dan masalah mahasiswa pada umumnya yang diharapkan mampu mengundang empati karena mungkin pernah dialami. Kemudian direspon dengan pesan moral yang dibawa Punakawan.

Menekankan bahwa ajaran tradisi khususnya pada Punakawan masih relevan diterapkan saat ini. Punakawan diposisikan sebagai teman seorang tokoh yang mewakili TA, bernama Bambang atau Bam. Nama ini memiliki arti “ksatria”, merujuk pada konsep Punakawan yang selalu memomong dan mendampingi ksatria pilihan. Menggunakan pendekatan

jenaka supaya lebih menarik perhatian TA. Gaya gambar seperti kartun lucu dan sederhana. Diksinya non formal cenderung gaul seperti percakapan anak muda. Pada bagian bawah diberi penekanan arti dari atribut Punakawan yang dibahas.

- **Aplikasi Android**

Merupakan pengembangan media baru yaitu infografis yang interaktif. Media ini tidak bisa menjadi media utama, namun perannya sangat penting yaitu menyatukan semua informasi dari infografis yang di-*publish*. Memiliki konten informasi dari seluruh infografis yang disajikan secara interaktif dengan menggunakan pendekatan *flat design* yang simple, ringan, cepat dan mudah digunakan.

Pada tampilan menu depan, mengambil inspirasi dari adegan *goro-goro* pada pertunjukan wayang. Menggunakan warna *orange* yang memberikan semangat dan memiliki unsur keharmonisan dengan warna tubuh Punakawan. Selain itu juga memasukkan unsur tatahan kulit guna mengentalkan unsur tradisi. TA atau *user* dapat dengan bebas memilih bagian atribut mana yang ingin diketahui. Dengan mudah dapat memilih karakter yang diinginkan melalui tombol di bawah. *Icon* gunung dipojok, jika dipilih akan memunculkan *icon* lain yang memuat keterangan sejarah singkat wayang kulit, pengantar tentang Punakawan dan deskripsi setiap tokoh Punakawan.

*Background* gelap dengan cincin-cincin yang terus berputar melambangkan antariksa. Dikatakan mempelajari wayang seperti mempelajari *microcosmos* dan *macrocosmos*, jiwa dan semesta. Musik menggunakan rekaman gending tradisional

gamelan yang sederhana supaya membangkitkan suasana budaya tradisi, hasil aransemen musisi gamelan terkenal di Yogyakarta.

Setiap bentuk desain diupayakan mengambil unsur dari tatahan kulit yang digabungkan dengan gaya *flat design* yang modern. Penggunaan diksinya non formal seperti media lain. Materi yang disajikan memang sangat terbatas, sehingga dirancang *Facebook Fan Page* dan *Wordpress* yang memuat informasi lebih lengkap. Disertakan *link* supaya *user* mudah mengaksesnya jika ingin mengetahui lebih lanjut. Aplikasi ini ditujukan untuk Andorid dan dapat di-*download* di *Google Play* secara gratis dan bebas iklan dengan *size* kecil.



Gambar 7. Tampilan depan aplikasi



Gambar 8. Tampilan di dalam aplikasi



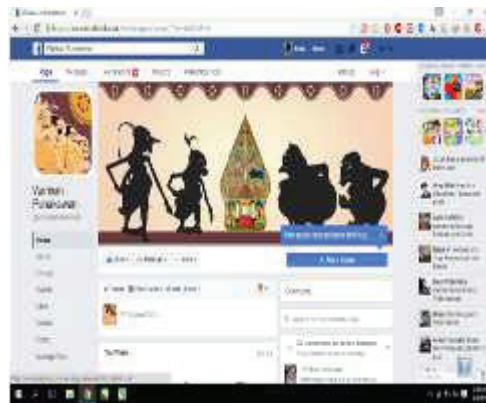
Gambar 9. Tampilan di dalam aplikasi

• **Facebook Fan Page dan Instagram**

Penggunaan media sosial pada *target audience* cukup tinggi menurut beberapa *survey* seperti Nealsn. Hal ini dimanfaatkan guna menyebarluaskan media-media yang dirancang supaya lebih mudah menjangkau *target audience*. Publikasi dengan cara *memposting* media sudah dilakukan semenjak 12 Mei 2016 sampai 8 September 2016 dan terus berlanjut. Mendapatkan respon cukup baik di Instagram dengan jumlah *followers* mencapai 2.820 dan masih dapat naik.



Gambar 10. Tampilan Instagram Warisan Punakawan



Gambar 11. Tampilan halaman muka Facebook Fan Page



## Kesimpulan

Wayang kulit seperti peninggalan budaya lain, mulai sepi peminat, terutama dari kalangan generasi muda. Padahal dalam wayang kulit khususnya Punakawan, mengandung pesan moral atau ajaran yang masih relevan diterapkan pada saat ini. Pengenalan tokoh Punakawan dirasa perlu guna menumbuhkan rasa apresiasi dan memberikan inspirasi yang bisa membuat generasi muda dapat turut melestarikan peninggalan budaya.

Perancangan ini berupaya menyampaikan pesan moral pada wayang kulit melalui ciri fisik masing-masing tokoh Punakawan. Menggunakan pendekatan yang sesuai dengan generasi muda agar lebih mudah diterima, dengan menggunakan gaya *flat design*, diksi nonformal, dan media interaktif yang semuanya memanfaatkan internet dan *gadget*.

Pendekatan personifikasi dengan memasukkan kasus yang biasa dijumpai *target audience* terbukti mampu menarik simpati karena mereka bisa menarik kesamaan dari pengalamannya. Personifikasi admin (meski masih perlu banyak mendalami peran) mampu menjalin keakraban karena *target audience* seolah mengenal siapa yang mereka ajak berkomunikasi.

Responden dan *followers* yang cukup banyak memberi masukan, menjadi pertimbangan keputusan desain komunikasi visual terutama untuk melihat media yang paling digemari dan berpotensi dikembangkan. Media audio visual atau video menjadi salah satu favorit *target audience*. Deskripsi dan visualisasi melalui media audio visual dirasa lebih efektif jika memanfaatkan sosial media karena *target audience* lebih mudah meresap informasi meski durasinya singkat.

Pengolahan materi informasi tentang falsafah Jawa perlu dilakukan jika ingin merangkul generasi muda. Interpretasi dengan hermeneutika cukup baik digunakan sebagai pisau bedah sekaligus pisau dapur guna menyajikan materi yang mampu memikat *target audience*, karena selain kendala bahasa, juga tingkat kerumitan falsafah Jawa yang tidak bisa ditelan mentah-mentah. Pemaksaan sajian materi dan media yang mentah tanpa memperhatikan karakteristik *target audience* tidak akan mendapat respon yang baik dan ini banyak terjadi saat ini. Tidak hanya pada materi Punakawan, namun juga potensi kearifan lokal perlu dikemas secara menarik supaya mampu diterima generasi muda seperti halnya sudah dilakukan beberapa negara lain.

## Kepustakaan

- AK, Soetarno. 1989. *Ensiklopedi Wayang*. Solo: Dahara Proze.  
Balai Bahasa. 1991. *Ensiklopedi Wayan*. Jakarta: Balai Bahasa.  
Berger, Arthur Asa. 2000. *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya  
Danesi, Marchel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.  
Kasilo, Djito. 2008. *Komunikasi Cinta*. Jakarta: PT Gramedia.  
Koentjaraningrat. 1980. *Sejarah Antropologi I*. Jakarta: Universitas Indonesia.  
Kresna, Ardian. 2002. *Punakawan Simbol Kerendahan Hati Orang Jawa*. Yogyakarta: Narasi.

- Lippincot, J.K. April 2011. *Net Generation adn Libraries di Education the Net Generation*. Diana G. Obliner & James L. Oblinger (Eds). S.I: Educause.
- Mulyono, Sri. 1979. *Simbolisme dan Mistikisme dalam Wayang*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- \_\_\_\_\_. 1975. *Wayang: Asal-usul, Filsafat dan Masa Depanannya*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Panofsky, Erwin. 1955. *Meaning in the Visal Arts*. Garden City, N.Y.: Doubleday & Company, Inc.
- Piaget, Jean. 1995. *Strukturalisme*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Poespoprodjo, W. 2004. *Hermeneutika*. Bandung: Pustaka Setia.
- Pranoto, Tjaroko HP Teguh. 2007. *Semar: Ajaran Hidup, Tuntuan Luhur, Piwulang Agung*. Solo: Kuntul Press.
- Ricouer, Paul. 2006. *Hermeneutika Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Singh, Anjali. 2014. "Challenges and Issues of Generation Z". *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, Volume 16, Issue 7. Ver. I. July 2014.
- Sumukti, Tuti. *Semar: Dunia Batin Orang Jawa*. Yogyakarta: Galang Press.
- Sunarto. 2012. *Punakawan Nusantara*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Punakawan Yogyakarta*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Seni Tatah Sungging Kulit*. Yogyakarta: Prastista.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Seni Tatah Sungging Kulit*. Yogyakarta: Cipta Media.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Wayang Kulit Purwa*. Yogyakarta: Arindo Offset.
- Tinarbuka, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tanudjajan, Bing Bedjo. 2013. *Estetika Visual dan Makna Punakawan wayang Kulit Purwa: Semar, Gareng, Petruk dan Bagong*. Yogyakarta: PPS ISI Yogyakarta.
- Yurisaldi, Arman. 2015. *Rahasia Kebudayaan Jawa*. Yogyakarta.
- Gibson, Kristin. 2013 *Generation Z, The next generation of college students*. NIRSA School of Collegiate Recreation. Online:  
[https://www.jmu.edu/recreation/\\_files/presentations/gen-z-social-media.pdf](https://www.jmu.edu/recreation/_files/presentations/gen-z-social-media.pdf)
- Half, Robert. Get Ready for Generation Z. Online:  
[https://www.roberthalf.com/sites/default/files/Media\\_Root/images/rh-pdfs/rh\\_0715\\_wp\\_genz\\_nam\\_eng\\_sec.pdf](https://www.roberthalf.com/sites/default/files/Media_Root/images/rh-pdfs/rh_0715_wp_genz_nam_eng_sec.pdf)
- Razdan, Rohit. November 2013. *Indonesia Consumer Report 2014*. McKinsey&Company. Online:  
[http://www.mckinsey.com/~/\\_media/McKinsey%20Offices/Singapore/Indonesia%20Consumer%20Report%202014.ashx](http://www.mckinsey.com/~/_media/McKinsey%20Offices/Singapore/Indonesia%20Consumer%20Report%202014.ashx)