

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terdiri atas kepulauan dan memiliki ratusan suku bangsa yang sangat beragam, namun masih tetap memiliki satu kesatuan. Akan tetapi, dalam kenyataannya memperkenalkan kebudayaan tradisional Indonesia secara lokal maupun internasional masih terkesan setengah-setengah. Seringkali hanya budaya tradisional tertentu saja yang mendapat sorotan sementara masih banyak kebudayaan tradisional di daerah lain yang tak kalah kaya dan eksotis untuk diperkenalkan padahal Indonesia memegang erat asas “Bhinneka Tunggal Ika” yang tertulis di lambang negara Republik Indonesia sebagai sebuah cerminan bahwa meski Indonesia merupakan negara kepulauan dengan puluhan provinsi dan ratusan suku bangsa, namun tetap dalam satu kesatuan.

Bentuk dari kebudayaan tradisional Indonesia sendiri sangat bermacam-macam, salah satunya adalah berupa artefak. Menurut J.J Hoenigman (dalam Koentjaraningrat, 2015:150), artefak yaitu wujud kebudayaan fisik yang berupa hasil aktivitas, perbuatan dan karya semua manusia dalam masyarakat yang berupa benda-benda atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, didokumentasikan. Artefak sifatnya paling konkret di antara wujud kebudayaan lain. Artefak ini selama masih ada dan dapat ditemukan bisa diamati dan menjadi bukti sejarah sebuah kebudayaan dimasa lampau, terutama kebudayaan tradisional Indonesia.

Namun dari hasil pengamatan, saat ini keberadaan artefak tidak terlalu banyak dilirik oleh masyarakat modern khususnya anak remaja generasi masa kini. Daya tarik artefak hanyalah berupa pajangan yang terdapat di museum-museum yang tersebar di Indonesia dimana kondisinya pun diperburuk dengan kurangnya kelengkapan koleksi dan informasi yang difasilitasi oleh museum. Artefak saat ini sebagian besar hanya untuk keperluan tugas kuliah atau menarik minat turis asing yang datang ke Indonesia

dan tertarik dengan kebudayaan tradisionalnya. Masyarakat modern lebih tertarik dengan hal-hal yang bersifat modern, praktis, dan kekinian. Peran teknologi gadget sangat melekat dengan masyarakat modern yang menjadikannya sebagai salah satu kebutuhan sekunder. Kecenderungan ini yang membuat minat masyarakat modern terhadap budaya tradisional menjadi sangat kecil. Padahal dengan adanya artefak, sedikit banyak masyarakat dapat mengetahui bentuk kebudayaan tradisional Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Sementara itu, pemerintah saat ini melihat pertumbuhan ekonomi kreatif sebagai peluang yang patut diperhitungkan. Karena sejak tahun 2009, pemerintah telah merencanakan Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025, dimana salah satu sub-sektor utamanya yaitu industri pengembangan game interaktif.

Dalam hasil seminar yang bertema “Ekonomi Berbasis Kreativitas dan Inovasi sebagai Kekuatan Baru Ekonomi Indonesia” bertempat di Universitas Telkom, Bandung (07/09), Robbi Baskoro, selaku Sekjen Game *Developer* (Kemenko, 2015, <https://www.ekon.go.id/berita/view/ekonomi-berbasis-kreativitas.1659.html>, diakses 23 februari 2016), menyampaikan peluang besar Indonesia dalam mengembangkan Industri game, dimana perkembangannya saat ini sangat pesat yang dipengaruhi oleh pertumbuhan populasi telepon seluler, internet, dan penggunaan media sosial. Jumlah pengguna game *online* di Indonesia saat ini tercatat sebesar 52,5 juta orang. Sejumlah produk game *online* buatan *developer* lokal telah mampu menembus di pasar global dan dimainkan oleh ratusan juta orang di seluruh dunia. Kondisi ini menunjukkan kemampuan produk Indonesia berkompetisi di pasar industri game global yang memiliki *market share* diperkirakan sebesar USD 181 juta dolar.

Disisi lain, Jepang merupakan salah satu negara yang telah berhasil dalam mengembangkan industri ekonomi kreatif. Dalam pengembangannya, Jepang banyak melibatkan media-media kreatif seperti *manga*, *light novel*, *anime*, dan game untuk mempertahankan kebudayaan tradisionalnya. “Dynasty Warriors”, “Sengoku Basara”, dan “Touken Ranbu” merupakan beberapa game asal Jepang yang telah berhasil membuat kebudayaan tradisional menjadi bagian dari budaya populer. Game-game

tersebut mengemas kebudayaan historis Jepang, yaitu samurai, menjadi sesuatu yang lebih baru dan kekinian yang bisa diikuti oleh masyarakat modern saat ini. Karena seperti yang diutarakan langsung oleh Ashcraft dalam situs berita kotaku (<http://kotaku.com/japans-newest-trend-katana-women-1710297944>, diakses 16 Februari 2016), kemunculan game-game tersebut telah melahirkan sebuah tren populer di Jepang yaitu *katana joshi* atau wanita katana, wanita yang memiliki ketertarikan terhadap pedang bersejarah Jepang yang awalnya dipopulerkan dari game “Sengoku Basara”.



Gambar 1.1 Poster Promo Touken Ranbu

Sumber: touken-ranbu.wikia.com

Sementara itu, “Touken Ranbu”, saat ini sedang populer dan menjadi tren di Indonesia. Game bergenre *turn-based* strategi dengan platform *web-browser* ini cukup populer karena seperti yang diutarakan Ashcraft, “Touken Ranbu” memiliki lebih dari 1 juta pemain aktif di Jepang, juga meraih kepopuleran di media sosial dan pasar komik indie Jepang dilihat dari dominasinya di katalog (<http://kotaku.com/japans-newest-trend-katana-women-1710297944>, diakses 16 Februari 2016). Kepopuleran tersebut mengakibatkan game ini berhasil menurunkan produk dalam bentuk lain seperti *manga*, *light novel*, *anime*, hingga *action figure* dari karakter-karakter dalam game tersebut.

Game ini mengambil konsep *gijinka*¹ atau yang biasa disebut dengan *moe anthropomorphism* pada desain karakternya. Istilah *Moe* pada dasarnya adalah sebuah

¹ *Gijinka* merupakan istilah umum yang digunakan di Jepang untuk personifikasi.

ungkapan atau ekspresi seseorang terhadap karakter fiktif yang disukai; keterlibatan interaksi terhadap karakter yang berasal dari baik *anime*, *manga*, maupun game, seseorang bisa merasa terikat bahkan jatuh cinta terhadap karakter fiksi tersebut (Galbraith, 2014:4-7). Selanjutnya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *anthropomorphism* adalah pengenaan ciri-ciri manusia pada binatang, tumbuh-tumbuhan, atau benda mati. Sehingga dari kedua penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *moe anthropomorphism* yaitu bentuk personifikasi atau pemberian nilai-nilai manusia terhadap sesuatu yang bukan manusia seperti benda, hewan, konsep, bahkan fenomena yang dalam perwujudannya bisa disukai oleh seseorang dan menarik. Dari segi konsep, game “*Touken Ranbu*” ini menarik karena menerapkan konsep tentang pedang-pedang bersejarah Jepang yang dipersonifikasi menjadi karakter yang atraktif serta khas bernuansa Jepang.

Menurut seorang psikolog Jepang bernama Yoshihito Naito dari sebuah tanya jawab mengenai fenomena kebudayaan *gijinka*. *Gijinka* lahir dari budaya populer Jepang yang terbiasa untuk mempersonifikasi benda-benda disekitarnya untuk dijadikan sebuah karakter, hal ini berdasarkan pola pikir bahwa setiap benda juga memiliki sifat dan jiwa. Kebudayaan ini kemudian tumbuh bukan hanya dalam kehidupan masyarakat Jepang namun juga dalam produk ekonomi kreatif Jepang (http://www.okwave.com/id/culturezine/psychological_analyses/9/9, diakses 4 februari 2016).

Konsep inilah yang menyebabkan bisa diterimanya game berformat *gijinka* oleh masyarakat muda Indonesia khususnya yang menyukai budaya populer Jepang. Karena nyatanya, produk turunan dari game “*Touken Ranbu*” turut mendapat tempat di pasar komik indie lokal Indonesia seperti Comifuro² (Comic Frontier), dimana seperti yang dijelaskan oleh Tiffani selaku salah satu panitia Comifuro yang telah diwawancarai mengenai fenomena *gijinka* di Indonesia, dalam acara Comifuro ke 6

² Comifuro merupakan event pameran karya kreatif Indonesia yang berkonsep *comiket* (*comic market*) atau pasar komik.

yang diadakan pada tahun 2015 ini, terdapat 100 circle lokal yang menjual *merchandise* dan komik indie dari game “Touken Ranbu”.

Karakter tokoh berperan sangat besar dalam sebuah game. Untuk memainkan sebuah game, pemain membutuhkan karakter tokoh yang bisa mewakilinya memainkan peran dalam game. Seperti dalam beberapa game populer asal Jepang ini, karakter merupakan *resource* paling utama yang digunakan dalam *gameplay*-nya untuk pertarungan. Karakter-karakter ini justru yang menjadi daya tarik utama dalam game dimana masing-masing karakter memiliki nilai lebih baik dari bentuk visualnya, karakteristik, dan cara bertarung yang tercermin dari tiap pedang-pedang bersejarah Jepang yang beranekaragam.

Untuk itu, perancangan karakter pada game yang mengangkat konten budaya tradisional ini mengadaptasi konsep *gijinka* atau *moe anthropomorphism* karena secara peluang cukup bagus serta pengaplikasiannya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan dapat menjawab permasalahan yang telah diutarakan sebelumnya. Sehingga dalam memperkenalkan artefak budaya tradisional Indonesia dapat dikemas dalam bentuk personifikasi menjadi karakter atraktif yang bisa meningkatkan minat masyarakat modern khususnya anak remaja terhadap budaya tradisional.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Masyarakat modern khususnya anak remaja kurang tertarik dengan artefak budaya tradisional Indonesia. Mereka cenderung lebih menyukai hal-hal yang lebih canggih, modern, kekinian, dan yang sedang tren saat ini. Masyarakat modern saat ini lebih menyukai budaya populer yang menyebar dan menjadi tren, salah satunya adalah kebudayaan tradisional Jepang yang dikemas menjadi budaya populer berbentuk game, seperti “Dynasty Warriors”, “Sengoku Basara”, dan “Touken Ranbu”.
2. Media-media yang digunakan saat ini untuk memperkenalkan artefak budaya tradisional Indonesia masih kurang efektif. Selama ini media yang digunakan adalah museum dan taman budaya. Nyatanya, tidak semua

kalangan masyarakat tertarik untuk datang ke tempat tersebut. Karena dari hasil pengamatan, sebagian besar pengunjung yang datang ke museum dan taman budaya adalah para pelajar yang sedang dalam *study tour* atau turis asing. Selain itu, kondisi fasilitas pada beberapa museum dan taman budaya cukup memprihatinkan dengan kurangnya kelengkapan koleksi dan informasi yang difasilitasi. Oleh karena itu, perlu adanya media lain dalam memperkenalkan kebudayaan tradisional Indonesia dengan pengemasan budaya populer.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana memperkenalkan kembali keragaman budaya tradisional Indonesia khususnya artefak dengan pengemasan budaya populer?
2. Bagaimana merancang karakter *moe anthropomorphism* pada game berkonsep budaya tradisional Indonesia dengan menggunakan artefak sebagai media personifikasi?

1.3 Ruang Lingkup

1. Media yang digunakan adalah game.
2. Perancangan berfokus pada karakter *moe anthropomorphism* dari artefak budaya tradisional Indonesia yang pada hasil akhirnya disusun dalam bentuk *artbook* dengan hasil akhir *prototype*.
3. Budaya lokal yang diambil berasal dari suku bangsa terpilih di 7 wilayah berdasarkan peta persebaran suku bangsa yaitu Sumatera, Jawa-Bali, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Nusa Tenggara, dan Papua (Hidayah, 1996:xxix).
4. Artefak yang diambil adalah senjata tradisional dan alat musik dari masing-masing tiap suku bangsa yang dipilih (tujuh suku bangsa), yaitu suku Dayak, Batak, Bugis, Jawa, Maluku, Sumba, dan Asmat.
5. Target audiensnya adalah remaja.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Untuk menemukan penerapan keragaman budaya tradisional Indonesia yang tepat dalam perancangan karakter *moe anthropomorphism*.
2. Untuk merancang karakter *moe anthropomorphism* dalam game berkonsep keragaman budaya tradisional Indonesia.

1.5 Manfaat Perancangan

1. Dapat memperkenalkan konsep keragaman budaya tradisional Indonesia yang dapat mencerminkan Indonesia dengan seutuhnya.
2. Dapat mendorong masyarakat modern khususnya anak remaja untuk bisa lebih tertarik terhadap artefak budaya tradisional Indonesia.
3. Mendapatkan metode perancangan grafis yang tepat dalam merancang karakter *moe anthropomorphism* pada game untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif Indonesia.

1.6 Metode Perancangan

1.6.1 Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, perancang menggunakan metode penelitian kualitatif dimana lingkup pencarian data lebih terfokus pada studi literatur dan referensi, wawancara, dan observasi.

1. Studi Literatur

a. Pustaka/Dokumen

Berupa buku-buku ensiklopedi budaya Indonesia, buku perancangan karakter, dokumen pemerintah untuk publik, dan dokumen lainnya termasuk artikel berita daring.

b. Referensi Desain Karakter

Referensi primer berasal dari desain karakter game populer Jepang yaitu “Dinasty Warriors”, “Sengoku Basara”, dan “Touken Ranbu”.

Sedangkan referensi sekunder terbatas dalam lingkup jenis desain karakter yang sama.

2. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah observasi non partisipan, dimana perancang secara pasif mengamati artefak-artefak yang ada di Museum Nasional Indonesia dan Taman Mini serta mengamati beberapa referensi desain karakter *moe anthropomorphism* seperti dalam game “Touken Ranbu” sebagai bahan acuan perancangan.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan metode semiterstruktur, yaitu wawancara yang pelaksanaannya lebih bebas, tidak sistematis, namun masih menggunakan pedoman wawancara. Ini berguna untuk membicarakan masalah dengan lebih terbuka sehingga responden dapat mengungkapkan pendapat dan ide-idenya. Wawancara utamanya dilakukan secara langsung yaitu *face to face*, namun untuk beberapa responden yang sulit dijangkau, wawancara dilakukan secara tidak langsung dengan media internet. Adapun wawancara dilakukan kepada:

- a. Panitia Comic Frontier (Comifuro), yang akan diwawancara seputar fenomena game *gijinka* di Indonesia khususnya di Comifuro.
- b. Balai Pelestarian Nilai Budaya Bandung serta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, yang akan diwawancara tentang keragaman budaya tradisional Indonesia.
- c. Developer game dari Studio Tinker, yang akan diwawancara tentang fenomena game *gijinka* dari sudut pandang developer game serta bagaimana merancang *gameplay* yang baik.

1.6.2 Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis. Data budaya suku bangsa beserta artefak dikategorisasi berdasarkan pola primordial, ini untuk memudahkan dalam menemukan data yang dibutuhkan

untuk pembentukan karakteristik masing-masing tiap arketipe karakter tokoh. Data referensi dianalisis menggunakan matriks untuk menemukan pola karakteristik perancangan karakter *moe anthropomorphism*. Hasil analisis data dijadikan sebagai media konstruksi yang kemudian dibawa dalam perancangan.

1.6.3 Sistematika Perancangan

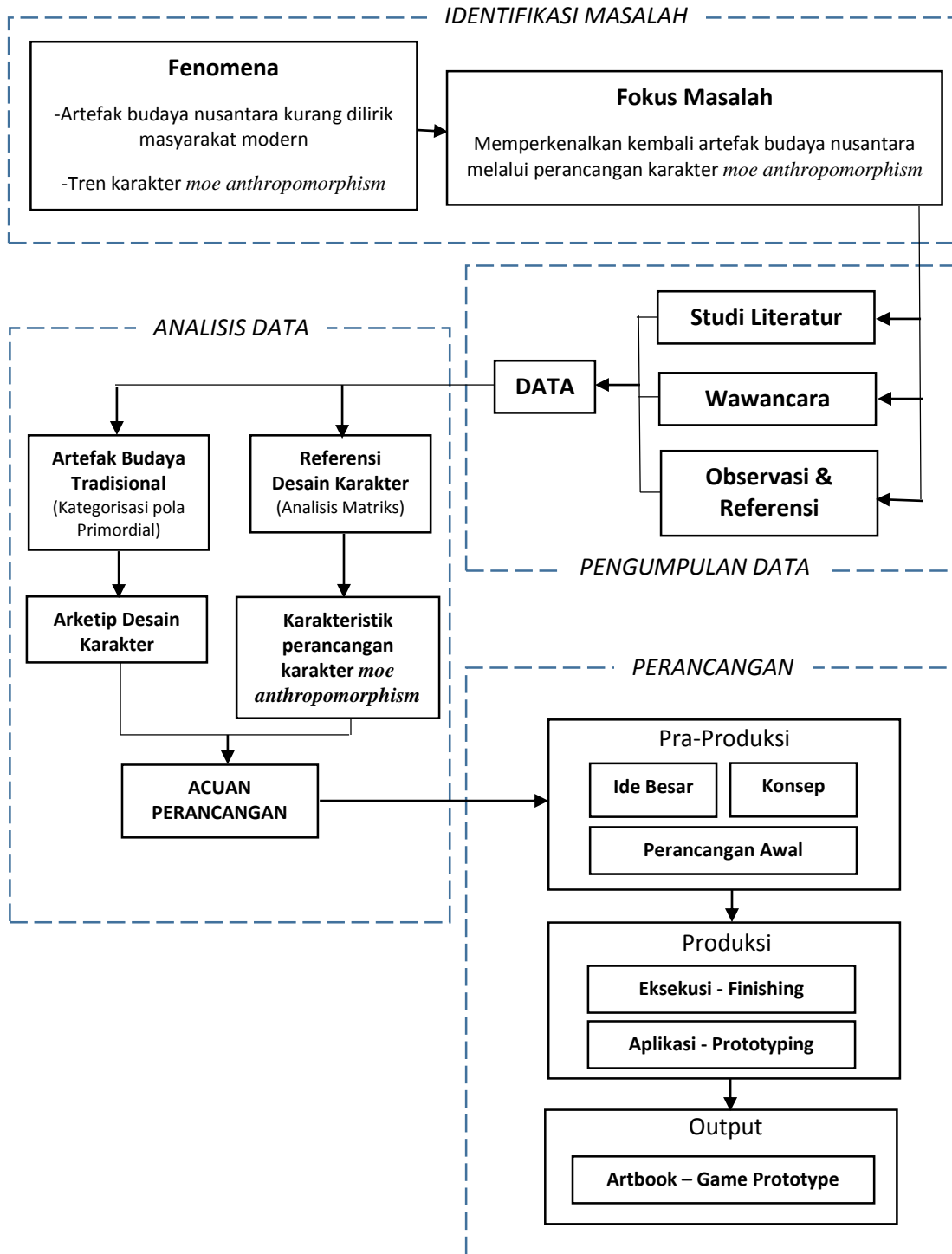
1. Pra-produksi

Pra-produksi mencakup *brainstorming*, penentuan ide awal, konsep besar secara keseluruhan, dan menentukan bagian artefak kebudayaan tradisional Indonesia yang dimasukkan kedalam desain karakternya serta perancangan awal untuk karakter (sketsa kasar).

2. Produksi

Perancangan desain akhir, perancangan awal karakter diproses lebih lanjut dengan dieksekusi hingga tahap *finishing*, kemudian disusun dalam bentuk *artbook*. Desain karakter yang telah dirancang tersebut akan dikembangkan dan diaplikasikan dalam bentuk game *prototype*, karena perancangan ini untuk pengembangan proyek game dalam skala tim.

1.7 Kerangka Perancangan



1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang dari fenomena yang diangkat, permasalahan, ruang lingkup, tujuan dan manfaat perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, serta kerangka perancangan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Merupakan teori-teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran untuk konsep perancangan dari latar belakang fenomena dan masalah yang dibahas.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Penjelasan mengenai data-data yang telah diperoleh dari studi pustaka, observasi, wawancara, serta analisis yang berkaitan dengan masalah sebagai dasar perancangan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Hasil yang didapat dari analisis masalah kemudian dikembangkan menjadi konsep perancangan berdasarkan teori-teori yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan yang berupa jawaban terhadap permasalahan dan nilai baru yang ditemukan, serta saran bagi perancangan lain yang berdasar pada kesulitan dalam perancangan ini.