

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan seni, memiliki sejarah dan karakteristiknya sendiri terkait perkembangan seni visualnya (Trihanondo, D., & Endriawan, D., 2019). Tidaklah berlebihan jika kita berkata demikian, ke-34 Provinsi di Indonesia memiliki pakaian tradisionalnya dengan kekhasannya masing-masing yang mampu menunjukkan identitas dari tiap daerahnya. BPS memaparkan terhitung 1.331 kelompok suku yang tersebar luas di penjuru daerah Indonesia, melalui jumlah tersebut, Indonesia dapat menghasilkan berbagai macam pakaian tradisional.

Pakaian tradisional Indonesia merupakan salah satu adiluhung yang merepresentasikan identitas Indonesia di mata dunia, salah satunya adalah pakaian batik yang dikenal dengan ragam motifnya yang indah. Pada perkembangannya di dunia modern saat ini Batik secara makna, prinsip, tujuan, dan pengaruh keragaman budaya Indonesia telah meluas ke berbagai bentuk pemahaman (Rosandini, M., & Syafrudin, I. 2018). Sejak tanggal 2 Oktober 2009 silam, UNESCO telah menetapkan batik sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity* yang disahkan di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Setidaknya terdapat 23 provinsi di Indonesia dengan corak batik kekhasan lokalnya sendiri dan belum terhitung dengan pakaian tradisional dari tiap-tiap suku.

Secara fungsi, pakaian merupakan suatu barang yang digunakan untuk menutupi dan atau untuk menghiasi tubuh serta cara suatu individu mengidentifikasikan tentang diri mereka. Pada kajian lainnya, pakaian seperti kostum atau pakaian tradisional bukan hanya sebatas sebuah barang untuk menutupi badan. Para ahli sependapat bahwa pakaian memiliki nilai dan makna serta merupakan sarana berkomunikasi dari batasan-batasan tingkah laku yang dapat diterima sosial pada tempat dan periode waktu tertentu.

Dilansir dari Portal Informasi Indonesia mengatakan bahwa kiprah para desainer Indonesia di kancah fashion Internasional dikenal sebagai desainer papan atas yang kerap menggunakan pakaian tradisional seperti batik pada karyanya. Popularitas pakaian tradisional layaknya batik kian meningkat setelah Dries van Noten tampil dalam *Spring Collection 2010* di *Paris Fashion* dengan mengenakan motif batik atau Nicole Miller pada *Resort Collection* dimana salah satu desainnya mengenakan motif mega mendung. Pendiri Microsoft, Bill Gates, terlihat hadir dalam suatu forum bergengsi dengan kemeja batiknya.

Pada era ini, peminat pakaian tradisional mengalami penurunan. 2019 silam peminat batik dalam negeri menurun. Menurut sejumlah narasumber yang merupakan pengrajin Batik, salah satu faktornya adalah karena kurangnya promosi meskipun sudah melakukan penjualan daring. Walau dengan kualitas terbaik sekalipun, jumlah penjualan batik turun secara signifikan dari yang biasanya menghasilkan omzet sejumlah Rp. 10 juta per bulan, kini hanya berkutat di angka Rp. 1 juta. (Tribunnews, 2019, diakses 16 Juli 2020).

Minimnya daya tarik antara generasi muda dengan pakaian tradisional menjadikan warisan budaya ini kurang bernilai dan mudah dilupakan. Pakaian tradisional merupakan salah satu warisan budaya dan identitas budaya Indonesia yang diwariskan oleh nenek moyang yang memiliki nilai-nilai, makna, dan sejarahnya tersendiri. Nilai – nilai tradisi pada kain tradisional tersebut saat ini mulai mengalami degradasi disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu karena gerakan modernisasi yang melahirkan sebuah persepsi sebagian besar masyarakat di Indonesia bahwa fungsi kain-kain tersebut tak lagi harus sebagai kain adati, melainkan dapat dikembangkan sesuai tren menjadi sebuah komoditi dan diaplikasikan menjadi berbagai produk fashion kekinian (Ciptandi, F., Schari, A., & Haldani, A. 2016). Generasi selanjutnya harus mampu melestarikan budaya ini agar tidak hilang termakan zaman. Tentunya diperlukan media penyampaian informasi yang lebih menarik guna menyesuaikan perkembangan zaman.

Videogame merupakan media hiburan interaktif yang mampu menyalurkan interaksi antara pemain dengan sistem *videogame* maupun pemain dengan pemain

lainnya. Menurut Andi Suryanto selaku Ketua Umum Asosiasi Game Indonesia (AGI) menyatakan bahwa perkembangan industri *videogame* di Indonesia dimulai dari sekitar 15 tahun yang lalu beriringan dengan populernya konsol *game* seperti Nintendo dan Playstation. Setelah itu masuklah era *game online* pada awal tahun 2000-an. Selain itu dari sisi konsumen, jumlah *gamers* di Indonesia diperkirakan berjumlah sekitar 40 juta orang sampai akhir 2013 sehingga bisnis industri ini tumbuh drastis.

Melihat angka tersebut, peluang industri game sangatlah besar untuk dapat menarik minat generasi muda yang notabene telah mengenal internet sejak dini. *Global Web Index* menyatakan hampir 97% pengguna internet di Indonesia menggunakan *smartphone* untuk terhubung ke web dan 92% pengguna internet di Indonesia menghabiskan 3 jam 26 menit per hari untuk mengakses internet untuk media sosial dan lain sebagainya. Tentunya dengan jumlah fantastis seperti ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan game dalam negeri guna meraup konsumen seluas-luasnya.

Videogame dapat menjadi media yang tepat untuk menyalurkan informasi mengenai aspek kebudayaan pada khalayak ramai dengan kajian menarik. Sebut saja videogame Overwatch yang berhasil memenangkan *The Game Awards* pada 2016 silam. IGN menyatakan bahwa perasaan tentang keragaman sangatlah meresap dalam Overwatch. Michael Chu selaku desainer senior mengatakan bahwa *team (developer)* ingin game ini untuk dapat merefleksikan dunia, dunia nyata. Saat ini Overwatch sudah memuat 27 karakter yang berhasil merepresentasikan 21 negara melalui desain karakter dan *environmentnya* yang cukup representatif tentunya dengan matangnya konsep yang dibangun melalui riset dan *concept art* yang diciptakan.

Concept art merupakan tahapan pra-produksi yang dilakukan guna memecahkan permasalahan visual sebelum *videogame* memasuki tahap produksi. Sebuah *concept art* harus mampu mengkomunikasikan ide dan mampu menerjemahkan ide menjadi sebuah gambar. Strom, A selaku senior concept artist di Riot Games mengatakan bahwa *concept artist* berada di awal pada tahap

produksi karena perubahan besar lebih murah untuk dieksplorasi melalui menggambar cepat. Sangat susah untuk merubah sesuatu ketika anda membuat karya yang sudah dipoles. Jadi cara terbaik untuk bekerja adalah dengan mengasumsikan bahwa yang anda kerjakan dapat berubah sewaktu-waktu.

Oleh karena itu perancang akan merancang *concept art* karakter dari adopsi pakaian tradisional Indonesia. Agar leluasa dalam mengembangkan konsep sebelum menjadi suatu 3D karakter asset pada *videogame*, perancang akan membuat 12 konsep karakter berdasarkan dari adopsi pakaian-pakaian tradisional Indonesia agar mampu melestarikan budaya sekaligus memberikan wawasan kepada gamer di Indonesia akan kayanya budaya negara kita. Layaknya *videogame* Overwatch yang mampu merepresentasikan 21 kebudayaan dalam satu game melalui desain-desain karakternya, perancang berharap perancangan *concept art* ini dapat menjadi suatu upaya dalam melestarikan kebudayaan Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, perancang mengidentifikasi beberapa masalah:

- a. Mengetahui bentuk pakaian daerah dari suku-suku tradisional di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani.
- b. Mengetahui fungsi pakaian daerah dari suku-suku tradisional di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani.
- c. Mengetahui makna dari pakaian daerah dari suku-suku tradisional di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani.

- d. Merancang *concept art* karakter dari adopsi keanekaragaman pakaian tradisional suku-suku bangsa di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani.

1.3 Batasan Masalah

1.3.1 Apa

Penulis akan merancang *concept art* karakter untuk kebutuhan perancangan *mobile videogame* berjudul Badama! bergenre *multiplayer online battle arena* yang mengadopsi unsur-unsur keragaman suku bangsa di Indonesia Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani.

1.3.2 Bagaimana

Penulis akan mengenalkan pakaian-pakaian tradisional suku bangsa di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani yang diadopsikan ke dalam *concept art* karakter pada *videogame* berjudul Badama.

1.3.3 Siapa

Videogame berjudul Badama ini dirancang untuk mengenalkan wawasan akan keragaman pakaian tradisional suku-suku bangsa di Indonesia kepada *casual gamer* pada jenjang pendidikan SMP.

1.3.4 Dimana

Pencarian data akan dilakukan melalui studi pustaka di *Open Library* Universitas Telkom dan dengan melakukan observasi ke Taman Mini Indonesia Indah.

1.3.5 Kapan

Penelitian dan pengumpulan data akan dilakukan pada tanggal 21 September 2019.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, perancang merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana bentuk, fungsi, dan makna dari pakaian-pakaian tradisional suku-suku bangsa di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani?
- b. Bagaimana merancang karakter-karakter yang cukup mampu merepresentasikan suku-suku bangsa dari berbagai wilayah di Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani untuk perancangan *concept art* bergenre *MOBA-fantasy* berjudul Badama?

1.5 Tujuan Perancangan

1.5.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Mengadopsi pakaian tradisional suku bangsa Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani untuk keperluan *concept art mobile videogame* berjudul Badama
- b. Menghasilkan *concept art* karakter yang mampu mengenalkan suku-suku bangsa Indonesia meliputi Suku Batak, Suku Nias, Suku Betawi, Suku Sunda, Suku Jawa, Suku Dayak, Suku Bugis Makassar, Suku Sasak, Suku Ambon, dan Suku Dani pada khalayak sasaran yang dituju melalui adopsi pakaian tradisionalnya.

1.5.2 Tujuan Khusus

Bagi perancang, tujuan khusus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengenalkan keragaman pakaian tradisional suku bangsa Indonesia.
- b. Untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat kelulusan di Universitas Telkom.

1.6 Manfaat Perancangan

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Penulis mendapatkan wawasan baru ketika mencari data yang dibutuhkan.
- b. Menambah wawasan kebudayaan mengenai keragaman pakaian tradisional suku-suku bangsa Indonesia yang termuat dalam *concept art* karakter Badama kepada para *audience*.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Indonesia
Mengenalkan keragaman pakaian tradisional suku bangsa Indonesia melalui media *concept art*.
- b. Bagi Industri Game di Indonesia
Menginspirasi sesama pengembang *videogame* untuk memuat konten – konten budaya Indonesia.

1.7 Metodologi Perancangan

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang diterapkan adalah metode kualitatif guna mengumpulkan data untuk mendukung perancangan konsep *videogame* ini. Data tersebut akan dikumpulkan, diolah, dan dikaji oleh penulis. Adapun jenis metode yang akan digunakan sebagai berikut:

A. Wawancara

Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya lalu dilontarkan kepada responden baik secara pribadi maupun melalui telepon. Pertanyaan-pertanyaan akan berfokus pada aspek-aspek yang dianggap relevan terhadap permasalahan atau kejadian yang dikaji. Tetapi, pada situasi tertentu, peneliti mampu mengambil petunjuk dari jawaban responden dan mengajukan pertanyaan terkait di luar dari protocol wawancara. Akibatnya faktor-faktor baru dapat teridentifikasi sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam (Sekaran, Bougie, 2010)

Perancang akan mewawancarai pelaku dan pengamat industri *game* Indonesia guna mengetahui faktor apa saja yang disukai oleh khalayak sasaran terhadap konsep yang termuat dalam karakter *videogame*.

B. Observasi

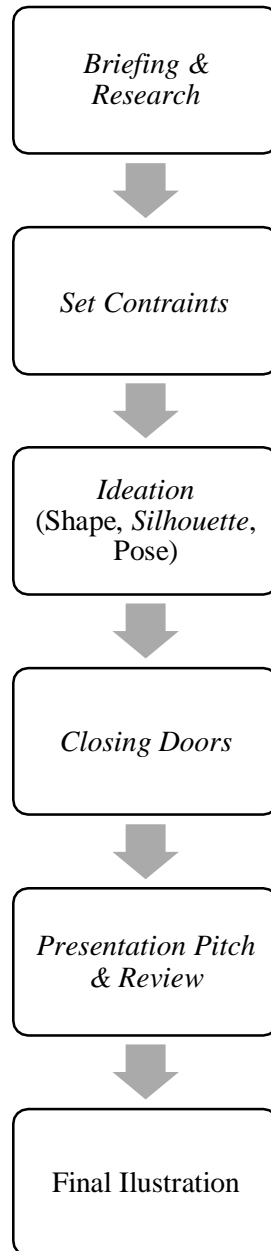
Dalam pengumpulan data pada observasi non-partisipan, peneliti dapat bertindak sebagai pengamat non-partisipan dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan tanpa menjadi bagian dari suatu kejadian yang diamatinya. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menemukan beberapa temuan dari hasil pengamatannya (Sekaran, Bougie, 2010). Perancang memilih metode ini karena perancang tidak terlibat langsung dalam kegiatan objek yang diteliti. Perancang hanya berperan sebagai pengamat.

C. Studi Pustaka

Sejumlah besar fakta dan data yang tersimpan berbentuk dalam dokumentasi seperti laporan, foto, artefak, buku, dan sebagainya. Sifat utama dari data ini memberi peluang kepada peneliti untuk dapat mengetahui kejadian yang pernah terjadi pada beberapa waktu silam karena tidak terbatas pada ruang

dan waktu. Secara detil dokumen ini dapat terbagi beberapa macam yaitu buku atau catatan harian, memorial, dokumen pemerintah, data dari server dan flashdisk, data yang termuat dalam website, dan lain-lain (Rahmat 2012:7). Metode ini diterapkan untuk memperoleh data-data yang termuat dalam berbagai sumber yang memuat informasi yang tidak dapat diraih secara langsung. Data-data yang dikumpulkan dari buku Ensiklopedi Suku Bangsa, Atlas Indonesia, *Website Museum Online*, dan lain-lain akan dikaji untuk menunjang kebutuhan perancangan.

1.7.2 Sistematika Perancangan

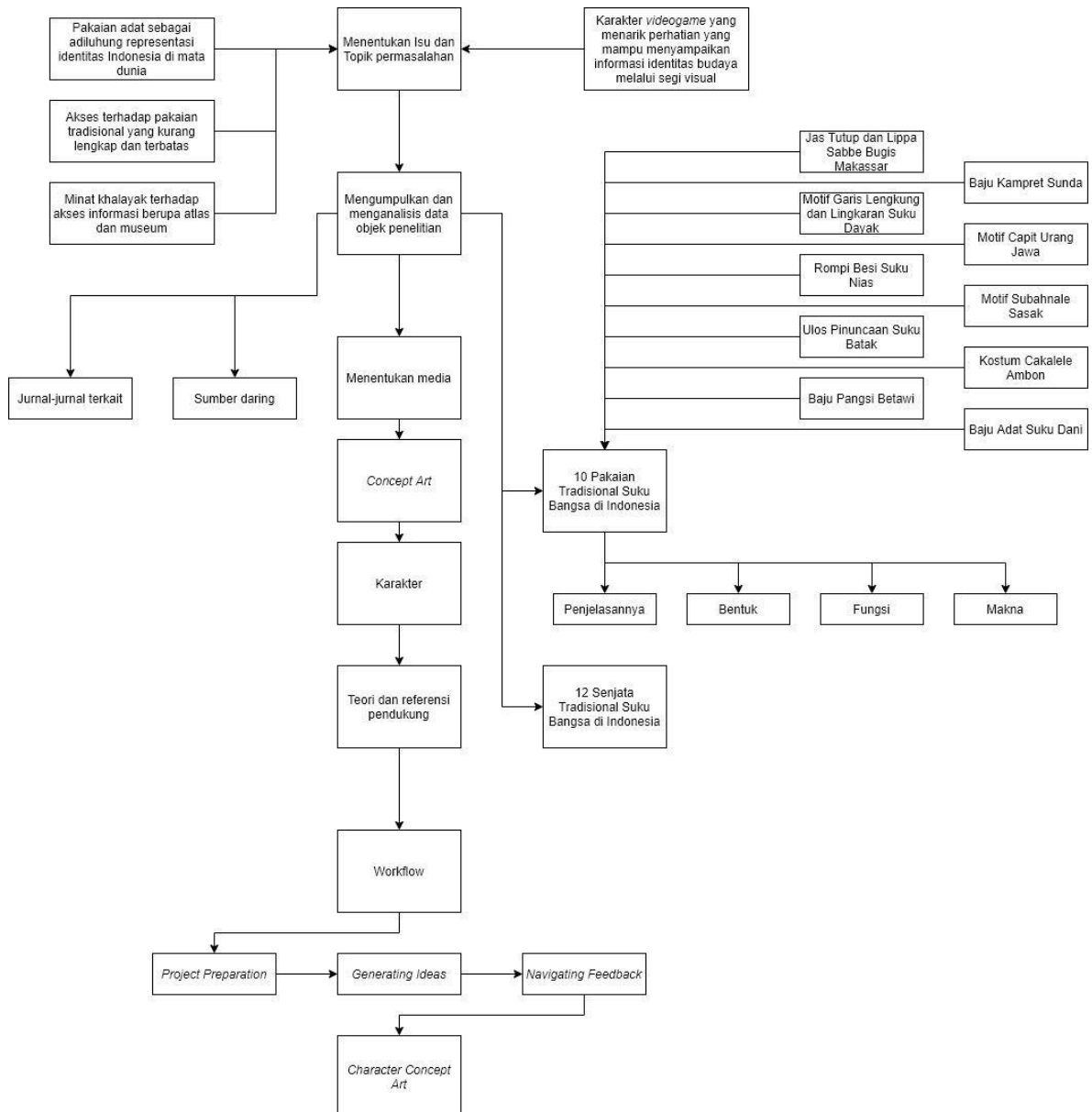


Gambar 1. 1 Sistematika Perancangan

Sumber: Dokumen Pribadi

1.8 Kerangka Perancangan

Data terkait unsur-unsur keragaman suku bangsa Indonesia yang telah dikumpulkan akan dianalisis sesuai dengan kebutuhan data perancangan. Hasil analisis ini akan dijadikan sebagai acuan dalam proses perancangan.



Gambar 1. 2 Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumen Pribadi

1.9 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan motivasi dari perancangan *concept art*. Menganalisis masalah yang dihadapi dan solusi yang akan diaplikasikan. Menentukan batasan – batasan dalam perancangan konsep yang akan digarap. Mengidentifikasi masalah utama dalam perancangan. Menentukan tujuan perancangan teoritis dan praktis. Menentukan manfaat perancangan bagi penulis, bagi *target audience*, dan bagi industri *videogame* di Indonesia. Menggunakan data dari hasil wawancara sebagai pedoman utama. Aset – aset visual akan diamati via *online* maupun *offline*.

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

Memuat teori-teori yang dibutuhkan sebagai landasan pemikiran mencakup teori mengenai pakaian daerah, teori *concept art*, teori *character design*, teori adopsi inovasi, dan teori pendukung.

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

Mengkaji data dari jurnal – jurnal terkait sebagai sumber data. Mewawancarai narasumber yang mempunyai wawasan dan data yang dapat menunjang perancangan *concept art*. Mengunjungi museum yang memuat data yang dibutuhkan. Menganalisis karya serupa, yaitu *Brawl Stars*, *DOTA 2*, dan *OVERWATCH*.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menguraikan hasil olahan data dan mengaplikasikannya ke dalam perancangan *concept art character* untuk kebutuhan *videogame* berjudul *Badama*.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran.