

PERANCANGAN *MULTI-CONSTRUCTIONAL POP-UP BOOK* CERITA SAWUNGGALING SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN LEGENDA ASLI SURABAYA UNTUK ANAK-ANAK

Titis Febri Prabandari¹⁾ Thomas Hanandry Dewanto²⁾ Yosef Richo Adrianto³⁾

S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) heebong88@gmail.com, 2) thomas @stikom.edu, 3) yosef@stikom.edu

Abstract: Surabaya is known as the city of heroes that rapidly growing into a metropolitan city. It is been called as the city of heroes for a good times does not make its local legend keeps alive and being told to the younger generations. On the contrary, they are gradually dulled and being thrown aside off the coming of more popular imported fairy tales. Effort needs to be made to create a more creative approach thus pick the younger generation's interest to read local legends and fairy tales. Multi-constructional pop-up can be considered as one of the better approach. The design is done with observation, interview, and literature studies using keyword viewpoint literature review result namely kids, pop-up book, Sawunggaling legend, and Surabaya. By using qualitative method of analysis that is supported by indicators STP (Segmenting, Targeting and Positioning) and USP (Unique Selling Proposition) obtained the word "jaunty" that can be described into "having or expressing a lively, cheerful and self-confident manner" as the design concept. "Sawunggaling – a Journey of an Epic Hero" as the tittle with traditionally drew illustrations and multi-constructional pop-up designs as the point of interest.

Keywords: Design, Illustration book, multi-constructional pop-ups, legends, Surabaya, Sawunggaling, jaunty

Tujuan yang ingin dicapai pada tugas akhir ini adalah merancang buku cerita legenda Surabaya tentang Sawunggaling dengan teknik *multiple construction pop-up* untuk usia 6 hingga 10 tahun. Perancangan ini dilatarbelakangi oleh mulai terlupakannya legenda lokal dan sedikitnya dokumentasi tentang Sawunggaling yang ada di Surabaya. Dan pengenalan paling baik untuk maksud jangka panjang adalah dengan pendekatan interaktif pada anak-anak.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Legenda adalah cerita prosa rakyat pada zaman dahulu yang ada hubungannya dengan peristiwa sejarah maupun tokoh cerita yang masih hidup, namun karena tidak adanya dokumentasi yang memadai menyebabkan kisah tersebut mengalami distorsi sehingga sering kali jauh berbeda dengan kisah aslinya. Legenda biasanya diturunkan dalam bentuk lisan, namun juga banyak yang mengemasnya dalam bentuk buku yang lebih praktis dan menarik. Salah satu bentuk terapan yang lebih kreatif daripada hanya

sekedar buku adalah bentuk model *pop-up* yang tidak hanya menyediakan informasi pesan dalam bentuk naskah cetak, namun dengan ilustrasi yang dapat bergerak dengan bantuan energi kinetik yang tercipta saat buku dibuka.

Surabaya adalah kota yang memiliki banyak legenda, khususnya legenda kepahlawanan melawan kolonialisme Belanda. Beberapa yang terkenal adalah legenda Untung Suropati dan Joko Dolog. Namun banyak juga yang mulai tenggelam ditelan kepopuleran dongeng-dongeng yang lebih modern atau dongeng impor yang lebih diminati. Salah satu dari legenda-legenda itu mengambil tempat di daerah pinggiran barat Surabaya, tepatnya di daerah Wiyung, yaitu kisah tentang seorang pemuda yang bernama Joko Berek yang nantinya akan lebih dikenal dengan nama Sawunggaling.

Legenda Sawunggaling seperti yang disadur dari buku “Hikajat Soerabaia Tempo Doeloe” karangan Dukut Imam Widodo (2013), bercerita tentang seorang anak bernama Jaka Berek, yang tumbuh di pinggiran hutan di daerah yang saat ini lebih dikenal sebagai Wiyung. Jaka Berek tumbuh sebagai anak yang tidak memiliki ayah, saat ia bertanya pada ibunya baru diketahui bahwa ayahnya adalah Adipati yang berkedudukan di Surabaya. Setelah mengetahui keberadaan ayahnya Jaka Berek kemudian pergi ke Surabaya dan disana ia terlibat pertarungan dengan saudara tirinya. Jaka Berek kelak diberi nama Sawunggaling oleh Adipati Jayengrana ini, ialah sosok heroik dalam peperangan melawan Belanda. Cerita hidupnya sendiri sangat jarang didokumentasikan sebelumnya, baik dalam bentuk dokumen resmi maupun fiksi komersil.

Legenda Sawunggaling seharusnya dapat menjadi ikon semangat dan keberanian bagi masyarakat Surabaya. Selain itu dengan karakteristik cerita kepahlawanan dan petualangan, legenda Sawunggaling memiliki potensi besar menjadi salah satu bahan bacaan yang menarik perhatian mayoritas anak-anak sekaligus menanamkan semangat, kejujuran dan keberanian sejak dini.

Dalam bukunya tentang perkembangan psikologi anak, Elizabeth Hurlock (1978) memaparkan bahwa buku dengan tema kepahlawanan jauh lebih populer,

karena anak-anak dapat mengidentifikasi dan mengagumi serta ingin memiliki sifat yang ada pada pahlawan tersebut. Anak-anak pada usia 6 hingga 10 tahun cenderung lebih menyukai cerita yang lebih realistik dengan tiga saluran utama cerita yang disukai, yaitu petualangan dan kekerasan, kemewahan dan cinta, serta pendidikan. Jika dilihat dari sisi ini saja Legenda Sawunggaling memenuhi kriteria sebagai bahan bacaan yang berpotensi besar menjadi populer di kalangan anak-anak di usia 6 hingga 10 tahun.

Kenyataan yang terjadi dalam masyarakat saat ini adalah legenda Sawunggaling sudah sangat jarang ditemui, karena minat anak-anak pada legenda impor rata-rata lebih besar dari pada legenda lokal. Legenda impor dengan kemasan yang begitu bervariasi, dari media cetak hingga digital yang dengan cepat menjadi favorit anak-anak di Indonesia. Hal ini ditunjang oleh teknologi internet yang memungkinkan masuknya informasi dengan lebih mudah, sehingga legenda lokal dengan kemasan yang tidak menarik perlahan-lahan semakin tergerus dan menghilang. Padahal pesan moral yang dibawa cerita-cerita impor ini belum tentu sesuai dengan adat dan kebiasaan di daerah Surabaya.

Buku adalah salah satu pilihan terbaik dalam upaya mempopulerkan kembali legenda yang mulai terlupakan. Seperti yang diungkapkan Soepena Ps (1997), keunikan buku yang tidak ditemukan pada media yang lain adalah, buku bersifat pasif. Sifat pasif disini berarti pengguna tidak dipacu menurut kecepatan bunyi suara yang dihasilkan media recorder, pengguna secara bebas dapat menentukan kecepatannya sendiri dalam membaca buku. Buku sendiri dianggap lebih stabil dibandingkan dengan penjelasan lisan, informasinya dapat dibaca berulang hingga dapat dimengerti, atau bahkan dihafalkan. Membaca buku juga dapat mengembangkan bahasa anak-anak terutama di usia mulai sekolah.

Pop-up merupakan teknik dalam membuat buku interaktif yang menurut David A. Carter dan James Diaz pada halaman *introduction* dalam bukunya ‘*The Elements of Pop-up Book: for Aspiring Paper Engineers*’ (1999), adalah buku dan kartu yang memiliki dimensi dan dapat digerakkan. Seperti ajaran Confusius yang dikutip oleh (www.popuplady.com), “aku mendengar dan aku lupa, aku melihat dan aku

mengingat, aku mencoba dan aku mengerti”, dibutuhkan lebih dari sekedar pemahaman audio dan visual agar satu cerita bisa benar-benar melekat dalam ingatan seseorang. Diperlukan juga keterlibatan secara fisik dalam usaha penanaman nilai yang ada pada Legenda Sawunggaling. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan media buku dengan teknik lipit *pop-up*, yang memiliki sisi interaktif yang dapat dengan mudah menarik perhatian.

Pop-up sendiri memiliki berbagai macam varian konstruksi yang selalu berkembang dan dapat dikombinasikan untuk menciptakan teknik-teknik konstruksi baru. Luasnya dan dinamisnya perkembangan *pop-up* ini dapat dijadikan satu ciri yang menjadi khas suatu karya. Dengan pemanfaatan berbagai macam teknik melipat yang awalnya berkembang dari sekedar *lift a flap* sederhana hingga menjadi *multiple construction* yang lebih rumit menghasilkan sebuah buku cerita yang dapat dibuka, timbul, dan digeser yang jika dilengkapi dengan perancangan estetika yang mendukung, tidak menjadi bacaan yang hanya sekali dilihat namun dapat juga di koleksi.

Target yang dituju dalam pemasaran hasil karya tugas akhir ini adalah anak-anak, sebab menurut Mowen yang dikutip oleh Rhenald Kasali pada buku *Membidik Pasar Indonesia* (1998:189), anak-anak adalah pasar masa depan. Jika seorang anak menyukai sesuatu dimasa kecilnya, kesenangan ini akan terus terbawa hingga ia dewasa. Ditambah dengan daya ingat visual anak-anak yang lebih kuat dan kemampuan menyerap informasi yang lebih cepat, anak-anak adalah target dengan potensi yang paling besar dalam pembuatan karya tugas akhir ini. Anak-anak di usia 6 hingga 10 tahun memiliki kemampuan motorik dan menalar yang dapat mengimbangi rasa penasaran mereka, dan mulai tertarik untuk mencari sendiri apa yang menjadi kesenangan mereka.

Anak-anak adalah target utama yang membutuhkan target sekunder sebagai pembuat keputusan, yaitu orang tua. Sebab menurut Rhenald Kasali (1998:190), anak-anak masih bergantung pada keputusan orang tua dalam membeli barang kebutuhan mereka. Anak-anak, khususnya yang datang dari kelas ekonomi yang berkecukupan, memiliki orang tua yang

dapat mengalokasikan barang kebutuhan yang terbaik untuk anak-anak mereka.

Berdasarkan masalah yang ada, tugas akhir ini mengangkat judul “Perancangan *Multiple Construction Pop-up Book* Cerita Sawunggaling Sebagai Upaya Pelestarian Legenda Asli Surabaya Untuk Anak-anak” sebagai bagian dari usaha pelestarian budaya asli Surabaya yang mulai tergerus dengan banyaknya dongeng impor yang beredar di masyarakat.

Harapan dari karya tugas akhir ini adalah agar anak-anak yang kelak menjadi pemegang tongkat estafet pembangunan bangsa, tidak serta merta melupakan legenda yang menjadi tanda moral dan semangat rakyat Surabaya. Selain itu, dengan adanya karya tugas akhir ini dapat meramaikan pasaran literatur di Indonesia yang masih jarang menggunakan teknik perancangan *pop-up book*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mencari informasi dan menganalisa gejala dan fenomena seputar cerita legenda lokal, khususnya untuk cerita Sawunggaling dan minat anak terhadap membaca sebagai hobi serta hubungan keduanya dalam rangka mencari metode yang paling tepat dalam pelestarian legenda lokal asli Surabaya lewat *multiconstructional pop-up book*.

Metode penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif dan induktif. Metode ini berangkat dari data yang ada, bukan dari teori. Jadi fokus penelitian kualitatif bukan pada pembuktian sebuah teori yang sudah ada. Adapun landasan teori biasanya sekedar digunakan sebagai penopang fokus penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh memiliki peranan yang penting untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan *multiconstructional pop-up book* legenda Sawunggaling untuk anak, sehingga diperlukannya data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Data ini digunakan untuk mengetahui konsep awal yang akan digunakan untuk pembuatan *multiconstructional pop-up book* legenda Sawunggaling untuk anak.

KONSEP DAN PERANCANGAN

Data Produk

Sebagai media pelestarian legenda yang mengusung budaya asli Surabaya pada anak, diharapkan buku *pop-up* ini dapat memberikan pengetahuan dan hiburan yang dapat menarik perhatian anak-anak. Buku *pop-up* sendiri memiliki berbagai macam versi dan jenis, sesuai dengan teknik konstruksi pembuatan yang digunakan. *Multiconstruction pop-up* adalah salah satu teknik dengan tingkat pengembangan kreativitas, karena tidak hanya terbatas pada satu jenis teknik saja, namun berbagai macam konstruksi yang dikira dapat membantu anak tertarik dapat diterapkan.

Profil Konsumen

Anak-anak sebagai target audiens, tidak memiliki kekuatan dalam membeli sesuatu berdasarkan keinginan mereka. Anak-anak membutuhkan Orang tua sebagai *decision maker*, maka selain anak-anak sebagai target audiens ditetapkan juga orang tua sebagai *target market*.

Anak-anak sebagai target audiens dianggap sebagai *dream market* karena anak-anak cenderung peka terhadap merek namun tidak peka terhadap harga. Apalagi anak-anak yang tumbuh di kota-kota besar dengan orang tua yang memiliki peningkatan penghasilan yang lebih besar dan baik dengan ukuran keluarga kecil. Dengan demikian orang tua mereka mengalokasikan penghasilan yang lebih besar untuk anak-anaknya.

Dengan kemungkinan tingkat sosioekonomi yang tinggi orang tua menginginkan yang terbaik bagi anak-anaknya. Sebisa mungkin mereka mencari bentuk hiburan yang juga memiliki nilai sebagai sumber informasi dan edukasi yang dapat membentuk pola sikap anak yang jarang mendapat perhatian orang tua yang terlalu sibuk dengan pekerjaannya. (Khasali, 1999: 189)

Profil Pembaca *Pop-Up*

Dalam masa kanak-kanak akhir (usia 6-10 tahun), anak-anak melatih diri mereka sendiri dengan suatu kebiasaan yang akan mereka bawa hingga dewasa. Mereka mudah terpengaruh dan mulai menggemari membaca, khususnya bacaan dengan ilustrasi sebagai bentuk hiburan alternatif jika cuaca sedang tidak mendukung untuk bermain diluar, atau

saat mereka sedang sakit, atau saat mereka sudah terlalu lelah untuk melakukan permainan yang membutuhkan keterlibatan secara fisik. Anak-anak di usia ini mulai mengenali membaca sebagai bentuk hiburan selain permainan fisik. Anak cenderung lebih menyenangi cerita yang bisa mereka kaitkan dengan lingkungan tempat mereka berada dan pengalaman mereka sendiri. Cerita yang terlalu ‘khayal’ dianggap sebagai sesuatu yang ‘kekanak-kanakan’ dan bohong. Mereka juga lebih menyukai karakter pahlawan sebagai tokoh cerita utama dengan akhir cerita yang bahagia, namun masih dalam realita yang bisa mereka cerna.

Anak-anak di usia ini mulai membangun kematangan dalam penilaian moral yang mendekati kode moral orang dewasa, mereka mulai berperilaku sesuai standar yang telah ditetapkan oleh orang-orang dewasa. (Hurlock, 1978:163)

Posisi Pasar *Pop-up*

Dengan makin beragamnya buku-buku cerita yang masuk dalam pasar Indonesia, geliat buku-buku *pop-up* mulai terlihat dengan makin banyaknya buku cerita yang memakai teknik tersebut. Dengan keunikan berupa buku yang bisa ‘bergerak’ dan ‘timbul’, buku *pop-up* memiliki daya tarik baik bagi anak-anak maupun orang tua yang menjadi target market dalam pemasaran buku-buku jenis ini.

Buku *pop-up*, cenderung berharga lebih mahal karena dibutuhkan keterampilan tangan dalam mengolahnya, namun harga ini dianggap pantas jika dilihat dari sisi interaktif dan segi estetis yang sangat berpengaruh pada keputusan anak dan orang tua.

Segmentasi Pasar

Buku ilustrasi ini nantinya ditujukan kepada anak-anak berumur 6 hingga 10 tahun dengan jenjang pendidikan setingkat SD. Anak-anak pada kategori usia ini cenderung termasuk dalam masa kanak-kanak akhir yang merupakan masa kritis pertumbuhan dan pembentukan kepribadian. Anak-anak pada kelompok ini memiliki karakteristik kuat sebagai anak-anak yang emosional dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

Pembanding

Pembanding yang akan digunakan adalah buku cerita yang berisi legenda Sawunggaling yang sudah beredar dipasaran. Buku ini memuat legenda

Sawunggaling yang diceritakan kembali dalam bahasa Inggris oleh Slamet Riyanto. Yang diterbitkan oleh penerbit pustaka pelajar asal Yogyakarta.



Gambar 1 Cover Depan Buku Sawunggaling
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Buku ini sendiri hanya berisi teks tanpa ilustrasi sama sekali, walaupun pasar yang disasar adalah pasar anak-anak yang mudah bosan dengan bacaan tanpa gambar.



Gambar 2 Isi Dari Buku Sawunggaling
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Analisis Data

Hasil Wawancara

Metode ini merupakan proses tanya jawab lisan yang berfungsi untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi. Wawancara memungkinkan peneliti mendapatkan data dalam jumlah yang banyak. Adapun informan yang dipilih adalah juru kunci makam Sawunggaling, Bapak Baidlowi pada tanggal 27 Maret 2015 pukul 23.00 WIB, yang diperkuat oleh hasil wawancara dengan Dukut Imam Widodo, seorang sastrawan yang melakukan studi pustaka tentang Surabaya sejak tahun 1987. Hasil dari studi pustaka Dhukut Imam Widodo dituangkan dalam buku *Soerabaya Tempoe Doeloe* yang sudah beredar luas di kota Surabaya. Data ini diambil pada tanggal 3 April 2015 pada pukul 20.00 WIB. Dhukut Imam Widodo mengukuhkan cerita dan

data yang telah di dapat dari wawancara terdahulu dengan Bapak Baidlowi.

Dari transkripsi wawancara yang terlampir dapat ditarik kesimpulan bahwa kisah Sawunggaling mulai banyak dilupakan oleh masyarakat Surabaya, dan keberadaan tokoh legenda ini dapat dibuktikan kebenarannya.

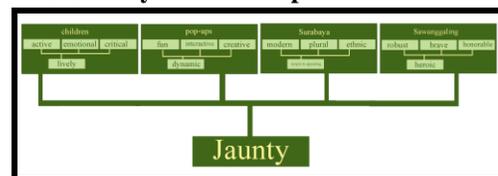
Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi dari beberapa buku, jurnal, dan website, didapatkan berbagai macam data yang berhubungan dengan realitas legenda Sawunggaling dalam masyarakat saat ini. Dari hasil observasi diketahui bahwa masyarakat mulai melupakan keberadaan legenda Sawunggaling.

Berdasarkan observasi tentang pemilihan media, berikut kelebihan media *pop-up book* dibanding media *online* atau elektronik lainnya adalah:

- a. Buku *pop-up* bersifat interaktif yang membutuhkan partisipasi aktif pembaca dalam membuka, menutup, menarik *tab*, atau memutar roda mekanisme sederhana pada rancangan buku. Partisipasi ini menimbulkan pengalaman yang melekat lebih kuat dalam benak anak-anak sehingga pesan dan isi cerita dapat diserap lebih cepat.
- b. Buku, pada umumnya memiliki sifat yang lebih praktis karena hanya membutuhkan sumber cahaya untuk membacanya. Berbeda dengan peralatan elektronik yang membutuhkan bantuan listrik yang berasal dari sumber yang belum memiliki cukup teknologi untuk digunakan tanpa habis.

Analisis Keyword/Konsep



Gambar 3 *Keyword*
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dalam perancangan *multiconstruction pop-up* adalah **“JAUNTY”**. Pemilihan kata tersebut berdasarkan hasil analisis dari beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan kajian pustaka. Pemilihan

keyword tersebut ditetapkan berdasarkan acuan terhadap analisis data yang telah dilakukan sebelumnya.

Perencanaan Kreatif

1. Tujuan kreatif

Media utama yang berupa buku *Pop-up* cerita legenda Sawunggaling nantinya harus bisa memberikan dampak yang besar serta kesan yang kuat guna memengaruhi target audiens, sehingga pesan yang terkandung dalam buku bisa tersampaikan. Tujuan kreatif dari penciptaan buku *pop-up* book cerita Legenda Sawunggaling ini adalah nilai moral yang terkandung dalam cerita, serta semangat arek Suroboyo yang terdapat di dalamnya dapat diajarkan pada anak-anak sambil memberikan mereka hiburan dan kesenangan. Buku ini nantinya akan dipenuhi dengan *pop-up* yang menarik, gambar-gambar karakter yang disesuaikan dengan anak-anak yang dapat menarik minat mereka pada cerita legenda Sawunggaling.

2. Perencanaan Karakter

Pada pembuatan desain karakter mengacu kepada *keyword* dan disesuaikan dengan karakter asli budaya tradisional Surabaya yang dicerminkan pada baju dan keadaan latar tempat berlakunya cerita yang sudah dibahas pada tinjauan pustaka. Sedangkan karakter dibuat dengan gaya desain yang terlihat sedikit realis dan menyenangkan sesuai dengan *keyword* 'jaunty' yang telah ditemukan sebelumnya.

Sketsa Alternatif Desain Karakter



Gambar 4 Pilihan Desain Sawunggaling 1
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pilihan sketsa ini tidak dipilih karena terlihat terlalu kekanakan, sementara konsep desain yang diinginkan adalah gaya yang lebih realistik.



Gambar 5 Pilihan Desain Sawunggaling 2
Sumber: Olahan Peneliti

Pilihan sketsa ini tidak dipilih karena kurang sesuai untuk target audiens anak-anak.



Gambar 6 Pilihan Desain Sawunggaling 3
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pilihan sketsa ini yang dipilih karena gayanya lebih mendekati dengan konsep yang sudah ditetapkan peneliti.

Dibawah ini adalah hasil sketsa karakter lainnya yang disesuaikan dengan gaya gambar yang terpilih sebelumnya.



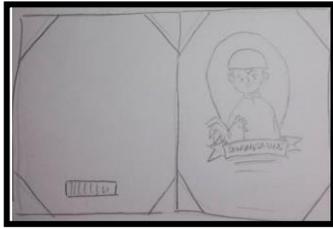
Gambar 7 Desain Adipati Jayengrana
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 8 Desain Dewi Sangkrah
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

4.14.3 Story Board

Dibawah tercantum hasil sketsa story board cerita.



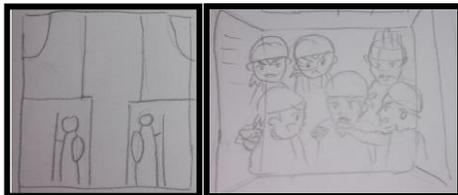
Gambar 9 Sketsa Desain Cover
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 10 Sketsa Halaman Pembuka
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



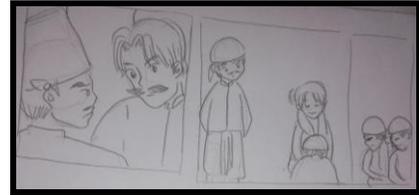
Gambar 11 Sketsa Halaman 1-2
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



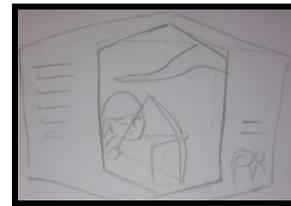
Gambar 12 Sketsa Halaman 3
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 13 Sketsa Halaman 4
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 14 Sketsa Halaman 5-6
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 15 Sketsa Halaman 7-8
Sumber: Hasil Olahan Peneliti



Gambar 16 Sketsa Halaman 9
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

IMPLEMENTASI KARYA

Berikut disajikan implementasi final desain buku beserta penjelasan tiap halaman konten buku Pop-up.

1. Sampul Buku

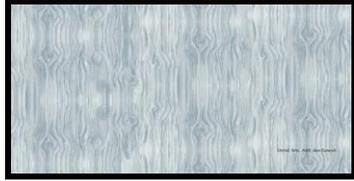


Gambar 17. Sampul Buku

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Desain di buat dengan sentuhan suasana klasik untuk menonjolkan suasana tradisional khas kedaerahan Surabaya.

2. Halaman pembuka



Gambar 18 Halaman Pembuka
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

. Background dibuat menyerupai tekstur kayu dengan warna sesuai dengan skema warna yang telah di dapat pada proses penelitian.

3. Hak cipta



Gambar 19 Halaman Hak Cipta
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pada halaman hak cipta, terdapat informasi yang berkaitan dengan nama penulis dan nama penerbit sebagai pemegang kuasa hak cipta dari buku.

4. Halaman pembuka



Gambar 20 Pembukaan Cerita
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Ilustrasi hutan pinggir Surabaya yang dilengkapi dengan body copy pembukaan cerita.

5. Halaman 1



Gambar 21 Ilustrasi Konfrontasi Dengan Teman
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Teman Jaka Berek yang tidak terima dikalahkan oleh ayam jago Jaka Berek mengolok-oloknya sebagai anak yang tidak punya bapak.

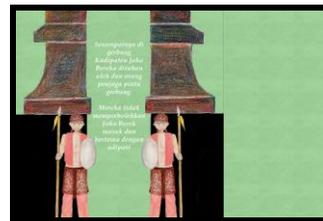
6. Halaman 2



Gambar 22 Ilustrasi Kebenaran Tentang Ayah
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Ilustrasi menggambarkan Joko Berek diberi selendang cinde puspita kepunyaan ibunya, setelah ia memutuskan untuk pergi ke kadipaten untuk menemui ayahnya.

7. Halaman 3



Gambar 23 Ilustrasi Gerbang Kadipaten Surabaya
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Joko berek datang ke kadipaten untuk mencari ayahnya. Ilustrasi menggambarkan pintu gerbang kadipaten dan 2 orang penjaga kadipatenan.

8. Hidden page halaman 3



Gambar 24 Ilustrasi Perkelahian
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Ilustrasi perkelahian antara Jaka Berek dan dua orang penjaga dan saudara-saudara tirinya, pada bagian ini diterapkan teknik platforms.

9. Halaman 4



Gambar 25 Ilustrasi Masa Lalu Dan Selendang Cinde Puspita
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Adipati Jayengrana mengenali selendang cinde puspita dan mengakui Joko berek sebagai anaknya, dan mengganti namanya menjadi Sawunggaling.

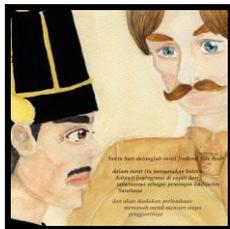
10. Hidden page halaman 4



Gambar 26 Hidden Page Yang Ada Di Balik Ilustrasi Halaman 4
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Hidden page pada halaman ini disertai dengan satu mekanisme sederhana yang menggunakan teknik volvelle.

11. Halaman 5



Gambar 27 Ilustrasi Surat Dari Van Boor
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Adipati Jayengrana mendapatkan surat dari Jendral Van Boor yang menurunkan dirinya dari jabatan Adipati.

12. Halaman 6



Gambar 28 Adipati Dan Dua Putranya
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Adipati Jayengrana menitahkan pada dua kakak tiri Sawunggaling, yaitu Sawungrana dan Sawungsari untuk mengikuti lomba.

13. Hidden page untuk halaman 6



Gambar 29 Ilustrasi Sawunggaling Meminta Restu Kedua Orang Tuanya
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Sawunggaling juga mengikuti lomba tersebut. Dia lalu meminta izin pada ayah ibunya, agar diberi restu dan kemudahan dalam perlombaan.

14. Halaman 9



Gambar 30 Ilustrasi Memanah Tunggul Yudha
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Sawunggaling memenangkan perlombaan memanah yang tidak berhasil ditaklukkan oleh kedua saudara tirinya.

15. Halaman 11-12



Gambar 31 Ilustrasi Sawunggaling Diangkat Menjadi Adipati

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Sawunggaling diangkat menjadi adipati baru Surabaya.

16. Ending page



Gambar 32 Halaman Terakhir Dari Buku
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang *Multiple Construction Pop-up Book* Cerita Sawunggaling Sebagai Upaya Pelestarian Legenda Asli Surabaya Untuk Anak-anak. dari rumusan masalah perancangan yang diajukan, analisis data yang telah dilaksanakan dan pembahasan yang telah dikemukakan, ditarik beberapa kesimpulan pada perancangan ini. Adapun kesimpulan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Untuk merancang *Multiple Construction Pop-up Book* Cerita Sawunggaling Sebagai Upaya Pelestarian Legenda Asli Surabaya Untuk Anak-anak, dapat menggunakan *keyword jaunty* yang didapatkan dari hasil penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui wawancara dan observasi melalui sudut pandang anak-anak, nilai budaya Surabaya, kandungan legenda sawunggaling dan perancangan *pop-up* itu sendiri yang di dapatkan dari hasil kajian pustaka.
2. Konsep "*jaunty*" diimplementasikan pada karya dalam bentuk gaya ilustrasi dan warna yang cerah sebagai *point of interest* dari tiap halaman buku. Teknik yang digunakan pada gambar ilustrasi pada buku ini meliputi pemrosesan ilustrasi dari cerita yang ada dengan teknik gambar manual

tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Pustaka Cetak

Carter, David A. & James Diaz. 1999. *The Elements of Pop-up Book: for Aspiring Paper Engineers*. New York: Little Simon.

Feist, Jess & Gregory J. Feist. 2010. *Teori Kepribadian Edisi 7 - Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.

Georges, Roberts & Michael Owens. 1995. *Folkloristics*. United States of America: Indiana University Press.

Hurlock, Elizabeth B. 1978. *Child Development*. New York: McGraw-Hill, Inc.

Hurlock, Elizabeth B. 1999. *Psikologi Perkembangan: "Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan"*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Jackson, Paul. 1993. *The Pop-up Book*. New York: Henry Hold and Company, Inc.

Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kobayashi, Shigenobu. 1991. *Color Image Scale*. Tokyo: Kodansha International.

Stewing, J.W. 1980. *Children and Literature*. Chicago: Mc.Nally College Publishing Company.

Widodo, Dukat Imam. 2013. *Hikajat Soerabaia Tempo Doeloe*. Surabaya: Dukuh Publishing.

Sumber pustaka digital

<http://www.surabaya.go.id>
(Diakses pada tanggal 15 Juni 2015)

<http://oxforddictionaries.com>
(Diakses pada tanggal 18 Juni 2015)

<http://colorshemedesign.com>
(Diakses pada tanggal 19 Juni 2015)

<http://popuplady.com>
(Diakses pada tanggal 11 Mei 2015)