

Perancangan *Action Figure* Gundala Putra Petir

Stevanus Indraguna Sayono¹, Drs. Wibowo, M.Sn², Hendro Ariyanto, S.Sn, M.Si³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto Permai 1 c4, Surabaya
Email: stevekay1991@gmail.com

Abstrak

Action figure adalah mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakter sering diambil berdasarkan film, komik, *video game* atau acara televisi. Gundala Putra Petir adalah *superhero* asli dari Indonesia ciptaan Hasmi pada tahun 1969. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menjawab kebutuhan masyarakat khususnya kolektor *action figure* terhadap hiburan dalam dunia fiksi disaat berbagai macam tokoh fiksi dari luar negeri masuk di negara Indonesia. Hasil Perancangan ini berupa *action figure* dengan tokoh Gundala. Pemilihan media *action figure* dengan alasan media ini belum pernah ada buatan asli dari Indonesia, sehingga diharapkan dapat menarik perhatian para kolektor *action figure*. Terdapat beberapa media pendukung diantaranya poster, web poster, kemasan, *booklet*, gantungan kunci, dan diorama.

Kata kunci: *Action Figure*, Gundala Putra Petir, *Superhero* Indonesia, Media Konvensional.

Abstract

Title: *Visual Communication Design Action Figure of Gundala Putra Petir*

Action figure is a poseable character figurine, made of plastic or other materials, and often based upon characters from a film, comic book, video game, or television program. Gundala Putra Petir is an original Indonesian superhero which created by Hasmi. The purpose of this desain is to give what Indonesian need especially *action figure* collector about fictional entertainment when some foreign fictional characters came into Indonesia. The result of design is an *action figure* which Gundala as figurine. Selection of *action figure* as a media by reason of this media has never been made originally in Indonesia, which is expected to attract the attention of *action figure* collectors. There are some supporting media such as poster, web poster, packaging, *booklet*, key chain, and diorama.

Keywords: *Action Figure*, Gundala Putra Petir, Indonesian Superhero, Conventional Media.

Pendahuluan

Action Figure adalah mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakter sering diambil berdasarkan tokoh film, komik, *video game* atau acara televisi. Awalnya *action figure* dibuat hanya untuk pasaran anak-anak, kemudian *action figure* telah berkembang menjadi sebuah barang koleksi bagi berbagai kalangan umur dan telah diproduksi secara spesifik untuk orang dewasa. Akan tetapi sampai saat ini, belum ada perusahaan di Indonesia yang membuat *action figure* yang mengadopsi tokoh lokal. Sehingga para kolektor *action figure* harus mengimpor dari luar negeri seperti China, Jepang, Amerika, dan lain-lain. Hal ini semakin membuat produk dalam negeri terutama yang memuat *local content* semakin tergeser hingga menghilang. Generasi bangsa Indonesia jaman

sekarang pun sudah mulai lupa bahkan tidak tahu kalau ada *superhero* asli dari Indonesia dikarenakan terlalu banyak mengonsumsi baik film maupun *action figure* asing.

Melihat dunia hiburan yang bersifat fiksi di Indonesia secara umum juga menunjukkan tanda-tanda semakin menghilangnya local content dan juga orisinalitas dari Bangsa Indonesia itu sendiri. Hal ini terlihat mulai pada dunia perfilman dan buku cerita yang beredar sekarang. Sebut saja salah satu film kolosal yang seharusnya ceritanya asli dari Indonesia yang bertajuk Tuter Tinular. Tuter Tinular merupakan sebuah kisah yang menceritakan perjalanan hidup seorang pendekar yang bernama Arya Kamandanu yang sedang mencari jati diri dengan latar belakang runtuhnya kerajaan Singasari dan berdirinya kerajaan Majapahit. Yang terjadi pada Tuter Tinular 2011 adalah penambahan

beberapa karakter yang terlihat sangat jelas merupakan hasil imitasi dari karakter luar negeri diantaranya Batman, Joker dan Kratos (Karakter dari *video game* berjudul *God of War*.) Terlebih lagi, proses peniruan yang dilakukan seakan-akan dibuat versi jeleknya. Tidak hanya tutur tinular, di stasiun televisi lain terdapat film fiksi dengan *target market* anak-anak yang berjudul *Ben 7*. Seperti yang sudah diketahui masyarakat umum bahwa *Ben 7* merupakan hasil imitasi dari film kartun *Ben 10*. Saat menengok di bagian buku cerita anak-anak, muncul sebuah buku komik yang bertajuk *Naburo* yang sangat mirip dengan buku komik *Naruto* yang berasal dari Jepang. *Naburo* merupakan hasil karya orang Indonesia bernama Iruka Ousama, dan juga sudah diterbitkan di beberapa toko buku di Indonesia. *Naburo* mendapat banyak cercaan di berbagai situs, jejaring sosial, bahkan foun luar negeri. Ditambah lagi, *Naburo* tidak mempunyai lisensi resmi dari pengarang *Naruto* di Jepang yang bernama Masashi Kishimoto, karena *Naburo* sendiri memakai *tagline* “*Naburo-the next generation of naruto.*”

Sebenarnya Indonesia memiliki beberapa tokoh fiksi atau sebut saja *superhero* asli dari Indonesia, diantaranya adalah Gundala Putra Petir, Godam Manusia Besi, Pangeran Mlaar, Si Buta dari Gua Hantu, Wiro Sableng, Saras 008 dan masih banyak lagi. Akan tetapi beberapa tokoh yang disebutkan tadi tidak ada perkembangannya hingga saat ini, jadi seakan-akan hilang bersama berakhirnya film maupun cerita dari masing-masing tokoh tersebut. Gundala merupakan salah satu sosok ikonik dari *superhero* Indonesia. Sayangnya, sosok tokoh Gundala sudah mulai menghilang dari tengah masyarakat dan mulai tergantikan dengan *superhero-superhero* dari luar. Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan dunia fiksi di Indonesia mengalami kemerosotan dibandingkan beberapa puluh tahun yang lalu dilihat dari fenomena dunia hiburan fiksi Indonesia sebagai segmen umum dengan fenomena di dunia *action figure* di Indonesia sebagai segmen khususnya. Masyarakat Indonesia membutuhkan hal-hal yang berhubungan dengan dunia fiksi yang bersifat segar dan jika mengangkat tokoh fiksi yang pernah jaya di jaman itu juga harus relevan agar dapat diterima di tengah masyarakat pada jaman sekarang.

Metode Analisa

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan kualitatif, dimana metode yang dipakai dalam perancangan ini menggunakan pendekatan secara ilmiah dan juga menggunakan perhitungan atau data statistik dan semua data yang terkumpul akan menjadi pedoman dalam perancangan ini. Wujud yang lebih operasionalnya adalah menggunakan analisa SWOT

Analisa SWOT berisi : *Strengths* (kekuatan), *action figure kitbash* mengadopsi tokoh *superhero* lokal yang belum pernah ada sebelumnya sehingga dapat menjadi sebuah *pioneer* dalam dunia *action figure* di Indonesia. *Weaknesses* (kelemahan), kecintaan terhadap *local content* pada kolektor *action figure* Indonesia yang masih lemah menjadikan sebuah kelemahan dalam membuat produk dalam negeri, hal ini terjadi karena diantaranya *mindset* kolektor *action figure* lokal yang menganggap bahwa kualitas dan pengerjaan barang buatan Indonesia itu buruk. *Opportunities* (kesempatan), banyak kolektor *action figure* di Indonesia yang sudah sejak lama mengkoleksi *action figure* sehingga lebih mudah dalam mengumpulkan data tentang *action figure* seperti apa yang diharapkan. *Threats* (ancaman), kalah bersaing baik dari segi kualitas maupun *finishing* dengan *action figure* dari luar negeri yang sudah jauh lebih dulu memproduksi *action figure* secara masal, tapi bukan berarti Indonesia tidak bisa menciptakan produk dengan kualitas yang sama bahkan lebih baik.

Metode Penelitian

Data Primer

Data primer yang dibutuhkan adalah data-data tentang perilaku para kolektor *action figure* tentang latar belakang mengkoleksi *action figure*, bagaimana mendapatkan *action figure*, apa saja faktor yang mempengaruhi untuk mengkoleksi *action figure*, tipe *superhero* seperti apa yang dianggap menarik pada jaman sekarang, dan juga data-data tentang Gundala Putra Petir.

Data Sekunder

Data sekunder yang dibutuhkan berupa dokumentasi dari beberapa *action figure* yang sudah ada dan foto-foto sosok awal Gundala Putra Petir sebagai bahan referensi.

Untuk mengetahui seluk beluk tentang Gundala Putra Petir lebih dalam lagi, maka dilakukan wawancara kepada Hasmi yang tidak lain adalah pencipta tokoh Gundala Putra Petir itu sendiri. Untuk mengetahui kondisi baik sikap maupun keinginan dan harapan kolektor *action figure* di Indonesia khususnya di kota Surabaya sebagai target audience, diadakan survey singkat dengan membagi kuesioner *online* yang berisi 8 pertanyaan kepada 30 anggota Surabaya Toys Community (STC) dan hasilnya adalah sebagai berikut : tujuan para kolektor mengkoleksi *action figure* hanya sebatas dikoleksi saja, tidak ada tujuan lain. Para kolektor mendapatkan info tentang *action figure* yang dikoleksi dari media internet, entah itu dari jejaring sosial, website maupun forum khusus *action figure*. Pertimbangan para kolektor dalam mengkoleksi satu seri *action figure* karena tokoh dalam *action figure* tersebut merupakan tokoh favorit.

Yang dicari atau diprioritaskan para kolektor dalam sebuah *action figure* adalah dari segi estetikanya, mulai dari sendi gerak, proposional atau tidaknya *figure* itu, bentuknya yang keren dan mengikuti jaman, tingkat kedetilan *action figure* tersebut, kombinasi warna yang dihasilkan, dan kemasan yang menarik. Sebanyak 90% kolektor sudah tahu atau minimal pernah mendengar tentang Gundala Putra Petir, dalam hal ini kehadiran Gundala bukan seperti memperkenalkan superhero baru dari nol kepada target audience. Hanya diperlukan beberapa media pendukung untuk mempertajam wawasan para kolektor tentang tokoh Gundala Putra Petir. Sebanyak 90% dari kolektor juga sangat mendukung jika ada *action figure* dengan tokoh superhero dari Indonesia dengan berbagai macam alasan tetapi kebanyakan dukungan positif para kolektor dilandasi alasan untuk membuktikan bahwa Indonesia juga mempunyai *superhero* lokal di dunia internasional, karena selama ini negara Indonesia hanya sebagai konsumen dari produk *superhero* luar negeri. *Action figure* yang diharapkan dan dianggap kolektor keren, menarik dan modern diantaranya tingkat detail yang tinggi (dibuat se-realistic mungkin), proporsi dan sendi gerak atau titik artikulasi yang banyak, kualitas tinggi sehingga awet dan kemasan yang menarik.

Dilakukan juga studi literatur guna mempelajari jenis-jenis *action figure* yang sudah ada yg dibedakan berdasarkan skala, tingkat kedetilan dan juga region pemasaran dan produksi dari setiap *action figure*.

Tinjauan Pustaka

Action Figure

Action Figure adalah mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakter sering diambil berdasarkan tokoh film, komik, *video game* atau acara televisi. *Action figure* merupakan buah pikiran dari seorang pembuat mainan yang bernama Stan Weston. Stan membawa konsep itu kepada bagian produksi kreatif dari perusahaan Hassenfeld Brothers (ganti nama menjadi Hasbro pada tahun 1968), Don Levine. Konsep mainan yang ber-artikulasi (*action figure*) semakin kuat untuk direalisasikan melihat keberhasilan pemasaran boneka Barbie diperkenalkan oleh Mattel pada tahun 1959 dan semakin populernya mainan tentara yang terbuat dari plastik. Pada awalnya, mainan yang sudah ada memakai figur seorang militer dengan nama yang berbeda untuk setiap cabang angkatan bersenjata; Loncat untuk angkatan laut, Rocky untuk Angkatan Darat dan Marinir, dan Ace pilot angkatan udara. Fred Bruns, yang memimpin biro iklan Hasbro itu, menyarankan Don Levine untuk memberi satu nama yang pasti untuk mewakili produk itu. Pada sebuah malam, Levine sedang menonton sebuah film lama tentang koresponden perang Ernie Pyle dibintangi Robert Mitchum dan Burgess Meredith. Judul film ini

adalah The Story of GI JOE. Stan Weston dan Don Levine mendapat gagasan untuk membuat *action figure* yang terinspirasi dari film The story of GI JOE. *Action Figure* G.I. JOE merupakan *action figure* pertama yang dipasarkan pada tahun 1964 yang dirancang oleh Walter Hansen dan Phil Kraczkowski. *Action Figure* tersebut mempunyai 21 titik artikulasi, dengan tinggi 12 inchi dan terdapat bekas luka di bagian mukanya, hal ini diberikan agar membedakan *action figure* GI JOE dengan “boneka” yang lain. Lisensi lain didapatkan oleh Takara, sebuah perusahaan mainan Jepang yang bergerak untuk membuat *cyborg action figure* yang didasarkan pada konsep Hasbro asli tapi dengan bagian-bagian robot. Ukuran yang dipakai masih 12 inchi, akan tetapi dikarenakan krisis minyak pada tahun 1978 yang menyebabkan harga plastik menjadi mahal, Takara memperkenalkan standart ukuran $3 \frac{3}{4}$ inchi yang dinamai microman. Di Amerika Serikat, dunia komik benar-benar mulai *booming* seluruh negeri. Perusahaan mainan lain yang berdiri pada tahun 1950 bernama Mego, mulai memberikan lisensi *action figure* untuk semua karakter komik yang terbit pada tahun 1971. Mego membawa lini microman dari Takara ke Amerika Serikat dengan nama Micronauts dan semua menjadi baik di dunia Mego, sampai pada akhirnya Mego kehilangan lisensi Star Wars (salah satu film fiksi yang sangat *booming* pada saat itu) ke Kenner, salah satu perusahaan mainan lain di Amerika. Lisensi itu tidak berhasil didapat bukan karena Mego tidak menyadari potensi Star Wars, tetapi karena orang-orang yang bisa menandatangani lisensi berada di luar kota. Pihak Star Wars kemudian mengunjungi perusahaan lain yang terletak di gedung yang sama, perusahaan ini adalah Kenner. Perusahaan Kenner mendapat lisensi Star Wars, dan pada tahun 1976 Kenner mulai menjual *action figure* Star Wars berukuran $3 \frac{3}{4}$ inchi. Tahun 80-an, minat terhadap *action figure* semakin besar dengan munculnya film-film kartun di televisi. Acara seperti Masters of the Universe, G.I. Joe dan Thundercats memikat imajinasi para anak laki-laki muda dan lebih diperkuat lagi dengan keinginan untuk memiliki untuk *action figure* dari acara favorit itu. Di Jepang, Gundam, kartun yang menampilkan pertempuran robot mulai mendapatkan diminati anak-anak. Hal ini membuat Takara mengubah nama lini mainan Microman menjadi Micro Robots. Perubahan ini didasari lini Micro Robots yaitu benda bisa berubah menjadi robot. Di waktu yang sama, Hasbro menggabungkan lini Micro Robots dan lini mainan mobil (Diaclone) dan dinamai Transformers. Pada tahun 1984, Transformers mulai episode perdana di televisi di Amerika Serikat. Di tahun 90-an, dengan munculnya *action figure* Spawn (dari komik Spawn) dan lini lain dari *action figure* Star Wars, menjadi jelas bahwa pasar *action figure* tidak hanya untuk anak-anak muda. Orang-orang yang sudah berumur menjadi kolektor *action figure* baik oleh ketidak sengajaan atau pilihan, dan lebih banyak orang yang mencari

majalah mainan untuk berita lebih lanjut tentang *action figure* yang dikoleksi. Lini-lini *action figure* yang lain semakin banyak bermunculan, beberapa bahkan membanjiri pasar, seperti Teenage Mutant Ninja Turtles (di Indonesia dikenal dengan Kura-Kura Ninja), yang mempunyai nilai sangat tinggi pada masa itu. Mulai tahun 2000-an sampai sekarang, *action figure* tidak hanya terpaku pada komik saja, di mana film yang populer akan memiliki *action figure* dari karakter film itu sendiri. Dan bukan film saja, tetapi juga musisi, atlet dan tokoh penting lainnya di media. Saat ini, lini *action figure* diteliti cukup baik oleh perusahaan-perusahaan besar, ada beberapa perusahaan bahkan membuat kesalahan dalam kemasan dan aksesoris yang hilang atau berbeda untuk meningkatkan kelangkaan beberapa lini.

Berikut adalah beberapa tipe *action figure* :

1. *Figurine*: *Figurine* (patung) berukuran kecil, diukir dan dicat karakter yang dipersonifikasikan (*superhero*, karakter film, dll) yang tidak memiliki sendi sehingga tipe ini tidak bisa digerakkan. Macam ukuran *figurine* adalah dari sangat miniatur (*figure Model* kereta misalnya 6mm) sampai 6 inci. Contoh *figurine* yang terkenal adalah mainan tentara-tentara yang berwarna hijau (*plastic green Army men*).

2. *Action Figures*: *Action Figures* harus memiliki minim 3 sendi gerak (titik artikulasi) agar *action figure* tersebut bisa bergerak bagian tubuh tertentu. *Figure-figure* akan memiliki bagian yang bergerak yang dapat dimanipulasi menjadi berbagai pose. Sering *action figure* dijual dengan aksesoris seperti senjata atau kostum. Ukuran *action figure* bervariasi antara 3 inci hingga 11 inci. *Action Figure* terbuat dari bahan plastik, termasuk pakaian dan aksesoris, tapi kadang-kadang terdapat satu potong pakaian kain (misalnya jubah atau slayer)

3. *Dolls* : *Dolls* (boneka) berukuran jauh lebih besar dari *figurine* dan *action figure*, dan hadir dengan tanpa pakaian seperti *action figure*. *Dolls* tidak begitu memperhatikan masalah titik artikulasi atau sendi gerak, *dolls* lebih menitik beratkan pada kedetilan dan sisi realitas entah itu dibagian tubuh maupun dibagian aksesoris. Ukuran *dolls* adalah lebih dari 12 inci. *Dolls* lebih sering dibuat dengan pakaian yang bisa dilepas dan kadang dijual secara terpisah, dan tubuh *dolls* dibuat seperti kulit normal. Aksesoris seperti senjata dan benda-benda lain sangat diminati oleh kolektor *dolls*.

Seiring berjalan waktu, tidak ada satu pun garis yang jelas untuk membedakan 3 tipe bahkan lebih *action figure* yang ada. Terkadang kolektor menyebut barang ia koleksi, tetapi kolektor lain belum tentu berkata hal yang sama. Terlihat dari kasus *action figure* G.I JOE buatan Hasbro yang pertama kali, jika dimasukkan kedalam 3 tipe *action figure*, GI JOE termasuk dalam kategori *dolls* karena melihat dari ciri-ciri yang ada, tetapi pihak Hasbro menyebutkan bahwa GI JOE ciptaan Hasbro adalah *action figure*, hal tersebut bertujuan untuk menghindari konsep “lelaki yang bermain boneka” oleh pihak Hasbro.

Gundala Putra Petir

Gundala Putra Petir adalah tokoh ciptaan Harya Suraminata atau lebih dikenal dengan panggilan Hasmi, yang muncul pertama kali dalam komik Gundala Putra Petir pada tahun 1969. Lokasi yang dipakai dalam komik tersebut adalah di sekitar kota Yogyakarta. Gundala termasuk karakter komik yang populer di Indonesia pada tahun 1980-an selain Si Buta dari Gua Hantu, Panji Tengkorak, dan Godam. Menyusul film berjudul Gundala Putra Petir pada tahun 1982 yang disutradarai oleh GS Bandonno dan dibintangi oleh Teddy Purba dan Pitrajaya Burnama yang alur cerita dan penokohan diambil dari seri komik Gundala Putra Petir. Cerita dikomik dan di film Gundala Putra Petir tidak jauh berbeda, hanya mengalami sedikit ketidak samaan dan itu tidak banyak berarti. Diceritakan seorang peneliti jenius bernama Sancaka menemukan serum anti petir. Terlalu berambisi sebagai seorang ilmuwan, Sancaka melupakan hari ulang tahun Minarti, kekasih Sancaka, yang berakibat putusnya hubungan Sancaka dan Minarti. Sancaka yang patah hati berlari tersambar kilat di tengah perjalanan pulang. Dalam keadaan koma Sancaka ditarik oleh suatu kekuatan dari planet lain dan diangkat anak oleh raja Kerajaan Petir yang bergelar Kaisar Kronz, sekaligus diberi kemampuan super yaitu bisa memancarkan petir dari telapak tangan dan Raja Taifun dari kerajaan Bayu memberi kekuatan kaki Sancaka agar dapat berlari secepat angin. Gundala berkostum hitam ketat dengan sepatu dan cawat berwarna merah, wajahnya tertutup topeng hanya tampak mata dan mulutnya, di sisi topengnya terdapat hiasan seperti sayap angsa. Harya Suraminata atau lebih dikenal dengan Hasmi tinggal di kota Yogyakarta sampai dengan hari ini. Hasmi adalah sang pembuat tokoh Gundala Putra Petir, tetapi lisensi Gundala tersebut sudah dipegang oleh Penerbit Bumi Langit. Gundala bukan tokoh pertama yang diciptakan oleh Hasmi, tokoh yang bernama Maza hadir terlebih dahulu sebelum Gundala lahir. Hasmi merupakan salah satu komikus terkenal di Indonesia. Komik Gundala sendiri pernah muncul di koran Jawa Pos mengisi rubrik komik pada tahun 1988. Selama 13 tahun, Hasmi berhasil mengeluarkan sebanyak 23 jilid untuk komik Gundala Putra Petir dan pada akhirnya mengalam cetak ulang pada tahun 2005. Berikut adalah seri Gundala dimulai dari Gundala Putra Petir pada tahun 1969, judul seri selanjutnya adalah Perhitungan di Planet Covox di tahun yang sama pula. Di sini Gundala bertemu dengan Pangeran Mlaar, yang memiliki tubuh bisa melentur. Mlaar adalah putra mahkota yang terkudeta. Gundala membantu mengembalikan tahtanya. Masih di tahun yang sama, judul berikutnya adalah Dokumen Candi Hantu yang merupakan pemunculan pertama musuh bebuyutan Gundala, yakni Ghazul. Lalu 3 jilid berikutnya masih terbit di tahun 1969 diantaranya Operasi Goa Siluman, The Trouble, dan Tantangan Buat Gundala. Kemudian Panik dan

Kunci Petaka di tahun 1970. Pada tahun 1971 muncul Godam vs. Gundala, dikisahkan Gundala dan Godam tanpa sengaja tertukar kostum dan kekuatan super masing-masing. Masing-masing saling menuduh mereka palsu dan terjadilah perkelahian luar biasa. Godam adalah superhero lain yang juga berasal dari Indonesia. Gundala juga hadir dalam Bentrok Jago-jago Dunia di tahun 1971, Gundala Jatuh Cinta di tahun 1972, Bernapas Dalam Lumpur di tahun 1973, Gundala Cuci Nama dan 1.000 Pendekar di tahun 1974, Dr. Jaka dan Ki Wilawuk di tahun 1975, dan Gundala Sampai Ajal tahun 1976. Pada Tahun 1977, Gundala muncul dalam judul Pangkalan Pemusnah Bumi. Gundala diceritakan bertemu untuk pertama kali dengan calon istrinya. Di tahun yang sama Pengantin Buat Gundala. Bulan Madu di Planet Kuning terbit di tahun 1978, di tahun berikutnya terbit Lembah Tanah Kudus dan Gundala Sang Senapati, Istana Pelari pada tahun 1980 dan terakhir Surat dari Akherat di tahun 1982. Sampai saat ini, Hasmi masih menjadi komikus dan terkadang Hasmi hadir dalam event-event tertentu seperti Festival Komik Indonesia sebagai tamu khusus. Hasmi sendiri berharap agar dunia komik Indonesia maju terus dengan menghasilkan *superhero-superhero* yang Hasmi percaya tidak akan kalah dengan *superhero* luar. Tidak bisa dipungkiri bahwa sosok Gundala Putra Petir juga tidak seratus persen asli dari Indonesia. Hasmi sendiri mengakui bahwa sosok *superhero* luar yang bernama Flash merupakan inspirasi terbesar dalam pembuatan karakter Gundala Putra Petir ini. Sosok *superhero* luar yang mempunyai proporsi tubuh *bule* dan mengenakan kostum ketat, dipakai dalam karakter Gundala Putra Petir ini. Hasmi memberikan beberapa sentuhan agar Gundala lebih kental sosok *superhero* yang berasal dari Indonesia, seperti : *setting* dimana Gundala beraksi adalah kota Jogjakarta, dan beberapa nama karakter dalam kisah Gundala contohnya Sancaka yang merupakan nama ular sakti legenda asli dari Indonesia.

Dunia Action Figure di Indonesia

Action Figure cukup digremari dan mendapat bagian di hati para pecinta mainan di Indonesia. Kemunculan beberapa komunitas yang menjadi wadah berkumpul para pecinta maupun kolektor *action figure* Indonesia. Beberapa forum lokal di dunia maya juga sudah menempatkan *action figure* sebagai sub forum khusus, sebagai contoh kaskus.co.id, neokg.com dan indowebster.com. Bermunculan juga *event-event* berskala nasional yang mengangkat *action figure* sebagai tema besarnya dan dilakukan secara berkala, contohnya Toys Fair. Toys Fair adalah *event* dimana penjual dan peminat *action figure* dan mainan lain bertemu untuk melakukan beberapa hal seperti transaksi jual beli, bertemu sesama kolektor, dan juga wadah pertemuan komunitas. Angka penjualan *action figure* di Indonesia juga bukan merupakan angka yang kecil, *action figure* di Indonesia mempunyai jumlah peminat yang cukup banyak sampai dengan hari ini.

Penikmat atau kolektor *action figure* datang dari berbagai usia, tetapi mayoritas adalah umur 20 sampai 50 tahun. Sayang, para kolektor *action figure* di Indonesia masih mengimpor *action figure* tersebut dari luar negeri, hal tersebut secara tidak langsung menjelaskan bahwa belum ada *action figure* buatan dalam negeri yang layak di koleksi sehingga para kolektor masih membeli dari luar negeri. Tokoh *action figure* yang dibeli pun juga merupakan *superhero* atau tokoh lain yang berasal dari luar negeri juga. Semakin banyak *action figure* tokoh dari luar negeri yang masuk, maka semakin hilang keberadaan tokoh-tokoh seperti *superhero* dalam negeri di tengah masyarakat. Masyarakat Indonesia bahkan menjadi tidak tahu jika ada *superhero* asli Indonesia.

Usulan Pemecahan Masalah

Pembuatan *action figure* Gundala Putra Petir sebagai tokoh *super hero* lokal dengan kualitas tingkat kedetilanyang tinggi dan dibuat se-eksklusif mungkin. Segala bagian mulai dari teknis pembuatan hingga strategi pemasaran harus dilaksanakan semaksimal mungkin, mengingat *action figure* ini merupakan yang pertama di Indonesia.

Konsep Perancangan

Berdasarkan hasil dari wawancara, studi literatur dan kesimpulan dari kuesioner yang dibagikan maka *Action figure* yang akan dibuat mempunyai tingkat detail yang tinggi (dibuat se-realistis mungkin), proporsi dan sendi gerak atau titik artikulasi yang banyak, kualitas tinggi sehingga awet, kemasan yang menarik, dan apabila mengambil *superhero* jaman dahulu haruslah bisa beradaptasi di jaman sekarang khususnya dibagian kostumnya. *Action figure* lokal ini diharapkan sebagai bentuk pemberitahuan kepada negara luar bahwa negara Indonesia bukan sekedar negara konsumen *action figure* tetapi juga produsen sekaligus negara Indonesia mempunyai *action figure superhero* yang bisa dibanggakan. Gundala Putra Petir dipilih sebagai figur yang akan dijadikan *action figure* karena Gundala merupakan salah satu ikon *superhero* lokal. *Action figure* Gundala Putra Petir ini akan ditampilkan sebagai sosok yang gagah, dewasa / matang, *modern*, eksklusif, dan yang terpenting adalah tidak meninggalkan ciri khas budaya Indonesia sebagai *superhero* Indonesia. Alasan mengapa *action figure* Gundala ini harus ditampilkan matang karena *target audience* yang sudah bukan anak-anak lagi, ditampilkan gagah karena gagah merupakan simbol dari sebuah kekuatan, sedangkan ditampilkan *modern* agar dapat diterima oleh masyarakat pada jaman sekarang. *Target audience* dari perancangan *action figure* ini tentu saja adalah para kolektor *action figure* di Indonesia khususnya di Surabaya. Dilihat dari

segmentasi demografis, *target audience* adalah berjenis kelamin laki-laki dengan usia berkisar antara 18 sampai 55 tahun dengan profesi sebagai mahasiswa, wirausahawan maupun seorang eksekutif dengan kelas sosial menengah ke atas. Segmentasi geografisnya adalah *target audience* tinggal di salah satu kota besar di Indonesia yaitu di kota Surabaya. Segmentasi psikografisnya adalah keadaan kolektor *action figure* di Indonesia sebelumnya masih kurang sadar jika ada sosok superhero asli Indonesia, jadi saat para kolektor 'memoles' ulang *action figure*, para kolektor lebih memilih untuk 'memoles' *action figure superhero* luar negeri yang sudah ada dengan versi masing-masing. Para kolektor baru mulai sadar ketika ada rangsangan baik berupa pertanyaan seperti survey yang dikeluarkan untuk perancangan ini, maupun kasus-kasus tertentu. Sedangkan dari segmentasi behavioral adalah gaya hidup masyarakat di kota besar rata-rata adalah gaya hidup yang *glamour*, beberapa orang sudah tidak melihat nominal jumlah harga yang harus dibayarkan sebagai penghalang untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Begitu pula dengan gaya hidup dari *target audience* sudah tidak mementingkan sebuah nominal harga. Berapapun harganya siap dikeluarkan demi mendapatkan sesuatu yang dicari. Beberapa mungkin masih ada yang mementingkan sebuah nominal, tetapi asalkan *target audience* mendapat sesuatu yang sebanding dengan apa yang dibayarkan, maka harga kembali bukan menjadi masalah.

Action figure ini akan dibuat secara satu seri yaitu Seri *Action Figure Superhero* Indonesia yang terdiri dari 5 *action figure*, jadi perancangan *action figure* Gundala Putra Petir kali ini adalah *action figure* pertama dari Seri *Action Figure Superhero* Indonesia. Akan muncul *action figure superhero* seperti Godam Manusia Besi, Aquanus, Pangeran Mlaar, dan Caroq di edisi berikutnya. Tidak menutup kemungkinan akan muncul seri kedua *action figure* Indonesia dengan bertajuk Seri *Action Figure Pahlawan Kemerdekaan Indonesia*.

Perancangan *action figure* ini dilakukan dengan media utama yaitu *action figure* Gundala Putra Petir itu sendiri dengan beberapa media pendukung yang diantaranya berupa *souvenir*, poster, *packaging*, diorama dan *booklet*. Media pendukung berfungsi untuk membantu media utama dalam bagian promosi dan penjualan dan bersifat informatif, persuasif, dan menghibur. Melihat dari segmentasi *target audience*, maka media utama dan media pendukung akan mengarah ke kelas atas, dimana media utama dan pendukung akan terlihat eksklusif dan mahal. Ditambah lagi dengan keinginan para kolektor *action figure* sebagai *target audience* yaitu menginginkan *action figure* dengan tingkat kedetilan yang sangat tinggi disertai kemasan yang eksklusif. Untuk mendapatkan kesan *action figure* Gundala Putra Petir yang merupakan tokoh *superhero* yang mempunyai

sosok yang gagah, dewasa/matang, *modern*, eksklusif, dan berciri khas Indonesia, maka desain *action figure* ini harus bisa mewakili setiap sosok yang diharapkan. Sosok gagah akan diwakilkan pemilihan tubuh dari *action figure* yang berotot dan bertubuh tegap. Untuk kesan dewasa, pemilihan warna dalam kostum *action figure* Gundala ini akan dibuat dengan warna gelap dan tidak terlalu banyak kombinasi macam warna. Jadi warna merah dan kuning tetap disertakan karena itu ciri khas dari Gundala, tetapi warna merah dan kuning dibuat lebih gelap sehingga terlihat lebih kelam, tidak menusuk mata dan juga menjadi sinergis dengan warna dasar dari *action figure* Gundala itu sendiri. Kesan modern akan ditempatkan pada bagian belt dan celana yang dibuat futuristik, serta menyertakan warna silver sebagai kesan modern. Sedikit perubahan penutup telinga yang semula seperti sayap angsa yang tinggi akan dibuat lebih menyerupai "sumping." Sumping merupakan hiasan pada daun telinga yang difungsikan sebagai penjepit mahkota atau jamang pada karakter wayang, baik wayang orang maupun wayang kulit. Terdapat berbagai macam sumping, diantaranya : Sumping Surengpati, Sumping waderan, Sumping bunga kluwih, Sumping pudhak sinumpet, Sumping gajah oling, Sumping bunga pacar, Sumping bunga telekan. Pada karakter Bima dalam *lakon* Bima Bungkus, Bima lahir langsung dengan pakaian lengkap dan mengenakan sumping pudhak sinumpet yang mempunyai makna Bima selalu menguasai ilmu kesempurnaan hidup, walau Bima tidak pernah menonjolkan diri dengan berpura-pura bodoh. Dengan perubahan ornamen di telinga Gundala Putra Petir menjadi seperti sumping, membuat karakter Gundala tetap mempunyai ciri khas kebudayaan asli Indonesia. Tentang media pendukung, media web poster akan muncul terlebih dahulu yang disebar di beberapa forum yang sering dikunjungi kolektor *action figure*. Poster awal akan bersifat menarik rasa ingin tahu dan membuat *target audience* bertanya-tanya tentang *action figure* yang akan muncul, jadi informasi yang ditampilkan dalam poster awal tersebut sangatlah minim. Media utama akan muncul beberapa saat setelah web poster dengan ditemani dengan *packaging* dan *booklet*. *Booklet* hadir dengan tujuan informatif, yaitu memberi dan memperdalam informasi tentang asal usul Gundala Putra Petir secara singkat karena pada dasarnya mayoritas *target audience* yaitu para kolektor sudah tahu siapa itu Gundala Putra Petir walaupun tidak begitu mendalam. *Booklet* akan dijadikan satu paket penjualan dengan *action figure* dan juga akan dijual secara terpisah. Media *souvenir* berupa gantungan kunci akan dibuat terbatas hanya untuk *event-event* tertentu, sedangkan diorama hanya muncul saat di etalase dan tidak untuk diperjual belikan. Gantungan kunci akan dibuat menjadi 3 varian yang berbeda, hal ini akan membuat para kolektor juga semakin tertarik untuk mengoleksi gantungan kunci tersebut. Media *souvenir* yang kedua berupa poster. Poster ini mempunyai fungsi yang

berbeda dengan web poster sebelumnya. Poster kali ini lebih bersifat menghibur, memberikan wujud *action figure* Gundala Putra Petir tersebut kedalam bentuk 2 dimensi dalam berbagai pose, jadi poster ini juga akan muncul dalam beberapa varian. Tujuan lain dari poster ini adalah untuk menjangkau minoritas kolektor *action figure* yang belum bisa membeli *action figure* Gundala karena terhalang masalah ekonomi. Memang target primer dari penjualan *action figure* ini adalah kelas menengah keatas, tapi tidak menutup kemungkinan kelas menengah ke bawah juga tertarik untuk memiliki. Salah satu cara untuk memberikan rangsangan untuk memperkuat keinginan tersebut dengan memberikan beberapa contoh wujud *action figure* Gundala tersebut dalam wujud 2 dimensi. Jadi beberapa poster akan dijadikan satu dengan paket penjualan *action figure* bersama *booklet*, dan beberapa poster akan diual secara terpisah. Pemilihan *typeface* dalam media poster, *booklet*, dan *packaging* lebih ke arah sans serif agar terkesan lebih *casual* dan fleksibel. Begitu pula dengan pemilihan warna, kesan warna yang kelam dan misterius tetap ditampilkan untuk mengangkat kesan dewasa dari *action figure* Gundala ini sendiri.

Action figure

Gundala Putra Petir yang pada awalnya merupakan *fictional superhero* akan dibuat menjadi *sci-fi (science fiction) superhero*. *Sci-fi* adalah kategori fiksi ilmiah yang mempunyai arti sebuah karya fiksi tetapi mempunyai sisi ilmiah agar dapat bisa diterima akal sehat manusia. Gundala Putra Petir ditampilkan sebagai sosok *superhero* yang melawan kejahatan dengan tetap merahasiakan identitas aslinya, oleh karena itu Gundala menggunakan topeng untuk menutupi identitasnya. Kostum Gundala sangat lah sederhana, Gundala hanya mengenakan pakaian ketat berwarna hitam dengan sarung tangan, sepatu, dan celana berwarna merah. Pakaian ketat tersebut menjadikan Gundala terlihat berbadan tegap dan kekar. Gundala mempunyai aksesoris yaitu sabuk berwarna kuning dan sepasang sayap angsa yang terletak di telinga. Warna dan aksesoris dari Gundala adalah hal yang sudah paten, tidak bisa dihilangkan. Untuk mengubah warna Gundala hanya diijinkan sebatas bermain saturasi, jadi semisal warna merah pada sarung tangan dan sepatu bisa berubah menjadi merah yang terang atau merah yang gelap. Celana Gundala yang terletak diluar pakaian ketat tidak bisa dihilangkan, namun bisa diubah bentuknya atas izin sang pencipta Gundala, yaitu Hasmi. Konsep *sci-fi* yang ditanam dalam Gundala Putra Petir yang baru adalah kesan dewasa dan *modern*. Kesan dewasa dipilih karena mengacu pada *target audience* yang rata-rata orang dewasa dan kesan *modern* dipilih agar Gundala menjadi relevan dan lebih bisa diterima pada jaman sekarang. Kesan dewasa diwakilkan dengan warna merah dan kuning yang cenderung dibuat lebih gelap dan Warna hitam yang tetap mendominasi kostum Gundala. Warna gelap dianggap cenderung

menggambarkan kedewasaan dibandingkan dengan warna terang yang memberikan kesan lebih kekanak-kanakan. Warna hitam dalam kehidupan mempunyai arti misterius dan kuat, sedangkan saat warna hitam diaplikasikan pada pakaian, akan menimbulkan kesan 'kecil' pada tubuh yang memakai warna itu. Warna ini mewakili sifat rendah hati Gundala yang sebenarnya mempunyai kekuatan besar tetapi tetap bersifat 'kecil' layaknya manusia biasa, dan juga kesan misterius yang digunakan untuk menyembunyikan identitas dari orang-orang. Warna merah dalam kehidupan melambangkan kuat dan berani, sedangkan saat diaplikasikan ke dalam pakaian, warna merah mewakili semangat yang membara. Modal utama seorang *superhero* adalah berani dan semangat yang tidak mudah padam, sehingga warna merah yang gelap digunakan pada sarung tangan, sepatu, dan celana untuk mendukung warna hitam dengan tidak melupakan kesan dewasa yang ditampilkan sebelumnya. Warna kuning melambangkan persahabatan. Sifat Gundala yang rendah hati, sederhana, dan ramah diwakilkan dengan warna kuning pada sabuk Gundala. Kesan *modern* didapat dari warna silver pada aksesoris di telinga Gundala. Perubahan bentuk aksesoris telinga di Gundala dari sayap angsa menjadi wujud sumping pada wayang merupakan bentuk *local content* yang tetap ada di tubuh Gundala yang cenderung mirip dengan sosok *superhero* dari luar negeri. Sumping Gundala mengambil konsep Sumping Pudhak Sinumpet pada tokoh wayang Bima yang mempunyai makna Bima selalu menguasai ilmu kesempurnaan hidup walau Bima tidak pernah menonjolkan diri dengan berpura-pura bodoh, sama dengan Gundala yang tetap rendah hati walaupun pada kenyataannya Gundala mempunyai kekuatan super. Sumping pada telinga Gundala juga mempunyai fungsi sebagai radar pendengar jarak jauh yang akan langsung terhubung dengan otak belakang Gundala. Penempatan celana di luar pakaian ketat seorang *superhero* adalah sebuah pencitraan '*superhero* jadul' akan tetapi hal ini tidak bisa dihilangkan karena itu merupakan ciri khas dari seorang Gundala, oleh karena itu perubahan bentuk celana yang seakan-akan menyatu dengan sabuk mewakili kesan *modern* tanpa meninggalkan ciri khas asli dari sosok Gundala Putra Petir. Penambahan akses garis berwarna merah gelap pada kostum Gundala juga mewakili kesan *modern*. Warna garis ini mempunyai konsep akan menjadi menyala saat emosi Gundala meledak-ledak. Penambahan akses *zigzag* pada sarung tangan, sepatu, dan juga sabuk memperkuat sosok Gundala sebagai *superhero* dengan kekuatan petir.



Gambar 1. Action figure Gundala Putra Petir 1



Gambar 2. Action figure Gundala Putra Petir 2

Web poster

Web poster adalah media yang dikeluarkan sebelum media utama yaitu *action figure* Gundala dikeluarkan. Web poster ini bersifat hanya sebagai teaser saja untuk memancing rasa penasaran para kolektor *action figure*. Pembuatan web poster menggunakan teknik fotografi dengan mengambil bagian-bagian tertentu dari *action figure* Gundala dan diberi efek-efek pada software Adobe Photoshop. Ukuran dari web poster ini adalah 1800 x 1200 *pixel*, tidak dibuat dengan ukuran besar karena akan dipasang di forum, sehingga jika menggunakan ukuran yang terlalu besar akan memakan *bandwith* koneksi internet yang melihat.



Gambar 3. Web poster 1



Gambar 4. Web poster 2

Packaging

Packaging untuk *action figure* Gundala dibedakan menjadi 2, yaitu *packaging* luar dan *packaging* dalam. *Packaging* dibedakan menjadi 2 macam ini guna untuk menambah kesan eksklusif dari *action figure* Gundala itu sendiri. *Packaging* dalam terdiri blister plastik yang di dalamnya terdapat *action figure* dan selembar kertas yang digunting menyerupai pola *action figure* Gundala. *Packaging* luar adalah tempat untuk *packaging* dalam yang terbuat dari karton tebal. baik luar maupun dalam berukuran 18 x 9 x 46 cm.



Gambar 5. Packaging dalam depan dan belakang



Gambar 6. Jaringan packaging luar



Gambar 7. Packaging luar

Booklet

Booklet sebagai media pendukung berisi tentang asal-usul Gundala Putra Petir dan beberapa hal yang didapatkan dari *action figure* Gundala. Akan terdapat beberapa pose yang mampu dilakukan *action figure* Gundala yang dimuat di dalam *booklet* ini. *Booklet* ini berukuran 15 x 20 cm tiap halamannya. *Booklet* akan dijual secara terpisah maupun menjadi satu paket penjualan dengan *action figure* Gundala.



Gambar 8. Desain cover booklet



Gambar 9. Desain spread 1 booklet



Gambar 10. Desain spread 2 booklet



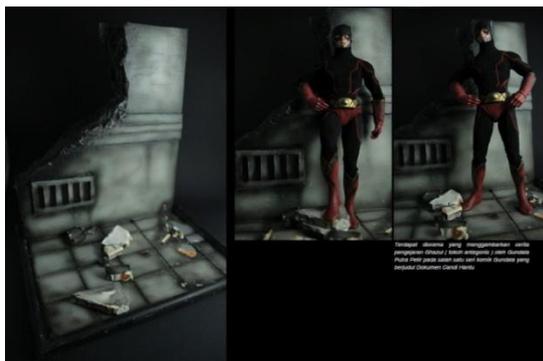
Gambar 11. Desain spread 3 booklet



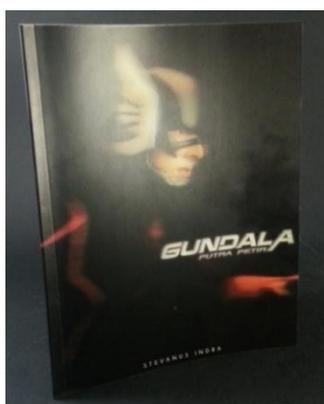
Gambar 12. Desain spread 4 booklet



Gambar 13. Desain spread 5 booklet



Gambar 14. Desain *spread* 6 booklet



Gambar 15. *Booklet*

Gantungan Kunci

Gantungan Kunci merupakan media pendukung yang akan dijadikan sebagai *souvenir* dimana tidak akan diperjual belikan tetapi akan diberikan secara eksklusif pada saat *event-event* tertentu seperti *Toysfair* atau *Pekan Komik Nasional*. dimuat di dalam *booklet* ini. Oleh karena itu, kesan eksklusif juga harus didapat dari gantungan kunci ini. Gantungan kunci ini akan dibuat dengan 3 variasi bentuk yang berbeda agar menjadi sesuatu barang yang juga layak dikoleksi disamping *action figure* Gundala Putra Petir. Gantungan kunci akan dibuat menggunakan bahan dasar logam dengan ukuran rata-rata 7 x 5 cm. Guna menambah kesan eksklusif maka setiap gantungan kunci akan diberikan 1 kemasan sendiri.



Gambar 16. Gantungan kunci dan kemasan



Gambar 17. Desain 1 *packaging* gantungan kunci



Gambar 18. Desain 2 *packaging* gantungan kunci



Gambar 19. Desain 3 *packaging* gantungan kunci



Gambar 20. Gantungan kunci dengan *packaging*

Poster

Poster merupakan media pendukung kedua yang akan dijadikan sebagai *souvenir*. Hanya saja, poster ini akan diperjual belikan dan juga dijadikan satu paket dengan pembelian *action figure* Gundala. Poster ini akan dibuat menjadi 2 varian gambar dengan tujuan yang sama dengan gantungan kunci sebelumnya, yaitu agar juga bisa dijadikan barang koleksi selain *action figure* dan gantungan kunci. Ukuran dari poster ini adalah kertas A2 yaitu 42,9 x 54 cm. Poster ini akan dicetak di media kertas luster dimana permukaan kertas ini bertekstur dan bersifat *semi doff*.



Gambar 21. Poster 1



Gambar 22. Poster 2

Diorama

Diorama hanya sebagai media pelengkap saja, dimana diorama tidak akan diperjual belikan maupun diberikan secara Cuma-Cuma. Fungsi diorama ini adalah untuk memperkuat *setting* saat Gundala berada pada *display* toko maupun *event* tertentu. Diorama ini menggambarkan adegan pengejaran Ghazul oleh Gundala yang pada akhirnya Gundala memukul tembok markas Ghazul hingga hancur.



Gambar 23. Diorama

Kesimpulan

Perancangan *action figure* Gundala Putra Petir. Perancangan ini dilaksanakan guna menjawab kebutuhan masyarakat khususnya kolektor *action figure* terhadap hiburan dalam dunia fiksi disaat berbagai macam tokoh fiksi dari luar negeri masuk di negara Indonesia. Perancangan ini menggunakan media *action figure* dengan tokoh Gundala Putra Petir, yaitu tokoh pahlawan fiksi dari Indonesia yang sudah lama menghilang dari tengah masyarakat. Penggunaan media *action figure* atas dasar selama ini belum ada *action figure* buatan Indonesia dengan tokoh dari Indonesia, adapun buatan Indonesia itu berupa mainan dan dengan mengambil tokoh dari luar negeri juga. Target audience dari perancangan ini adalah kolektor *action figure* di kota besar, khususnya kota Surabaya. Survey diadakan untuk melihat dan mendengar kebutuhan dan saran dari para kolektor, maka survey diadakan di STC (Surabaya Toys Community). *Action Figure* dibuat dengan skala 1: 6 dengan tingkat kedetilan yang sangat tinggi, guna

menjawab minat para kolektor akan *action figure* buatan Indonesia dengan tingkat pengerjaan yang berkualitas tinggi. Untuk melihat Terdapat beberapa media pendukung disamping media utama, diantaranya adalah *packaging* (kemasan), *booklet*, *souvenir* berupa gantungan kunci dan poster, web poster, poster dan diorama.

Walsh, Tim. (2005). *Timeless Toys: Classic Toys and the Playmakers Who Created Them*. Andrews McMeel Publishing

Markus, H.R., Kitayama, S., & Heiman, R.J. (1996). Culture and basic psychological principles. Dalam E.T. Higgins & A.W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principals*. New York: The Guilford Press.

Daftar Pustaka

Cowsill, Allan. (2010). *DC Comics Ultimate Character Guide*. DK Publishing.

Fabry, Glenn. (2005). *Anatomy for Fantasy Artists: An Illustrator's Guide to Creating Action Figures and Fantastical Forms*. Barron's Educational Series.

Ikki, Phoenix. (2011, Maret 21). 1/6 Figures - Custom & Kitbash Gallery. Pesan disampaikan dalam <http://neokg.com/threads/10-1-6-Figures-Custom-amp-Kitbash-Gallery>

Lee, Stan. (1984). *How To Draw Comics The Marvel Way*. Touchstone Publishing.

Lenihan, Nick. (2012). *Action Figure Scales – All You Need to Know*. Diunduh 16 Maret 2013 dari <http://www.actionfigurefury.com/collectors-guides/action-figure-scales/>

Moshier, Christoper. (2008). *The Action Figure - A Quick History*. Diunduh 12 Maret 2013 dari <http://www.comicbookbin.com/actionfigurehistory101.html>

O'brien, Reis. (2011). *What Defines an Action Figure?*. Diunduh 16 Maret 2013 dari http://actionfigures.about.com/od/gettingstarted/a/Action_Figure_Definition.htm

Rayendra, Panditia. (2012, April 4). Tutar Tinular versi 2011: Akhir Petualangan Kamandanu yang Melenceng Terlalu Jauh. Pesan disampaikan dalam <http://www.tabloidbintang.com/film-tv-musik/ulasan/57753-tutar-tinular-versi-2011-akhir-petualangan-kamandanu-yang-melenceng-terlalu-jauh.html>

Roach, David A. (2005). *The Superhero Book: The Ultimate Encyclopedia of Comic-Book Icons and Hollywood Heroes*. Omnigraphics Publishing.

Snider, Brandon T. (2011). *Marvel Avengers : The Ultimate Character Guide*. DK Publishing.

Suraminata, Harya. (2005). *Gundala Putra Petir : Dokumen Hantu*. Jakarta : Penerbit Bumi Langit.