

LEGENDA SITU PATENGGANG SEBAGAI WARISAN BUDAYA

Muhammad Daffa Aditya¹, Ganis
Resmisari²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi
Nasional Bandung

E-mail: muhammaddaffaaditya24@mhs.itenas.ac.id, ganis@itenas.ac.id

Abstrak

Cerita-cerita rakyat merupakan bagian yang tak terpisahkan dari warisan budaya suatu bangsa. Dari mitos dewa hingga legenda pahlawan, kekayaan cerita rakyat mencerminkan keindahan dan kompleksitas budaya bangsa. Dalam era globalisasi, pelestarian cerita rakyat menjadi penting untuk memperkuat identitas nasional dan menghargai warisan budaya yang tak ternilai. Salah satu contoh nyata dari kekayaan cerita rakyat Indonesia adalah legenda Situ Patenggang, sebuah danau memukau di Rancabali, Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Untuk menjaga agar cerita rakyat tetap hidup dan relevan di era digital ini, perlu dilakukan upaya lebih giat dalam pelestariannya. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan media animasi. Animasi tidak hanya memungkinkan ekspresi kreativitas yang lebih bebas bagi pembuatnya, tetapi juga memiliki daya tarik yang kuat bagi generasi muda. Melalui media animasi, cerita rakyat seperti Legenda Situ Patenggang dapat disampaikan kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, sehingga memperkuat kesadaran akan pentingnya melestarikan warisan budaya.

Kata Kunci: Cerita Rakyat, Media, Animasi, Pelestarian, Warisan Budaya

Abstract

Folktales are an integral part of a nation's cultural heritage. From myths of gods to legends of heroes, the richness of folk tales reflects the beauty and complexity of a nation's culture. In the era of globalization, preserving folk tales becomes important to strengthen national identity and to appreciate the invaluable cultural heritage. One tangible example of Indonesia's rich folk tale heritage is the legend of Situ Patenggang, a captivating lake in Rancabali, Ciwidey, Bandung Regency, West Java. To ensure that folk tales remain alive and relevant in this digital age, more diligent efforts are needed for their preservation. One approach that can be taken is through the use of animation media. Animation not only allows for greater freedom of creative expression for its creators but also has strong appeal to the younger generation. Through animation media, folk tales such as the Legend of Situ Patenggang can be conveyed to a wider audience, especially the younger generation, thus reinforcing awareness of the importance of preserving cultural heritage.

Keywords: Folklore, Media, Animation, Preservation, Cultural Heritage

1. Pendahuluan

Sebagai sebuah negara yang memiliki keberagaman budaya yang sangat kaya, Indonesia mempunyai beragam warisan budaya yang bernilai. Menurut data yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) hingga tahun 2022, telah diidentifikasi sebanyak 1.728 warisan budaya tak benda di Indonesia. Namun, jumlah tersebut masih akan terus bertambah mengingat ada sebanyak 11.711 kekayaan budaya tak benda lainnya yang mungkin juga akan diakui sebagai warisan budaya tak benda.

Cerita rakyat merupakan cerita yang tumbuh dan berkembang dalam suatu masyarakat lokal, dianggap sebagai bagian integral dari kehidupan serta norma-norma sosial yang dipegang teguh oleh masyarakatnya. Cerita rakyat sering kali berakar dari berbagai peristiwa yang relevan dengan kehidupan masyarakat setempat, dan terus-menerus disampaikan dari generasi ke generasi. Distribusi cerita rakyat ini dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun fungsi sosial dalam masyarakat, dengan dampak yang bervariasi seperti memperkuat kesatuan sosial, meningkatkan solidaritas, dan memperkuat identitas kelompok sosial (Asnawi, 2016).

Salah satu tempat wisata yang memiliki cerita legenda adalah destinasi wisata Situ Patenggang. Nama Situ Patengan berasal dari kata 'pateang-teangan', yang berarti saling mencari, dan letaknya berada pada ketinggian 1600 meter di kaki Gunung Patuha. Menurut legenda, pasangan kekasih Ki Santang dan Dewi Rengganis, setelah sekian lama berpisah, saling mencari satu sama lain. Mereka akhirnya bertemu dan memadu janji di suatu tempat. Dewi Rengganis meminta Ki Santang untuk membuatkan danau dan perahu untuk mereka berdua, dan itulah awal mula terbentuknya Situ Patengan.

Legenda ini menjadi bagian dari cerita rakyat Parahiyangan dan menjadi cerita asal muasal danau yang indah ini. Lokasi pertemuan pasangan tersebut sekarang dikenal dengan sebutan 'Batu Cinta', sementara perahu Ki Santang diyakini menjadi Pulau Asmara/Sasaka yang berbentuk hati di tengah danau, yang dikenal sebagai 'Situ Patenggang'. Nama Situ Patengan sendiri berasal dari kata 'pateang-teangan', yang berarti saling mencari.

1.1 Identifikasi Masalah

Masalah Umum : Cerita Rakyat merupakan kekayaan budaya yang diwariskan turun temurun, namun masyarakat di Indonesia kurang minat untuk mengetahui lebih terkait dengan adat dan kebudayaan yang dimiliki, sedangkan kekayaan budaya yang nilai budaya dimiliki harus terus dipelajari oleh penerusnya agar dapat diteruskan pada generasi mendatang.

Masalah Khusus : Cerita Legenda Situ Patenggang belum memiliki media animasi yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat, terlebih lagi Sejarah yang terkandung didalamnya harus bisa sampai kepada target audience dengan output yang berbeda-beda termasuk isi kontennya seperti visual, cerita, Suasana, dll. yang ingin disampaikan.

1.2 Tujuan Perancangan

Tujuan utama adalah menjaga dan melestarikan cerita rakyat sebagai bagian penting dari warisan budaya Indonesia. Dengan menyampaikan cerita rakyat melalui media animasi, tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Hal ini dapat mendorong penghargaan dan pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai budaya dan sejarah lokal.

Dengan memperkenalkan cerita rakyat Legenda Situ Patenggang kepada generasi muda melalui media animasi, diharapkan dapat memperkuat identitas budaya Indonesia. Hal ini membantu membangun rasa kebanggaan dan penghargaan terhadap budaya lokal dan nasional, sehingga hal tersebut dapat membawa dampak positif mengenai menjaga alam dan lingkungan sekitar.

1.3 Tinjauan Literatur

Zaidan (2002:2) menjelaskan bahwa cerita rakyat daerah di Indonesia, dalam konteks sastra, merupakan bagian dari kekayaan budaya lokal yang sangat tergantung pada dukungan budaya dari masyarakat setempat. Sebagai salah satu sumber nilai-nilai lokal, cerita rakyat daerah memiliki peranan penting dalam menjaga keberagaman budaya Indonesia. Cerita rakyat, sebagai karya sastra, tidak hanya memiliki nilai budaya tetapi juga berfungsi sebagai cermin dan panduan bagi masyarakatnya.

Cerita rakyat memiliki peranan dan fungsi yang sangat penting dalam masyarakat yang menghargainya. Dalam cerita rakyat terdapat nilai-nilai luhur bangsa, terutama dalam hal budi pekerti dan ajaran moral. Jika cerita rakyat dianalisis dari sudut pandang nilai moral, dapat diidentifikasi nilai moral individual, sosial, dan religius. (Dwi Sulistyarini)

Nama Situ Patengan berasal dari kata 'pateang-teangan', yang berarti saling mencari, dan letaknya berada pada ketinggian 1600 meter di kaki Gunung Patuha. Menurut legenda, pasangan kekasih Ki Santang dan Dewi Rengganis, setelah sekian lama berpisah, saling mencari satu sama lain. Mereka akhirnya bertemu dan memadu janji di suatu tempat. Dewi Rengganis meminta Ki Santang untuk membuatkan danau dan perahu untuk mereka berdua, dan itulah awal mula terbentuknya Situ Patengan.

Legenda ini menjadi bagian dari cerita rakyat Parahiyangan dan menjadi cerita asal muasal danau yang indah ini. Lokasi pertemuan pasangan tersebut sekarang dikenal dengan sebutan 'Batu Cinta', sementara perahu Ki Santang diyakini menjadi Pulau 4 Asmara/Sasaka yang berbentuk hati di tengah danau, yang dikenal sebagai 'Situ Patenggang'. Nama Situ Patengan sendiri berasal dari kata 'pateang-teangan', yang berarti saling mencari.

1.3.1 Media

Kata "media" berasal dari istilah "medium" yang secara literal berarti perantara atau pengantar. Media merujuk pada segala bentuk yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Media pembelajaran, di sisi lain, didefinisikan sebagai segala alat bantu yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi guna mencapai tujuan pembelajaran. Ini bisa berupa apa pun yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat peserta didik sehingga proses pembelajaran dapat terjadi (lihat Rohani, 1997:2; Djamarah, 1995:136; dan Purnamawati, 2001:4). Menurut Dalam Concept (2008:12), animasi dapat didefinisikan sebagai proses menghidupkan urutan gambar diam atau teknik merekam susunan gambar atau model untuk menciptakan ilusi gerakan. Dengan demikian, animasi terbentuk dari model-model grafis yang dianimasikan. Dalam hal durasi, media animasi dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan durasinya, yaitu Short Form Animation (SFA) dan Long Form Animation (LFA). Short Form Animation (SFA) adalah animasi dengan durasi pendek, biasanya sekitar 1 menit, 30 detik, atau 15 detik. Sementara itu, Long Form Animation (LFA) adalah animasi dengan durasi lebih panjang, sering kali berlangsung lebih dari 5 menit. LFA juga dikenal sebagai Feature Film Animation, yang merupakan animasi untuk bioskop atau layar lebar, dengan durasi minimal sekitar 70 menit.

2. Metode/Proses Kreatif

Design Thinking merupakan sebuah alat yang digunakan dalam menyelesaikan masalah, dengan pendekatan yang berpusat pada manusia. Setiap langkah dalam proses Design Thinking berfokus pada kebutuhan dan pengalaman manusia (Hussein, 2018:10). Konsep Design Thinking pertama kali diperkenalkan oleh Tim Brown di Harvard Business Review (Brown, 2008), dan sejak itu, telah berkembang menjadi berbagai pendekatan, salah satunya adalah model Five Steps Design Thinking yang dikembangkan oleh Stanford d.school. Model Five Steps Design Thinking ini dikembangkan oleh Stanford d.school, lembaga akademik yang fokus pada pengajaran design thinking. Model ini terdiri dari lima tahap: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test (Doorley, Holcomb, Klebahn, Segovia, & Utley, 2018).

Pada proses design thinking dimulai pada tahapan Empathize yaitu ketika seorang penulis mampu melihat atau memahami desain dari perspektif berbagai pengguna atau konsumen. Ini penting agar desainer dapat memahami kebutuhan dan harapan konsumen terhadap desain tersebut. Kemudian tahapan selanjutnya melibatkan analisis dari kebutuhan dan keinginan konsumen, yang kemudian dicatat sebagai dasar untuk mengembangkan ide-ide selanjutnya. Setelah itu berlanjut pada tahap Ideate yang merupakan proses pencarian solusi terhadap masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Ini bisa dilakukan secara kolaboratif dengan beberapa orang untuk memperluas sudut pandang dan ide-ide yang dihasilkan.

Kemudian pada tahap Prototype, dimana desain dikembangkan berdasarkan solusi dan ide-ide yang sudah ditemukan sebelumnya. Ini membantu memfasilitasi penilaian dari desainer dan konsumen terhadap kekurangan atau kelebihan desain tersebut. Pada tahap terakhir adalah tahap Test, di mana desain yang telah dibuat diuji coba oleh beberapa target audiens untuk menilai apakah sesuai dengan harapan atau tidak.

2.1 Segmentasi Target

Demografis	Geografis	Psikografis	Teknografis
Anak beranjak remaja (9 – 11 tahun), laki-laki dan wanita, Perempuan Sekolah Dasar	Bandung dan sekitarnya yang sudah memiliki akses terhadap teknologi.	Anak-anak yang senang bermain dan memiliki keingin tahaun tinggi.	Pengguna aktif media sosial

Tabel 1. Segmentasi Target Audiens

2.2 Insight Target

Want

- Ingin belajar hal baru.
- Terlibat aktif bersama teman-teman seusia nya.

Fear

- Ketinggalan trend atau FOMO.
- Tidak dapat eksplorasi atas kaingin tahaunnya.

Dream

- Dapat terpenuhi keingin tahaunnya dengan mudah.
- Belajar suatu hal tanpa mereka merasa bosan.

Tabel 2. Insight Target

2.3 Analisis SWOT

Strengths

- Indonesia memiliki cerita rakyat yang banyak dan beragam, salah satunya Cerita Legenda Situ Patenggang.
- Anak-anak lebih mudah untuk mendapat informasi karena perkembangan teknologi saat ini.
- Tempat wisata Situ Patenggang memiliki beragam objek wisata yang bisa dinikmati.

Weakness

- Banyak anak-anak yang tidak memiliki ketertarikan terhadap keberagaman budaya yang dimiliki termasuk didalamnya Cerita Rakyat.
- Anak-anak cenderung tertarik terhadap budaya luar.
- Anak-anak merasa bosan untuk mengetahui lebih dalam mengenai kebudayaan lokal, terutama yang berkaitan dengan sejarah.
- Media untuk Cerita Rakyat masih banyak yang hanya berupa gambar dan tulisan.

Opportunities

- Media penyampai informasi yang lebih fleksible bisa menjangkau luas audience dan dapat dengan mudah diakses.
- Keberagaman Cerita Rakyat di Indonesia bisa menjadi daya tarik agar anak bisa bangga dengan identitas budaya yang dimiliki.
- Era digital yang saat ini berkembang pesat, dapat dimanfaatkan dengan menyebarkan informasi mengenai Cerita Rakyat.

Threat

- Budaya luar disampaikan secara lebih menarik sehingga lebih diminati dibanding dengan budaya lokal.
- Anak-anak tidak dapat menangkap pesan moral yang disajikan didalam media informasi.
- Informasi mengenai Cerita Rakyat Situ Patenggana mudah diingat dan mudah dilupakan karena informasi lain juga mudah diakses.
- Trend yang mudah berubah-ubah.

2.4 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan kelanjutan proses dari analisis SWOT. Pada tahap ini, matriks SWOT digunakan untuk memisahkan faktor eksternal dan internal guna mengidentifikasi ancaman yang dapat muncul di masa depan serta menemukan peluang dalam konteks penelitian ini.

<p>SO (Strengths – Opportunity)</p> <p>Memberi edukasi bahwa kekayaan budaya di Indonesia sangat banyak termasuk Cerita Rakyat dan tidak kalah oleh budaya luar.</p>	<p>WO (Weakness – Opportunity)</p> <p>Menarik minat anak-anak untuk mengetahui lebih mengenal Cerita Rakyat dengan cara yang lebih menarik dan tidak membosankan.</p>
<p>ST (Strengths – Threat)</p> <p>Menyampaikan Cerita Rakyat dengan menggunakan media yang fleksible dan mudah diakses oleh masyarakat terutama anak-anak, yaitu menggunakan media animasi.</p>	<p>WT (Weakness – Threat)</p> <p>Menyebarkan Informasi mengenai Cerita Rakyat yang memiliki pesan moral dan dapat menjadi trend tersendiri.</p>

Tabel 3. Matriks SWOT

2.5 Problem Statement

Kurangnya media yang fleksible, mengandung unsur entertainment, dan mudah diakses sehingga dapat menjangkau audience luas, namun dengan tetap terdapat pesan moral yang terkandung di dalamnya.

2.6 Problem Solution

Memberi informasi mengenai Cerita Rakyat Legenda Situ Patenggang dengan menggunakan media animasi sehingga mudah diakses dan dapat menjangkau kalangan luas, ,namun tetap memberikan pesan moral di dalamnya sebagai identitas pembentuk karakter yang baik pada usia dini.

2.7 Message Planning

2.7.1 What to Say

“Jelajahi Keberagaman Warisan Yang Melegenda”

Cerita Legenda Situ Patenggang saat ini masih kurang dikenal oleh audiens, dengan *General Message + Problem Statement + Target Insight* didapat *What to Say* tersebut untuk *target audiens* yang senang berkelajah dan diberikan edukasi terkait sejarah masa lalu

2.7.2 How to Say

Membangun ambience yang menyenangkan sekaligus meampilkan beberapa tempat yang terkait dengan Situ Patenggang.

2.7.3 Tone & Manner

Tone and Manner Adventure, Fun,Nature Tone & Manner tersebut dipilih agar mengajak Target Audience ikut berpetualang melalui media animasi yang dibuat, dan target audience juga mendapat hiburan dan pesan moral dari konten yang terdapat pada animasi. Style cartoon juga dipilih agar mudah diterima oleh target audience karena memiliki bentuk yang unik dan lucu serta fictional.

2.7.4 Tone of Voice

Menggunakan gaya bahasa sehari-hari yang sederhana dan dapat diterima oleh anak-anak (tidak terlalu formal) dan dubbing yang dekat dengan karakter kartun yang sudah biasa ditonton sejak anak-anak.

2.8 Color Scheme

Warna yang cerah dan alami digunakan untuk mewakili Tone & Manner Adventure, Fun dan Nature



Gambar 2. Color Scheme

Sumber : Dokumen Pribadi

2.9 Flashback Sequence

Teknik story telling yang digunakan adalah Flashback, dalam struktur ini, cerita dimulai dengan situasi yang tenang di masa sekarang, kemudian menggunakan kilas balik untuk mengungkapkan permasalahan atau kejadian penting dari masa lalu. Flashback ini membawa cerita menuju klimaks, setelah itu narasi kembali ke masa sekarang untuk menyelesaikan cerita.

2.10 *With What Effect*

	PESAN	TUJUAN	KONTEN
T H I N K	Memberi informasi tentang Cerita Legenda yang ada di Situ Patenggang.	Memberi kesadaran terhadap Target Audience mengenai pentingnya mengetahui warisan budaya yang diwariskan sejak dulu.	Animasi "Cerita Legenda Situ Patenggang bersama Pak Surya dan Arya"
F E E L	Setelah mengetahui warisan budaya di tempat wisata Situ Patenggang, target audience dapat memiliki rasa kebanggaan terhadap warisan budaya yang ada.	Target Audience lebih menjaga keindahan alam yang dimiliki dan dapat mempengaruhi teman sebayanya untuk memiliki sifat positif yang sama.	Pak Surya menceritakan Cerita Legenda Situ Patenggang kepada Arya yang memiliki ketertarikan terhadap Cerita Legenda dan Arya bangga dan mulai menerapkan sikap positif di tempat wisata Situ Patenggang.
D O	Mengajak Target Audience untuk menjaga keindahan alam serta melestarikannya kemudian menerapkan hal-hal positif yang didapat dari animasi yang dirancang sehingga warisan budaya yang ada tidak terlupakan.	Target Audience termotivasi untuk menjaga keindahan alam dan mendapat pesan moral yang positif untuk diterapkan pada kehidupan.	Animasi dengan konten yang memiliki pesan positif agar Target Audience termotivasi untuk menerapkannya.

Gambar 2. *With What Effect*

Sumber : Dokumen Pribadi

3. Proses Desain

3.1 *Tahapan awal*

Script

Script cerita dibuat dari sumber yang sudah didapat dan disesuaikan kembali dengan Target Audience. Script juga perlu dibuat untuk mengetahui Arah jalan cerita akan dibawa kemana, dan akan berakhir seperti apa.

Storyboard

Storyboard penting untuk dibuat setelah pembuatan script. Storyboard bertujuan untuk penggambaran bagaimana script akan dibuat menjadi animasi.



Gambar 3. Story Line
Sumber : Dokumen Pribadi

3.2 Hasil Perancangan

Judul dari perancangan animasi yang saya buat adalah Cerita Legenda Situ Patenggang Bersama Pak Surya & Arya yang merupakan 2 tokoh utama yang terlibat dalam cerita.

CERITA LEGENDA SITU PATENGGANG

Berkshire Swash

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

Gambar 3. Desain Judul
Sumber : Dokumen Pribadi

PAK SURYA & ARYA

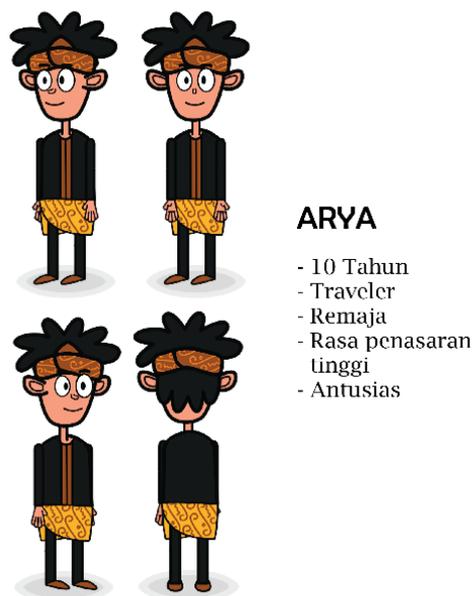
Xylo Plain

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

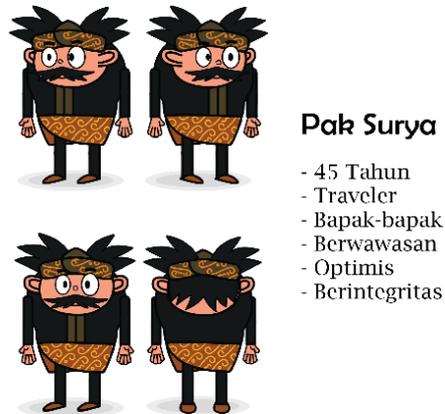
Gambar 4. Desain Font
Sumber : Dokumen Pribadi

Desain Karakter

Karakter dibuat dengan style yang minimalis dan tidak terlalu realistis untuk membuat lebih animationable namun tetap menampilkan atribut yang terkait dengan Jawa Barat.



Gambar 5. Desain Karakter Arya
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 6. Desain Karakter Pak Surya
Sumber : Dokumen Pribadi



KIAN SANTANG

Putra Prabu Siliwangi dari Kerajaan Pajajaran. Ia dikenal sebagai seorang prajurit yang gagah berani, memiliki kesaktian luar biasa, dan sangat setia kepada keluarganya. Kian Santang memiliki sifat pemberani dan bijaksana, sering kali berperan sebagai pemimpin dalam pertempuran melawan pemberontak kerajaan.

Gambar 7. Desain Karakter Kian Santang
Sumber : Dokumen Pribadi



DEWI RENGGANIS

Seorang wanita cantik dan lembut yang juga memiliki kesaktian. Ia dikenal karena kesetiannya kepada Kian Santang. Meskipun memiliki sifat yang lembut dan penuh cinta, Dewi Rengganis juga menunjukkan keberanian dengan menjalani tapa untuk mencari suaminya saat mereka terpisah.

Gambar 8. Desain Karakter Dewi Rengganis
Sumber : Dokumen Pribadi

Ilustrasi Background

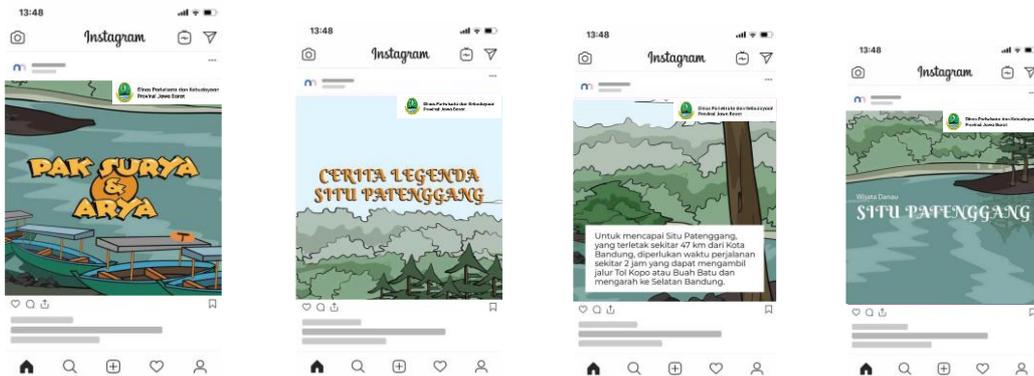
Background dibuat dari tempat yang benar ada di Situ Patenggang, dan beberapa tempat yang terjadi di masa lalu, diambil dari beberapa sumber yang ada



Gambar 9&10. Ilustrasi Background
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 11. Scene Animasi
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 12. Konten Tambahan
Sumber : Dokumen Pribadi

4. Kesimpulan

Perancangan animasi Legenda Situ Patenggang ini bertujuan untuk melestarikan cerita rakyat sebagai warisan budaya yang berharga. Melalui media animasi, cerita rakyat dapat disampaikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda. Proyek ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pelestarian budaya tetapi juga sebagai sarana edukasi yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga warisan budaya lokal. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penggunaan media animasi mampu menciptakan ketertarikan dan pemahaman yang lebih baik terhadap cerita rakyat. Hal ini sejalan dengan tujuan awal yaitu meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap kekayaan budaya Indonesia melalui metode yang inovatif dan menarik.

5. Daftar Referensi

1. Thomas, Frank and Johnston, Ollie.(1997) "The Illusion of Life Disney Animation."
2. Capputo, Anthony C.(1996: Bab 10) "Visual storytelling : the art and technique"
3. Indrastuti, Novi Siti Kussuji. "Representasi Unsur Budaya dalam Cerita Rakyat Indonesia: Kajian Terhadap Status Sosial dan Kebudayaan Masyarakat." *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)* 3.3 (2018): 189-199.
4. Setiawan, Yuliyanto Budi, Fajriannoor Fanani, and Edy Nurwahyu Julianto. "Bias Gender Dalam Cerita Rakyat:(Analisis Naratif pada folklore Eropa, Cinderella, dengan Cerita Rakyat Indonesia, Bawang Merah Bawang Putih)." *Jurnal The Messenger* 5.2 (2016): 1-13.
5. Hikmah, N. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN TAMAN SITU PATENGGANG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA ALAM UNGGULAN DI BANDUNG JAWA BARAT (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta).
6. Abdul Hadi (2021, 4 November). "Tahap Perkembangan Psikologi Anak Sesuai Usia Hingga 11 Tahun". Diambil kembali dari <https://tirto.id/tahap-perkembangan-psikologi-anak-sesuai-usia-hingga-11-tahun-eBCo>
7. stopmotionhero.com. The 12 Principles of Animation: A Comprehensive Guide. Diambil kembali dari The 12 Principles of Animation: A Comprehensive Guide (stopmotionhero.com)
8. Vallis, Gina L. "Flashback and the Situation of Narration: The Spectacle of Memory in Popular Hollywood Film."
9. Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2).
10. Asnawi, Asnawi. "Kategori dan Fungsi Sosial Teks Cerita Rakyat Masyarakat Banjar Hulu: sebagai Pengukuh Warisan Kebudayaan Lokal Bangsa." *Jurnal sastra indonesia* 9.3 (2020): 212-221.
11. Nisya, Risma Khairun. "Identitas Budaya Dalam Cerita Rakyat Nusantara." *Konferensi Nasional Bahasa dan Sastra V 5.1* (2019): 237-241.
12. Brahmantya Priambada, Yulius. "Urgensi Melestarikan Kesenian dan Seniman Tradisional Indonesia" : Dikutip Kembali dari Urgensi Melestarikan Kesenian dan Seniman Tradisional Indonesia - Kompas.id
13. Nahak, Hildgardis MI. "Upaya melestarikan budaya indonesia di era globalisasi." *Jurnal Sosiologi Nusantara* 5.1 (2019): 65-76.
14. Yasa, Ngakan Putu Darma, and Anak Agung Gde Raka Wiadi Netera. "Perancangan Film Animasi 2 Dimensi Cerita Rakyat berjudul Terima Kasih Dewi Sri." *Jurnal Desain* 11.1 (2024): 53-67.
15. Thomas, Frank and Johnston, Ollie.(1997) "The Illusion of Life Disney Animation."
16. Capputo, Anthony C.(1996: Bab 10) "Visual storytelling : the art and technique"