

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki sejarah panjang sebelum kemerdekaannya. Jauh sebelum merdeka, Indonesia terdiri dari wilayah-wilayah yang masing-masing memiliki ciri khas tradisi yang unik. Selain beragam tradisinya yang unik, tiap daerah memiliki cerita rakyat dan legendanya tersendiri serta menganut paham animisme dan dinamisme yang berbeda-beda. Paham animisme dan dinamisme ini diwujudkan dalam bentuk upacara-upacara tradisi pemujaan roh nenek moyang (Puspitasari, 2008). Penduduk Jawa yang masih menganut kepercayaan mistik tersebut memudahkan masuknya cerita wayang seperti Mahabarata dan Ramayana yang diakulturasi dengan budaya dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat setempat sebagai media penyebaran agama Islam. Burhan Nurgiantoro (1998, hlm. 5) mengemukakan bahwa:

“Budaya pewayangan merupakan bentuk kesenian tradisional yang amat mengakar pada masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Jawa, dan cerita wayang telah menjadi sebuah mitologi. Hal itu terlihat dari usia cerita pewayangan yang telah ribuan tahun, namun tetap saja lestari.”

Nurgianto (1998) menuliskan bahwa nilai filosofis dan ajaran yang terkandung dalam cerita wayang merupakan nilai luhur yang berhasil bertahan dari zaman ke zaman yaitu mulai dari zaman purba yang masih bersifat animis dan dinamis, kepercayaan Hindu dan Buddha, hingga ketika masuknya ajaran Islam dan pendirian kerajaan-kerajaan Islam, serta munculnya mistikisme.

Wayang dalam bahasa Jawa memiliki makna erat dengan kata bayang yang berarti bayangan. Hal ini dicerminkan dari proses pementasan wayang yang menggunakan cahaya sehingga tercipta bayangan dari lakon wayang yang dipentaskan. Wayang merupakan boneka tiruan yang terbuat dari kulit atau kayu yang berfungsi sebagai media untuk memerankan tokoh dari cerita wayang. Sebagai satu kesatuan pertunjukan, pementasan wayang menginkorporasikan seni peran, seni musik, seni suara, seni tutur, seni sastra, seni lukis, seni pahat, dan seni perlambang (Kuning 2011). Wayang sendiri tercatat telah hadir dan dikenal oleh masyarakat di Pulau Jawa sejak masa prasejarah, tahun 1500 sebelum Masehi (Bayu 2018). Wayang pada awalnya berfungsi sebagai penghormatan dan pemujaan atas Roh leluhur yang disebut “Hyang” (Sunarto, 1979). Kegiatan pementasan ini dilakukan sebagai bentuk doa agar selalu mendapat perlindungan dari roh leluhur tersebut. Wayang juga berfungsi sebagai media penyampaian baik moral, nilai-nilai, pendidikan, kebudayaan, hingga ajaran dari filsafat Jawa.

Namun, relevansi wayang bagi anak muda khususnya di jaman sekarang sudah berkurang karena era globalisasi yang menyebabkan paparan media dengan konten dari seluruh mancanegara dapat lebih mudah diakses dan memiliki kepopuleran yang jauh lebih tinggi. Dengan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, kebudayaan sudah tidak bisa dipisahkan dari kebudayaan modern (Awalin 2019). Budaya sendiri menjadi komoditas industri yang berguna untuk memenuhi pasar dan berakibat pada kebudayaan serta kesenian yang ada cenderung menyesuaikan diri dengan target pasar.

Menurut Soetarno dan Sarwanto (2010) yang dikutip oleh Awalin (2019) mengemukakan bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat

kebudayaan tradisional tidak bisa menghindarkan diri dari kebudayaan modern. Kebudayaan menjadi komoditas industri untuk pemenuhan pasar. Konsekuensi logisnya adalah bentuk-bentuk kebudayaan dan kesenian menyesuaikan dengan pasar yang ditampilkan secara *glamour, lekoh, gobyog, mlaha* sehingga mengabaikan nilai estetis dalam wayang itu sendiri (Awalin 2019). Salah satu contohnya adalah hasil pengamatan lapangan yang dilakukan oleh Fatkur Awalin pada tahun 2017 dimana pementasan wayangan Ki Eko dan Ki Sun Gondrong, terdapat indikator yang menunjukkan bahwa pementasan wayang dilaksanakan cenderung mementingkan unsur hiburan. Indikator pertama berupa jam mulainya pewayangan yang menunjukkan keterlambatan dari jam normal pementasan wayang yang menyebabkan lakon disampaikan secara singkat. Hal ini menyebabkan nilai-nilai, filosofi, simbol-simbol, dan etika yang terkandung pada cerita wayang tidak tersampaikan secara utuh dan menyeluruh. Lalu, indikator kedua dimana antusiasme audiens ketika menonton pementasan yang berangsur-angsur menurun dari awal mulainya pentas hingga akhir pentas. Dua indikator tersebut menunjukkan bahwa fungsi wayang di masyarakat telah bergeser dari media efektif penyampaian pesan menjadi hiburan untuk memenuhi kuota pasar. Pakeliran wayang yang dibuat semakin atraktif dan glamor juga menjadi indikasi bahwa pertunjukan wayang pada masa kini berfungsi sebagai hiburan.

Derasnya arus Globalisasi, khususnya di era pandemi ini memudahkan akses bagi berbagai macam bentuk hiburan. Dimulai dari konten film, animasi, hingga game dapat dengan mudah diakses dengan gadget yang dimiliki. Dari data yang dipublikasikan oleh Visual Capitalist (2020), Indonesia menempati peringkat ke empat dengan jumlah pengguna internet terbanyak dengan total individu pengguna

internet sebesar 62% atau setara dengan 171,2 juta penduduk. Hal ini merupakan angka yang cukup tinggi mengingat jumlah total dari penduduk Indonesia menurut sensus Badan Pusat Statistik (2020) adalah 270,2 juta jiwa. Dari data yang dipublikasikan oleh Techjury (2021), akses dan pengunduhan konten *mobile game* secara global menduduki peringkat tertinggi dan pengguna aktif *mobile game* secara global mencapai 2.2 miliar jiwa. Pada pengguna Android, sebesar 21% total unduhan aplikasi dari Playstore adalah *mobile game*. Sementara pada pengguna ios, sebesar 25% total unduhan aplikasi dari Appstore adalah *mobile game*. Total pendapatan terbesar di sektor hiburan khususnya industri *video game* menurut data statistik dari Go-Globe (2018) berasal dari *mobile game* sebanyak 51%, yang diikuti oleh *console game* (25%), dan *PC games* (24%).

Mobile game adalah aplikasi *video game* yang ditujukan untuk pengguna *mobile phone*. *Mobile game* memiliki *range* genre dan demografis pasar yang cukup luas, dimulai dari permainan simulasi, *game casual*, *role play*, *adventure*, *shooting game*, hingga *card game*. Seperti *video game* normalnya, konsumen dapat membeli dan mengunduh secara gratis *mobile game* di App store bagi pengguna ios dan Playstore bagi pengguna android. Game yang populer dan banyak diunduh pada tahun 2021 menurut Ali (2021) adalah *Mobile Legends Bang-Bang*, *Free Fire*, *PUBG Mobile*, *Lords Mobile*, *Among Us*, dan *Rules of Survival*. Sebagai salah satu contoh, jumlah pengguna aktif bulanan *Mobile Legend* pada tahun 2017 menurut Panji (2019) mencapai 8 juta *user*. Selama masa pandemi 2020-2021, tercatat bahwa pengguna aktif bulanan pada tahun 2021 mencapai 34 juta pengguna (Pratnyawan 2021). Dari perbandingan jumlah data pengguna aktif *mobile game*

dari tahun 2017 hingga 2021, terdapat peningkatan pengguna aktif sebanyak 325% atau setara dengan 26 juta pengguna.

Berbeda dengan kemudahan akses sosial media, *social networking*, media hiburan, dan konten game yang dapat diakses dengan modal *gadget* dan internet, budaya lokal seperti pertunjukkan wayang masih mengandalkan pementasan langsung oleh personel pementasan dan juga penonton yang hadir secara tatap muka. Dari data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (2018), terdapat 7,79% penduduk Indonesia yang berumur 5 tahun ke atas menonton pertunjukan seni teater atau pewayangan. Namun, pementasan wayang tradisional ini sulit dilakukan khususnya pada zaman pandemi mengingat protokol kesehatan yang harus senantiasa ditaati. Oleh karena itu, relevansi wayang bagi anak muda di jaman sekarang sudah berkurang karena kontennya yang cenderung sulit untuk diakses dan tidak banyak media yang mendokumentasikan lakon wayang secara menyeluruh dan komprehensif. Oleh karena itu, pembaharuan media pewayangan yang menyesuaikan dengan arus globalisasi dibutuhkan agar konten wayang sendiri dapat masuk ke pasar hiburan dan menjangkau audiens yang lebih luas. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan cerita wayang secara interaktif, menarik, namun tidak menghilangkan nilai-nilai ajaran yang terkandung didalamnya adalah video game. Antusiasme permainan *video game* khususnya *mobile game* di Indonesia cukup tinggi, namun kurangnya *video game* yang mengusung tema lokal masih minim. Pemanfaatan platform *mobile game* untuk mengenalkan generasi muda dengan cerita wayang dirasa memiliki potensi yang cukup besar jika dibandingkan dengan antusiasme general yang ditunjukkan pada video game sendiri.

Salah satu implementasi dari *folklore* tradisional terhadap video game telah dilakukan di China dengan *mobile game* yang bernama Onmyoji. Onmyoji adalah 3D RPG *mobile game* yang dirilis oleh developer NetEase Games yang bercerita tentang karakter Seimei dalam petualangannya untuk mengembalikan ingatannya yang hilang yang ditargetkan untuk pasar Jepang. Pada tahun ketiga setelah rilis, game Onmyoji berhasil meraih beberapa *achievement* seperti: app store 10 best games of the year (tahun berapa), *google play best of 2017 most competitive game*, dan *facebook's 2016 game of the year best mobile games*). Kesuksesan game Onmyoji juga merilis game sekuelnya yang bernama Onmyoji Arena dan Onmyoji: The Card Game. Melalui gamenya, karakter2 tradisional dari folklore Jepang, bahkan karakter-karakter sejarah maupun *deities* dapat diangkat menjadi sebuah karakter game yang dapat dikenal secara luas. Kegiatan event yang diadakan Onmyoji berupa *fanart contest*, *character skin/costume contest*, dan *cosplay* juga merupakan strategi market yang baik untuk membangun relasi dengan *user*.

Onmyoji memiliki ciri khas visual oriental Jepang, dengan karakter yang didesain ulang untuk memberikan *appeal* dan makna sesuai dengan latar belakang masing-masing karakter. Walaupun cerita onmyoji beserta karakter di dalam gamenya merupakan tokoh fiksi, namun ada beberapa karakter yang cukup terkenal luas karena merupakan tokoh *folklore* dan juga tokoh sejarah. Penulis berargumen bahwa kesuksesan game Onmyoji ini dibantu dengan alur plotnya yang disesuaikan dengan tradisi Jepang yang ada, namun dikemas dengan *story telling* modern tanpa mengurangi tema tradisional yang diangkat. Secara keseluruhan, Onmyoji merupakan game yang memiliki kesatuan *style* dan visual estetik yang khas, sehingga mampu menarik perhatian audiens untuk mencoba memainkan game

tersebut. Dari segi target audiens yaitu penduduk Jepang, game ini telah diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dengan penilaian 4 bintang dari 116.000 pengguna di Playstore. Untuk pasar yang lebih luas seperti mancanegara, Onmyoji telah diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dengan penilaian 4 bintang dari 20.000 pengguna. Oleh karena itu, mobile game Onmyoji yang mengangkat karakter dan cerita *folklore* yang diasosiasikan dengan karakter tradisional tersebut dapat dikatakan berhasil diterima oleh pasar Jepang, bahkan secara global.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya melalui data statistik penggunaan internet dan game, target audiens utama yang ingin dicapai adalah anak muda khususnya *teens* hingga *young adult*. Pertimbangan ini dilakukan karena semakin majunya teknologi di era globalisasi ini, maka anak muda akan cenderung mengonsumsi konten yang mudah diakses atau ditemukan, sementara konten yang “mudah” untuk diakses seperti video Tiktok kadang tidak memiliki nilai edukasi terhadap konten atau budaya lokal.

Salah satu Genre game yang sedang populer adalah Idle RPG game. Mobile game dengan genre ini memberikan kebebasan bagi player untuk dapat memainkan game kapan saja dan dimana saja tanpa harus log in pada waktu spesifik. Keuntungan lain yang didapat dari genre permainan ini adalah adanya sistem *automatic battle* sehingga terdapat *idle rewards* yang dapat dikumpulkan ketika pengguna tidak membuka aplikasi. Cerita yang diusung pada genre idle game ini memiliki banyak variasi topik, namun yang paling umum adalah tema tentang heroisme atau perang. Salah satu idle tap game yang paling terkenal pada masanya adalah Tap Titans. Game ini mengumpulkan coins secara otomatis ketika player

tidak membuka aplikasi game dan cerita atau tema yang diusung adalah hero yang melawan monster.

Pada karya tulis ini, penulis ingin menginkorporasikan cerita dari buku Wayang Mahabarata Jawa (2016) karya N. Riantiarno ke dalam bentuk buku konsep untuk *mobile game*. *Output* final berupa konsep art sendiri dipilih karena belum adanya buku konsep art sebagai panduan visual untuk adaptasi cerita Mahabarata Jawa yang disesuaikan dengan tema dan latar belakang modern. Pemilihan media *mobile game* antara lain dilakukan karena efisiensi dan mudahnya pengguna untuk mengakses *mobile game* dimanapun dan kapan pun. Hal ini juga dilakukan dengan pertimbangan alur cerita serta konflik yang mengikuti plot asli, namun dengan *adjustment* yang sesuai dengan latar belakang tema fantasi. Desain karakter yang akan dibuat juga didasari dari karakter asli yang didesain ulang dengan teori semiotik agar karakter dapat terlihat berada di dunia fantasi, tanpa meninggalkan elemen, atribut, atau karakteristik yang menjadi ciri khas karakter tersebut pada cerita asli. Selain itu, karena umumnya penggunaan cerita heroik pada Idle RPG game, maka genre ini dirasa merupakan salah satu genre yang cocok untuk digunakan sebagai opsi *output* untuk genre *mobile game* yang akan dirancang melalui karya proyek akhir ini.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Berkurangnya pengetahuan generasi muda (12-25 tahun) terhadap cerita lokal khususnya cerita wayang tradisional.
2. Generasi muda yang lebih tertarik pada cerita populer mancanegara.

3. Minat/antusiasme akan *video game* di Indonesia yang relatif tinggi, namun kurangnya konten lokal yang dapat mengedukasi *gamers*.
4. Belum ada *turn based mobile game* adaptasi cerita Wayang Mahabarata Jawa dengan tema fantasi.
5. *Concept Art* yang dapat dijadikan acuan untuk perancangan visual sekaligus mencakup ide dan *gameplay* untuk video game.
6. Perancangan visual karakter, atribut benda, dan latar tempat yang digunakan pada adaptasi fantasi Wayang Mahabarata.
7. Penceritaan kisah Mahabarata Jawa dengan unsur fantasi yang diiringi dengan akulturasi budaya lokal

1.3. Batasan Masalah

Batasan Masalah dalam karya tulis ini mencakup isi dari buku Mahabarata Jawa edisi 1 (2016) karya N. Riantiarno yang akan diangkat menjadi buku *concept art* untuk video game yang mencakup: *character sheet, character color scheme, full body gesture, environment design, property design, keyart, promo art, graphic user interface, concept artbook*, dalam ukuran A4 *hard cover*.

1.4. Tujuan Perancangan

1. Karya tulis ini bertujuan untuk menciptakan buku *concept art* dengan tema fantasi adaptasi dari Mahabarata Jawa (2016) karya N. Riantiarno.
2. Membuat acuan visual untuk *mobile game* khususnya desain karakter, desain properti, dan desain latar/*environment design* untuk game “Bharatayuda”

3. Memberikan opsi mobile game yang mengangkat cerita Mahabarata Jawa sebagai permainan yang dapat mengingatkan generasi muda akan kisah pewayangan tradisional.
4. Membangkitkan kembali antusiasme target audiens primer yaitu anak muda khususnya di rentang usia 12-23 tahun untuk mengenali dan mengetahui cerita lokal Indonesia melalui *mobile game* yang bertema wayang.
5. Memberikan opsi untuk mengakses cerita wayang dengan media baru bagi target audiens sekunder yaitu masyarakat luas yang berada pada usia produktif yaitu 15-64 tahun.

1.5. Manfaat Perancangan

1. Memberikan gambaran visual akan dunia fantasi modern yang berdasarkan buku Mahabarata Jawa (2016)
2. Memberikan informasi dan panduan visual untuk tim produksi video game berdasarkan buku Mahabarata Jawa (2016).
3. Target audiens (anak muda usia 12-23 tahun) dapat mengakses cerita wayang dengan cara lebih inovatif dan menyenangkan.
4. Diharapkan agar target audiens primer (anak muda usia 12-23 tahun) dapat mengkonsumsi cerita pewayangan dengan lebih mudah.
5. Diharapkan agar target audiens sekunder (masyarakat luas di usia produktif) untuk dapat mengakses cerita wayang dengan media baru yang mudah untuk digunakan.