

# PERANCANGAN ART TOY SEMAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN PELESTARIAN BUDAYA

Raditya Aryasatya<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Surabaya

email: <sup>1</sup>raditya.sby@gmail.com

Received:

05-05-2026

Reviewed:

09-05-2026

Accepted:

09-05-2026

**ABSTRAK:** Pergeseran preferensi visual dan gaya hidup digital pada Generasi Z telah menciptakan kesenjangan apresiasi terhadap seni tradisi, khususnya pada karakter pewayangan Semar. Sebagai tokoh sentral yang memiliki nilai filosofis luhur kepemimpinan atau "Pamong", eksistensi Semar sering kali dipersepsikan sebagai entitas arkais yang kurang relevan dengan estetika budaya populer masa kini. Fenomena *Art Toy* atau *Designer Toy* yang berkembang pesat di kalangan masyarakat urban menawarkan potensi strategis sebagai media alternatif untuk merevitalisasi aset budaya tersebut. Penelitian perancangan ini bertujuan untuk mengadaptasi karakter Semar ke dalam format *Art Toy* sebagai upaya pelestarian budaya yang komunikatif dan adaptif terhadap *zeitgeist* (jiwa zaman). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking* yang terdiri dari tahapan *Empathize* (pemetaan empati audiens), *Define* (perumusan masalah dan konsep), *Ideate* (eksplorasi gagasan visual), *Prototype* (pembuatan purwarupa), dan *Test* (pengujian). Luaran dari perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan model karakter baru yang mampu menjembatani nilai-nilai kearifan lokal dengan selera pasar kontemporer.

**Kata Kunci:** Art Toy, Semar, Pelestarian Budaya, Design Thinking, Generasi Z

**ABSTRACT (11pt):** The shift in visual preferences and digital lifestyles among Generation Z has created a gap in the appreciation of traditional arts, particularly regarding the shadow puppet figure of Semar. As a central character embodying the profound philosophical value of "Pamong" (servant leadership), Semar is often perceived as an archaic entity irrelevant to contemporary pop culture aesthetics. The phenomenon of Art Toys or Designer Toys, which is rapidly

*growing within urban society, offers strategic potential as an alternative medium to revitalize this cultural asset. This design research aims to adapt the character of Semar into an Art Toy format as an effort of cultural preservation that is communicative and adaptive to the current zeitgeist. The method employed in this study is Design Thinking, comprising the stages of Empathize (audience empathy mapping), Define (problem and concept formulation), Ideate (visual idea exploration), Prototype (model making), and Test (evaluation). The output of this design is expected to produce a new character model capable of bridging local wisdom values with contemporary market tastes.*

**Keywords:** *Art Toy, Semar, Cultural Preservation, Design Thinking, Generation Z.*

## PENDAHULUAN

Fenomena globalisasi di Indonesia semakin meluas dan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, sebanyak 79,50% penduduk Indonesia adalah pengguna internet, atau sekitar 221 juta jiwa dari total populasi. Platform sosial media yang paling banyak diakses oleh masyarakat, dengan Facebook (64,35%), YouTube (50,84%), TikTok (34,36%), dan Instagram (29,68%) sebagai aplikasi yang paling populer. Lebih dari setengah pengguna menghabiskan waktu antara 1 hingga 3 jam per hari di media sosial. Data tersebut membuktikan bahwa internet dan media sosial memiliki peran yang besar dalam penyebaran tren terkini, yang kemudian membentuk preferensi budaya populer pada masyarakat. Akibatnya, halaman rekomendasi pengguna diisi oleh konten-konten global yang mendominasi, sehingga semakin banyak masyarakat yang lebih menyukai budaya asing yang populer ketimbang budaya Indonesia. Hal ini ditandai dengan semakin sedikitnya masyarakat Indonesia, terutama generasi muda yang mengenali warisan budaya Indonesia, yang disebut dengan degradasi budaya (Oktaviani & Ichwan, 2018).

Minat generasi muda terhadap budaya Indonesia semakin menurun, salah satu bentuk budaya Indonesia yang mulai kurang dikenal adalah wayang. Eksistensi wayang sangat panjang dalam sejarah Indonesia, mulai dari media sebagai penerangan, pemahaman, dakwah, filsafat, hingga hiburan (Rukiah et al., 2024). Peran wayang sangat besar bagi kehidupan masyarakat Jawa. Dalam pertunjukannya, terdapat tokoh Punakawan yang terkenal pada zamannya. Diceritakan bahwa Punakawan adalah pamong atau teman yang cerdas, pengetahuan yang luas, dapat dipercaya, memiliki pandangan yang kuat, dan bijaksana (Sunarto, 2012). Punakawan terdiri dari Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong. Semar adalah tokoh utama dalam Punakawan, yaitu kelompok yang selalu mengikuti Pandawa dalam kisah pewayangan. Semar dikenal sebagai sosok yang bijaksana, humoris, dan penuh kebajikan.

Dalam pewayangan, Semar tidak hanya berperan sebagai penghibur, tetapi juga menjadi pengingat nilai-nilai moral kepada para tokoh lainnya (Nurcahyo, 2018). Dalam Budaya Jawa, Semar diyakini lebih dari sekadar karakter fiksi dalam pewayangan, tetapi juga sebagai bentuk bayangan leluhur orang Jawa sejak zaman dahulu. Namun, seiring Perkembangan zaman dan derasnya arus globalisasi, terjadi pergeseran nilai budaya pada generasi muda.

Fenomena tersebut mengakibatkan degradasi budaya, Dimana symbol-simbol dan nilai luhur dari tokoh Semar mulai kehilangan relevansi dan hanya dikenali sebatas nama, tanpa pemahaman nilai dan makna yang melekat pada Semar (Nur & Arif, 2017).

Disebutkan dalam penelitian sebelumnya, bahwa negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Korea mampu mengemas budaya lokal menjadi budaya populer (Sumartono & Astuti, 2013). Dengan demikian, budaya tersebut dapat lebih mudah untuk diterima dan diadopsi oleh negara-negara lain seperti Indonesia. *Art Toy* adalah satu produk dari budaya populer yang diminati oleh sebagian masyarakat, terutama masyarakat urban yang menganggapnya sebagai koleksi seni dengan nilai estetika dan eksklusivitas tinggi karena sudah lekat dengan budaya populer, fashion, dan urban culture (Ghifari et al., 2024a). Tidak seperti mainan pada umumnya yang memiliki artikulasi atau fitur-fitur menarik, *Art Toy* dapat dikatakan sebagai suatu karya yang menggabungkan desain dan seni melalui proses kreatif (Fernandes, 2013). Menurut salah satu artis *Art Toy* asal Bandung, Arkiv Vilmansa mengatakan bahwa *Art Toy* sudah masuk di Indonesia sudah cukup lama, tetapi masih sebatas kalangan komunitas saja. Hal ini dikarenakan harganya yang cukup mahal dan produksi barang yang terbatas, sehingga *Art Toy* tidak banyak yang memiliki. Namun saat ini, *Art Toy* sedang banyak digemari dikalangan masyarakat (Suryadharma, 2019).

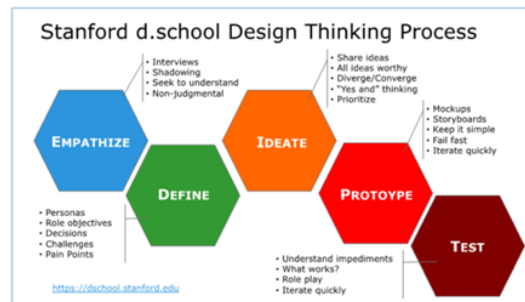
Melihat perkembangan *Art Toy* yang semakin tinggi, terdapat potensi untuk mengangkat tema lokal, yaitu tokoh Semar ke dalam karya *Art Toy* dengan menggabungkan budaya populer dengan budaya lokal. Perancangan *Art Toy* ini diharapkan dapat menjadi media untuk menjembatani generasi muda dalam mengenal dan menyukai warisan budaya Indonesia. Selain itu, perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang betapa pentingnya melestarikan budaya lokal di tengah derasnya arus globalisasi. Dengan demikian, *Art Toy* ini dapat memberikan nilai edukasi sekaligus hiburan, dan menjadi salah satu langkah konkret dalam mengatasi degradasi budaya di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)**

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan *Art Toy* adalah model kualitatif oleh Miles & Huberman. Model kualitatif digunakan untuk mengolah data yang diperoleh melalui wawancara dengan para ahli yaitu Robby Seno Adji dan Rachmad Priyandoko, untuk memahami tokoh Semar untuk perancangan melalui media *Art Toy*. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai ciri visual Semar, nilai budaya, dan interpretasi dalam media *Art Toy*.

Selanjutnya data yang diperoleh melalui wawancara serta observasi yang relevan dengan fokus penelitian diolah melalui model tersebut kemudian diterapkan dengan metode design thinking untuk dirancang dengan mengintegrasikan elemen budaya lokal ke dalam desain modern. Hasil analisis kemudian digunakan untuk merancang prototipe *Art Toy* Semar, yang diuji kepada narasumber untuk mendapatkan umpan balik. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan menghasilkan solusi kreatif yang tidak hanya relevan secara estetis tetapi juga fungsional sebagai media komunikasi budaya.

Perancangan *Art Toy* sebagai media komunikasi dan pelestarian budaya menerapkan metode perancangan dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan *design thinking* oleh Kelly & Brown sebagai pendekatan utama. Metode ini dirancang untuk menganalisis kebutuhan, menghasilkan ide, dan mengembangkan solusi yang relevan dengan tujuan penelitian. Tahapan analisis data berdasarkan *design thinking* dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 1. Design Thinking (Sumber: Stanford d.school, n.d.).

Proses perancangan melalui lima tahapan: (1) *Empathize*, menggali nilai filosofis Semar dan potensi media; (2) *Define*, merumuskan batasan desain yang menyeimbangkan unsur sakral dan gaya modern; (3) *Ideate*, mengembangkan gagasan visual; (4) *Prototype*, memproduksi purwarupa fisik menggunakan teknologi cetak 3D *Print* dengan pewarnaan *spray paint*; dan (5) *Test*, menguji kelayakan purwarupa kepada target audiens.

## KERANGKA TEORETIK

### A. *Art Toy* Dan Potensi Komunikasi

Perkembangan kebudayaan populer di era kontemporer telah melahirkan fenomena baru dalam dunia desain produk dan seni rupa, yaitu kemunculan *Art Toy* atau sering juga disebut sebagai *Designer Toy* dan *Urban Toy*. Secara definisi, *Art Toy* merupakan varian mainan yang lahir dari kultur urban pada akhir tahun 1990-an yang memisahkan diri dari mainan produksi massal konvensional.



Gambar 2. Mini Exhibition By Kathox (Sumber: Aryasatya, 2025).

Dalam konteks komunikasi visual, *Art Toy* telah bertransformasi menjadi media alternatif yang efektif untuk menyampaikan pesan yang kompleks. Oktaviani dan Prasetyawati (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa *Art Toy* memiliki fungsi visualisasi karya seni yang melampaui estetika semata, yakni sebagai sarana kritik sosial, aspirasi politik, hingga penyampaian pesan budaya. Karakteristik visual yang unik dan lekat dengan budaya populer menjadikan *Art Toy* sebagai kanvas yang strategis bagi desainer untuk berkomunikasi dengan audiens muda.

## B. Semar Dalam Budaya Jawa

Semar adalah salah satu tokoh sentral dalam budaya wayang kulit Jawa yang sering diasosiasikan dengan kebijaksanaan, keadilan, dan perlindungan. Menurut Nurcahyo (2018), Semar digambarkan sebagai figur spiritual yang memiliki peran sebagai pengayom dan penasihat. Dalam dunia pewayangan, ia adalah pemimpin dari Punakawan, yang seringkali memberikan nasehat bijak kepada para ksatria. Semar juga mencerminkan nilai-nilai kesederhanaan dan kebajikan yang menjadi panduan moral dalam masyarakat Jawa.



Gambar 3. Wayang Semar (Sumber: Wikipedia, n.d.).

Esensi utama dari keberadaan Semar terletak pada perannya sebagai pamong. Rukiah et al., (2024) mendefinisikan peran ini bukan sekadar sebagai pelayan atau abdi, tetapi sebagai pengasuh moral yang membimbing manusia menuju kebijaksanaan (*wisdom*) dan kedamaian. Konsep kepemimpinan Semar adalah kepemimpinan yang melayani (*servant leadership*), di mana ia tidak mengandalkan kekuatan fisik atau kekuasaan otoriter, melainkan menggunakan kearifan lokal dan pendekatan spiritual untuk menjaga keseimbangan.

## C. Urtosu Sebagai Komunitas Art Toy

Urtosu (Urban Toys Surabaya) adalah komunitas *Art Toy* yang didirikan di Surabaya pada akhir tahun 2022. Komunitas ini dibentuk oleh tiga pendiri utama, yaitu Irma, Ritzky Rachmadany, dan Rachmad Priyandoko, sebagai respons terhadap kebutuhan wadah bagi kreator mainan desain pasca-pandemi COVID-19. Berbeda dengan komunitas penggemar mainan pada umumnya yang berfokus pada aktivitas mengoleksi produk impor, Urtosu memiliki orientasi utama pada pengembangan produk dan penciptaan Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property*) lokal. Tujuan pendirian komunitas ini adalah memfasilitasi desainer lokal dalam merealisasikan gagasan karakter visual menjadi produk mainan fisik yang memiliki nilai estetika dan ekonomi.



Gambar 4. Logo Urtosu (Sumber: Aryasatya, 2025).

Peran Urtoosu dalam ekosistem industri kreatif semakin terlihat melalui keterlibatannya dalam acara berskala nasional. Pada tahun 2023, Urtoosu berpartisipasi dalam kegiatan di *Pos Bloc* yang dihadiri oleh Menteri BUMN Erick Thohir dan Walikota Surabaya Eri Cahyadi. Kehadiran pejabat publik dalam kegiatan tersebut mengindikasikan adanya perhatian terhadap potensi subsektor mainan desain. Selain itu, Urtoosu juga aktif mengikuti pameran teknis dan pop-kultur lainnya, seperti *3D Printing Exhibition, Koisuru* di Tunjungan Plaza, *Astaganaga*, serta *Chibicon* dan *Wasik Senja at Rustic Market* pada tahun 2024. Rangkaian aktivitas ini menegaskan posisi Urtoosu sebagai entitas komunitas yang aktif mendorong pertumbuhan industri *Art Toy* di Surabaya melalui pameran, kolaborasi, dan pengembangan produk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. *Empathize*

Tahap pengumpulan data dilakukan untuk membedah esensi tokoh Semar dan kebutuhan target audiens melalui wawancara mendalam dengan ahli budaya dan ahli desain. Dari kacamata budaya, Semar memiliki pakem visual sakral seperti *mata rembesan* sebagai simbol empati dan *mesem sing samar* yang menyiratkan kebijaksanaan, serta atribut busana bermotif Kawung dan Poleng yang bermakna keseimbangan. Dari perspektif desain, *Art Toy* diyakini sangat potensial sebagai jembatan komunikasi budaya bagi Gen Z karena sifatnya yang berwujud (*tangible*) dan *collectible*, asalkan karakter orisinalnya tetap dipertahankan namun diadaptasi dengan gaya yang relevan.

### B. *Define*

Berdasarkan wawasan dari tahap *Empathize*, dirumuskan bahwa tantangan utamanya adalah merepresentasikan nilai filosofis Semar ke dalam bentuk *Art Toy* bergaya budaya pop modern tanpa mereduksi kesakralan atributnya. Target audiens utamanya adalah Generasi Z di wilayah urban yang menyukai tren *pop-culture* dan mainan koleksi. Oleh karena itu, orientasi perancangan difokuskan pada penggabungan identitas tradisional dengan estetika visual masa kini agar tidak terkesan kuno, kaku, atau sekadar meniru bentuk wayang kulit.

### C. *Ideate*

Tahap *Ideate* merupakan proses kreatif untuk menghasilkan solusi desain visual yang menjawab rumusan masalah. Berdasarkan data dari tahap *Define*, tantangan utamanya adalah memvisualisasikan tokoh Semar ke dalam era modern dan filosofis ke dalam bentuk *Art Toy* yang modern, tanpa menghilangkan atribut sakralnya.

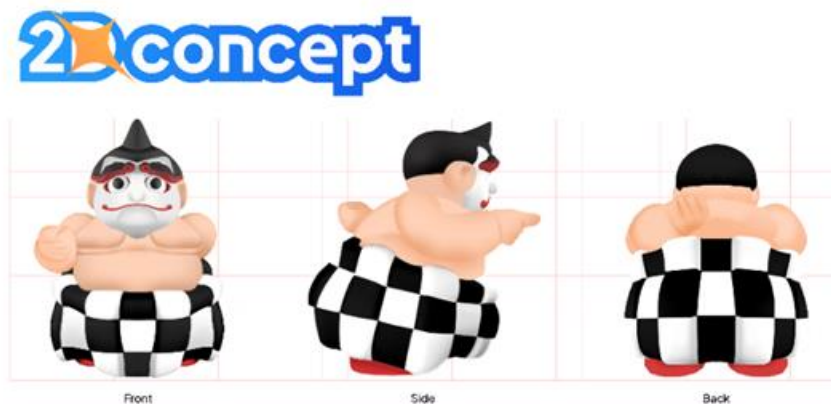


Gambar 5. Sketsa Art Toy (Sumber: Aryasatya, 2025).

Eksplorasi visual dikembangkan melalui sketsa bergaya *Super Deformed* (SD) atau *chibi* dengan bentuk anatomi *volumetric* yang membulat untuk memvisualisasikan sosok sang pamong yang mengayomi. Identitas sakral ditransformasikan ke gaya modern *mata rembesan* dimodifikasi menjadi bingkai outline merah tebal, dipadukan dengan senyum lebar penegas *mesem sing samar*, serta elemen kunciung yang distilasi menyerupai karakter Astro Boy agar lebih dinamis.

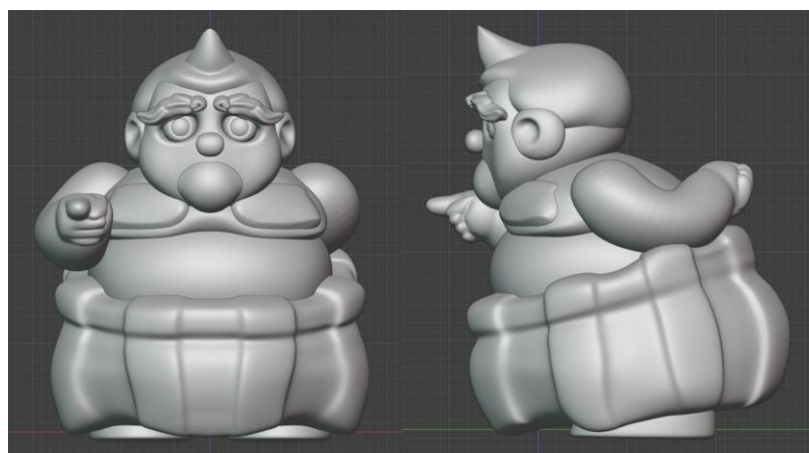
#### D. Prototype I

Tahap *prototype* merupakan fase implementasi teknis dalam merancang konsep visual yang telah melalui tahap *ideate* untuk direalisasikan. Proses ini bertujuan untuk menguji proporsi, estetika, dan kualitas dari *Art Toy* sebelum masuk ke tahap *test*. Alur kerja *prototype* meliputi visualisasi ilustrasi digital 2D, *sculpting* dasar model 3D, *rendering* 3D, separasi bagian, fabrikasi 3D *printing*, hingga proses pewarnaan cat dan pelapisan (*coating*).



Gambar 6. Ilustrasi Digital 2D (Sumber: Aryasatya, 2025).

Sebelum memasuki tahap 3D modeling, sketsa kasar yang telah melalui tahap *ideate* digambarkan menjadi ilustrasi digital 2D yang presisi sebagai panduan dalam menyusun objek 3D di tahapan selanjutnya.



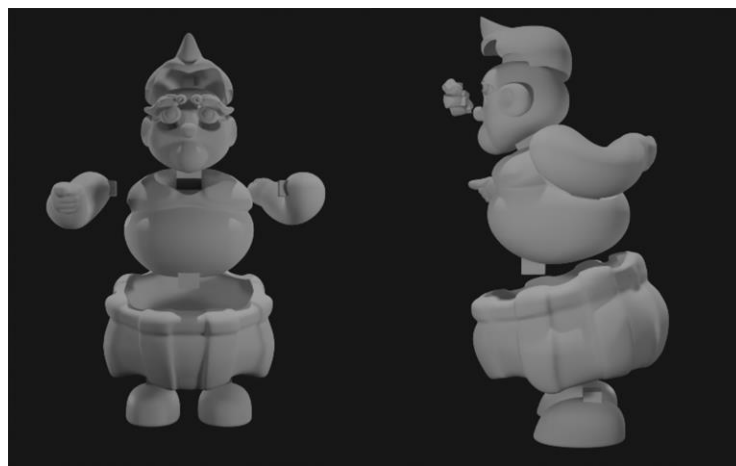
Gambar 7. Full Assembly Preview (Sumber: Aryasatya, 2025).

Perancangan bentuk dengan proporsi *Super Deformed* (SD) yang mengadopsi bahasa visual *Art Toy* global. Secara desain, rancangan ini membuktikan bahwa pelestarian budaya tidak harus dilakukan dengan meniru realisme wayang kulit secara harfiah (*mimesis*), melainkan dapat dilakukan melalui adaptasi stilistik. Hasil akhir *Full Assembly* menunjukkan bahwa identitas Semar tetap terbaca kuat (*legible*) meskipun telah mengalami deformasi bentuk yang ekstrim



Gambar 8. *Rendering 3D* (Sumber: Aryasatya, 2025).

Secara visual, karakter ini berhasil membangun hirarki yang jelas. Mata audiens pertama kali ditarik ke wajah putih, lalu turun ke perut dan motif Poleng dan berakhir di sepatu merah di bawah. Warna Putih mendominasi pada area wajah, sementara Merah (mata/bibir/sepatu) berfungsi sebagai *accent color* yang mengarahkan mata audiens. Wajah putih pucat yang kontras dengan kulit tubuh coklat menegaskan dualitas Semar: Ia adalah dewa yaitu Bathara Ismaya yang mengejawantah dalam raga manusia biasa yang jenaka. Render ini membuktikan bahwa nuansa sakral tetap bisa hadir dalam format mainan modern.



Gambar 9. *Tampilan separasi bagian keseluruhan Tampak depan dan samping* (Sumber: Aryasatya, 2025).

Guna menjamin presisi saat perakitan akhir, perancangan ini mengintegrasikan mekanisme penguncian (*interlocking mechanism*) dengan sistem konektor male-female.

Berbeda dengan sambungan pasak bulat (*round peg*) konvensional yang memungkinkan objek berputar pada porosnya, penelitian ini menerapkan metode kunci berbentuk balok atau kubus (*cube keys*). Penerapan kunci berbentuk kotak ini dipilih karena mampu memberikan fungsi anti-rotasi (*rotation lock*).

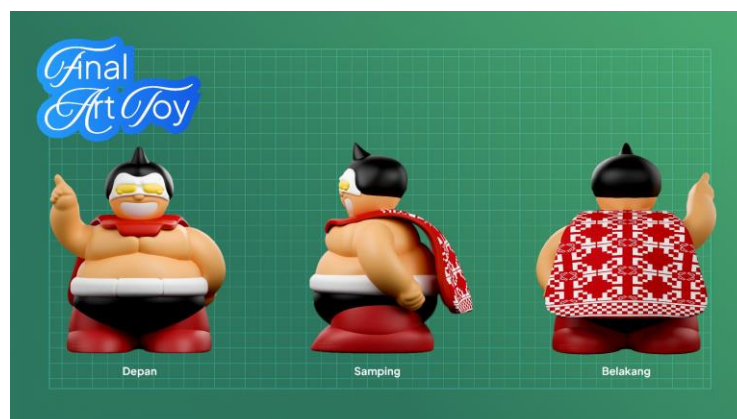


Gambar 11. Hasil Akhir *Prototype I* (Sumber: Aryasatya, 2025).

Namun, uji validasi ahli menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. *Prototype I* hanya mendapatkan persentase 78,1% dari ahli budaya karena wujudnya dinilai terlalu Jawa-sentris dan stagnan, serta 62,5% dari ahli desain akibat cacat anatomi (leher tidak terlihat) dan titik berat (*center of gravity*) yang condong ke depan sehingga figur tidak seimbang. Hal ini menuntut adanya perombakan desain.

#### E. Iterasi Desain Pengembangan *Prototype II*

Berdasarkan hasil uji validasi disimpulkan bahwa perancangan tahap awal masih memerlukan penyempurnaan signifikan, terutama pada aspek orisinalitas karakter yang dinilai stagnan dan dinilai Jawasentris serta isu teknis pada keseimbangan anatomi. Merespons evaluasi dari validator ahli budaya dan ahli desain tersebut, proses perancangan dilanjutkan ke tahap iterasi desain (*design iteration*) untuk mengembangkan *prototype II*.



Gambar 12. Desain Final *Art Toy* (Sumber: Aryasatya, 2025).

Merespons kelemahan *Prototype I*, desain diiterasi secara radikal menjadi karakter baru bernama "Maru" (yang bermakna bulat/keutuhan). Maru merepresentasikan filosofi *Akuning sang kuncung* dengan mengambil wujud anak kecil polos sebagai representasi rakyat jelata. Anatominya diubah menjadi *egg-shape* (bulat telur) untuk mengoreksi masalah stabilisasi. Karakter ini mengenakan "topeng rembesan" bersenyum lebar dan jubah *superhero* bermotif mozaik (peleburan motif Kawung, Poleng, dan pola kasur kapuk rakyat). Iterasi ini sukses besar, terbukti dari hasil uji validasi yang melonjak menjadi 96,87% (sangat layak) dari ahli budaya dan 100% sempurna dari ahli desain.

Validasi dilakukan dengan melibatkan dua ahli kompeten, yakni Robby Seno Adji sebagai validator ahli budaya dan Rachmad Priyandoko sebagai validator ahli desain. Hasil jawaban dari para ahli akan dihitung menggunakan rumus di bawah ini.

$$P = \frac{\text{Jumlah skor hasil}}{\text{Jumlah skor ideal}} \times 100\%$$

**Gambar 13.** Rumus Skala Likert (Sumber: Aryasatya, 2025).

**Tabel 1.** Hasil Validasi Ahli Budaya

No	Indikator Penilaian	Skor	
		Prototype I	Prototype II
1	Skor kesesuaian <i>Art Toy</i> Semar dalam merepresentasikan karakter Semar sesuai dalam Budaya Jawa	4	4
2	Skor desain dalam mengimplementasikan elemen visual (bentuk tubuh, ekspresi, atribut) dari tokoh Semar dalam Budaya Jawa?	3	4
3	Skor informatif dari nilai-nilai Budaya Jawa yang melekat pada tokoh Semar dapat tersampaikan melalui desain <i>Art Toy</i> ?	4	4
4	Skor potensi <i>Art Toy</i> Semar untuk menjadi media alternatif untuk pelestarian budaya lokal?	3	4
5	Skor redesain tokoh Semar dalam bentuk <i>Art Toy</i> dalam menjaga makna sakral atau simboliknya?	4	4
6	Skor identitas Budaya Jawa yang dijumpai melalui <i>Art Toy</i> Semar kepada generasi muda?	2	4
7	Skor urgensi untuk memunculkan kembali tokoh Semar melalui <i>Art Toy</i> sebagai pamong moral dalam konteks budaya kontemporer?	3	4
8	Skor edukatif dan komunikatif pada <i>Art Toy</i> Semar dalam memperkenalkan tokoh Semar di era modern?	2	3
Persentase skor		P = F/N X 100%	
		78,1%	96,8%

**Tabel 2.** Hasil Validasi Ahli Desain

No	Indikator Penilaian	Skor	
		Prototype I	Prototype II
1	Skor kematangan konsep pada perancangan <i>Art Toy</i> Semar?	3	4
2	Skor desain <i>Art Toy</i> Semar dalam segi proporsi, keseimbangan, dan harmoni visual yang baik?	2	4
3	Skor estetika desain <i>Art Toy</i> Semar dalam menyajikan bentuk yang menarik secara visual?	2	4
4	Skor orisinal pada perancangan desain <i>Art Toy</i> Semar?	2	4
5	Skor pemilihan material dan teknik pewarnaan cocok untuk hasil akhir <i>Art Toy</i> Semar?	2	4

No	Indikator Penilaian	Skor	
		<i>Prototype I</i>	<i>Prototype II</i>
6	Skor implementasi desain pada hasil 3D Print ?	3	4
7	Skor finishing dan detailing pada Art Toy Semarang?	3	4
8	Skor daya tarik visual jika ditampilkan sebagai objek pameran atau display?	3	4
Persentase skor		P = F/N X 100%	
		62,5%	100%

Secara keseluruhan, akumulasi penilaian dari kedua ahli menunjukkan konsistensi data yang mengkonfirmasi keberhasilan proses iterasi desain. Hasil validasi ahli budaya yang mencapai persentase 96,87% dan ahli desain yang mencapai 100% membuktikan bahwa *prototype II* telah berhasil, baik dari segi nilai filosofis dan kualitas teknis. Transformasi karakter Maru mampu menjawab tantangan perancangan, yakni mampu menghadirkan kebaruan visual yang relevan tanpa mendegradasi esensi budaya, sekaligus menyelesaikan kendala konstruksi fisik yang fundamental. Berdasarkan konsensus hasil uji validasi yang menempatkan produk pada klasifikasi sangat layak tanpa catatan revisi, maka desain *prototype II* dinyatakan final dan valid untuk ditetapkan sebagai acuan utama dalam produksi karya tugas akhir ini. Dengan demikian, tahapan perancangan dan pengembangan model dinyatakan selesai.

#### F. Test

**Tabel 3.** Analisis Data Kuesioner terhadap Audiens

No	Penilaian dan Indikator	Skor Persentase (%)	Kategori Kelayakan	Interpretasi Hasil
1	Aspek Estetika & Relevansi Visual	87,7%	Sangat Layak	Audiens menilai visual Maru menarik dan relevan dengan preferensi estetika Gen Z.
2	Penyampaian Makna & Identitas Budaya	87,8%	Sangat Layak	Audiens berhasil mengidentifikasi identitas Semarang dan nilai filosofisnya dalam desain baru.
3	Dampak & Minat Target Audiens	87,1%	Sangat Layak	Produk dinilai efektif sebagai media pelestarian dan memiliki

---

			potensi untuk dikoleksi.
Rata-Rata Total Keseluruhan	87,5%	Sangat Layak	Dapat diterima oleh target audiens dengan sangat baik

---

Dengan demikian, tahap *testing* ini menyimpulkan bahwa *prototype II* telah memenuhi standar kelayakan dari perspektif pengguna akhir (*end-user*). Hasil ini melengkapi validasi teknis ahli sebelumnya, sehingga produk dinyatakan final dan tujuan perancangan untuk menciptakan media pelestarian budaya yang relevan bagi Generasi Z telah tercapai.

## SIMPULAN DAN SARAN

endekatan *Design Thinking* efektif mentransformasikan nilai filosofis tokoh Semar menjadi produk Art Toy "Maru" yang relevan bagi Generasi Z tanpa mereduksi esensi budaya. Melalui iterasi *prototyping*, kendala stabilitas anatomi dan bias visual yang kaku berhasil diatasi lewat adopsi bentuk *volumetric* serta estetika *pop-culture* modern. Hasil uji validasi akhir sebesar 87,56% menegaskan bahwa Maru sangat layak berfungsi sebagai media pelestarian budaya sekaligus barang koleksi (*collectible item*) komersial.

Selain itu, hasil perancangan ini dapat menjadi fondasi bagi peneliti selanjutnya untuk membangun *Intellectual Property* (IP) yang lebih luas dari semesta pewayangan atau cerita rakyat Nusantara demi upaya pelestarian budaya yang masif dan berkelanjutan.

## REFERENSI

- Artsy. (2024). Arkiv vilmansa mickiv hope coma cmyk (indoor outdoor), 2024. <https://www.artsy.net/artwork/arkiv-vilmansa-mickiv-hope-coma-cmyk-indoor-outdoor>.
- Fernandes, s. A. (2013). Toy design: a methodological perspective.
- Ghifari, m., asli, p., ketut, s., nilotama, l., & syarief, a. (2024a). Perkembangan art toys pada masyarakat urban di indonesia: sebuah tinjauan literatur development of art toys in urban communities in indonesia: a literature review. 7(1), 53–68. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v7i1.16946>
- Nugroho, c. (2023). Asal-usul mitos tokoh semar; eksistensi dan esensinya bagi masyarakat jawa.
- Nur, n., & arif, m. (2017). Perancangan komunikasi visual pengenalan tokoh wayang kulit punakawan yogyakarta melalui ciri fisiknya.
- Nurchahyo, j. (2018). Makna simbolik tokoh wayang semardalam kepemimpinan jawa. In jurnal media wisata (vol. 16, issue 2).
- Oktaviani, r. C., & ichwan, f. N. (2018). Urban toys as a new alternative media to promote indonesian culture. Jurnal komunikasi: malaysian journal of communication, 34(4), 303–318. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2018-3404-18>

- Oktaviani, r. C., & prasetyawati, y. R. (2020a). Potensi urban toys sebagai reproduksi komunikasi budaya. *Communicare: journal of communication studies*, 6(2), 140. <https://doi.org/10.37535/101006220193>
- Oktaviani, r. C., & prasetyawati, y. R. (2020b). Potensi urban toys sebagai reproduksi komunikasi budaya. *Communicare: journal of communication studies*, 6(2), 140. <https://doi.org/10.37535/101006220193>
- Priyantoro, e. (2015). *Desainer toys sebagai identitas gaya hidup urban* (vol. 7).
- Rifqi novica, d., pramono, a., samodra, j., istiar wardhana, m., & kusumawati hidayat, i. (2020). Visual style transformation of wayang topeng malang as urban toy design inspiration. In *international journal of innovation, creativity and change*. [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net) (vol. 10). [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net)
- Rukiah, y., sugihartono, r. A., sarwanto, s., & sunardi, s. (2024). Figur semar sebagai simbol budaya dalam pandangan masyarakat jawa. *Jurnal desain*, 12(1), 113. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i1.23060>
- Sumartono, & astuti, h. (2013). Terpaan drama korea dan perilaku fashion di kalangan mahasiswi fikom ubhara jaya (vol. 10). <http://wikipedia.com>
- Sunarto. (2012). Panakawan wayang kulit purwa: asal-usul dan konsep perwujudannya.
- Suryadharma, d. (2019, june 29). 4 fakta "urban toys", mainan unik yang disukai orang dewasa. <https://www.brilio.net/creator/4-fakta-urban-toys-mainan-unik-yang-disukai-orang-dewasa-3c0e07.html>
- Tjahyadi, s. (2009). Dekonstruksi pemahaman budaya jawa tentang hakikat dan hubungan kawula-gusti pada lakon wayang "semar kuning."
- Ulfah, y. F., abbas, n., setiawan, a., ahmad yasin, z., & sholehuddin, y. (2025). The character of semar in wayang: a synthesis of javanese cultural philosophy and islamic principles. *Juspi (jurnal sejarah peradaban islam)*, 8(2), 396. <https://doi.org/10.30829/juspi.v8i2.21630>
- Waluyo, p., & rustandi, y. (2022). Fenomena mitos semar sebagai bentuk religiositas masyarakat dalam novel pol karya putu wijaya (vol. 4). <https://journal.unpak.ac.id/index.php/salaka>