

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wayang adalah sebuah seni pertunjukan tradisional yang lahir dan berkembang di tengah masyarakat desa sebagai media komunikasi menurut Krishna and Suadnyana (dalam Abdillah, H., 2022:412). Sebagai salah satu media tradisional, karya seni wayang mampu menerapkan fungsi menjadi sarana hiburan, pendidikan, dan informasi. Berdasarkan keputusan rapat kongres No.3 Tahun 2018 pada 17 Desember 2018 di Istana Merdeka Jawa Barat, Presiden Republik Indonesia Joko Widodo meresmikan Hari Wayang Nasional pada 7 November.

Meskipun telah ditetapkan sebagai kesenian asal Indonesia, beberapa waktu lalu keberadaan wayang mencuri perhatian publik setelah sempat dianggap milik Negara tetangga. Sebagaimana berita yang dilansir dari Liputan6.com pada tahun 2021, Adidas Singapura dalam laman Instagramnya membuat postingan produk sepatu bertemakan Asia Tenggara pada 15 November 2021 dengan *caption* yang menyebutkan bahwa wayang warisan budaya asal Malaysia. Tidak lama setelahnya pernyataan tersebut segera diklarifikasi oleh pihak Adidas melalui permintaan maaf setelah postingan tersebut ramai oleh komentar netizen Indonesia. Nyatanya wayang merupakan Warisan Budaya Takbenda Kemanusiaan asal Indonesia dan telah diproklamasikan oleh UNESCO pada tahun 2003.

Seiring berjalannya waktu kesenian wayang pada generasi muda mengalami kemunduran. Perkembangan zaman yang dinamis membuat Indonesia semakin berkembang dan modern, dampak negatifnya generasi muda secara perlahan menjauh dari kesenian wayang sehingga hanya sedikit yang mengenal keberagaman wayang dan sejarahnya (Andini dkk, 2021:4). Menurut Nanang Hape selaku sutradara pertunjukan wayang Orang Lintas Media Rasa Rupa “Bhisma” di Teater Kautaman, Jakarta Timur dalam Berisatu.com tahun 2022 menyatakan bahwa selama ini generasi muda berjarak dengan wayang karena bahasa yang digunakan dinilai rumit dan sulit dipahami, wayang seolah-olah hanya sebagai tontonan masa lalu. Dampaknya generasi muda mulai tidak akrab dengan narasi, tokoh, dan *moral value* dari wayang.

Fenomena yang terjadi dalam masyarakat terkait eksistensi wayang yang nampak sepele namun berdampak terhadap kelangsungan pewayangan ialah peran orang tua. Menurut Andryani, S.T. (2021:364) kehadiran tokoh karakter dalam televisi jauh lebih dikenal daripada tokoh dalam pewayangan karena peran orang tua yang kurang maksimal dalam mengenalkan budaya wayang sejak dini. Beliau juga menambahkan bahwa fenomena ini diperburuk sebab kesibukan orang tua pergi bekerja sehingga membiarkan putra-putri mereka bermain dengan *gadget*, akibatnya budaya lokal bisa saja habis tertelan zaman.

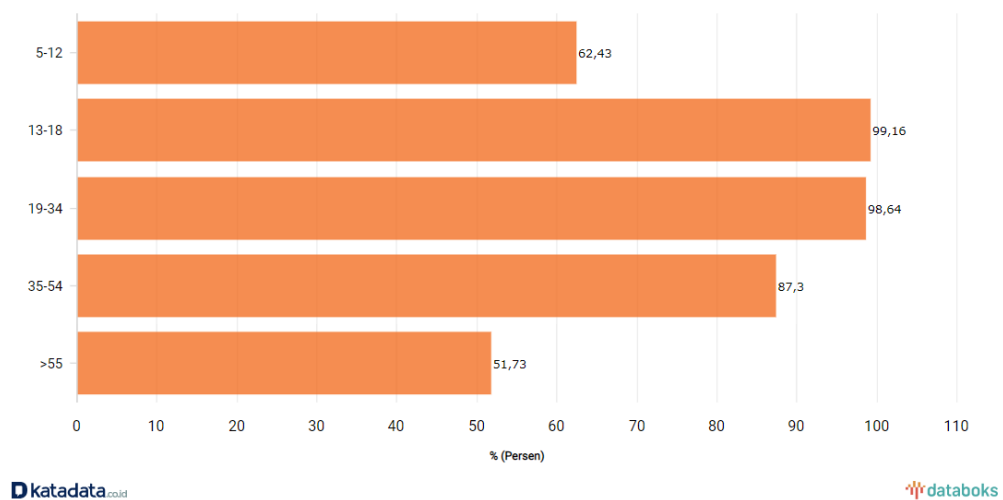
Perkembangan teknologi dan informasi mempercepat masuknya kebudayaan asing di Indonesia. Menurut Anggoro B. (2018:131) kebudayaan daerah mengalami kontak dengan kebudayaan asing yang masuk ke Indonesia seiring dengan majunya teknologi di era globalisasi, sehingga intensitas kebudayaan asing meningkat dan tersebar dengan cepat yang mengakibatkan generasi muda lebih dekat dengan budaya asing dibandingkan budaya sendiri. Ditambah lagi generasi muda saat ini tengah hidup di pesatnya perkembangan teknologi dan informasi yang membuat pertunjukan wayang mulai memudar.

Fenomena popularitas kebudayaan asing yang masuk ke Indonesia ialah *Korean Wave*, tersebar budaya Korea Selatan secara global ke seluruh Negara di dunia. Menurut *National Geographic Information Institute* (dalam Mahardika dkk, 2022:127) Indonesia menempati posisi pertama sebagai Negara dengan massa terbanyak yang mengonsumsi K-pop di Youtube. Faktor yang mengakibatkan persebaran budaya Korea mudah masuk dan mengalami perkembangan yang pesat adalah karena pengaruh perilaku konsumtif masyarakat melalui media massa, imperialisme kebudayaan Korea di Indonesia dipicu oleh banyaknya penampilan artis Korea di media hiburan lokal sampai *remake* Kdrama populer menjadi sinetron yang ditayangkan di televisi (Mahardika dkk. 2022:130). Salah satu dampak positif *Korean Wave* di Indonesia adalah membuka peluang dan kesempatan untuk membangun relasi untuk dapat melaksanakan kerja sama bilateral, dampak negatifnya adalah mampu mematikan kebudayaan lokal Indonesia karena peminatnya yang berkurang akibat imperialisme budaya yang kuat dan kurang cakupannya tindakan pemerintah dalam memfilter.

Maka dari itu perlu adanya inovasi dan kreativitas sebagai salah satu upaya untuk melestarikan budaya wayang di generasi muda. Menurut Irianto A.M. (2017:92), dampak globalisasi harus disikapi dengan baik untuk memberi ruang inovatif dan kreatif yang kemudian dimanfaatkan menjadi salah satu strategi dalam melestarikan kebudayaan. Adanya solusi yang inovatif dan kreatif kita bisa mengetahui dengan tepat apa yang diminati generasi

muda untuk menghadapi tantangan budaya saat ini. Menurut Nuryani dkk. (2022:10), wayang telah mengalami berbagai transformasi hingga saat ini dan upaya tersebut diharapkan agar wayang tetap bertahan serta memiliki penggemar. Menurut Tranggono dalam berita UGM tahun 2013, wayang perlu didorong dengan memunculkan karya yang memberi nafas baru tanpa merusak nilai-nilai dalam wayang. Pegiat Pusat Kebudayaan Koesnadi Hardjasoemantri Prof. Sutaryo juga menambahkan bahwa media massa bisa dijadikan media dalam memperluas budaya wayang, akses terhadap media yang begitu mudah bagi masyarakat terutama generasi muda menjadi titik tengah untuk mengangkat tradisi wayang.

Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Umur (2022)



Gambar 1. 1 Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2022

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia>, diakses pada 13 September 2022)

Tingginya penggunaan internet di Indonesia merupakan peluang besar dalam menyebarluaskan budaya wayang. Hal ini dibuktikan oleh data dari Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 tentang “Profil Pengguna Internet 2022”, dalam laporan tersebut APJII mengungkapkan bahwa penetrasi internet Indonesia mencapai 77,02 % pada 2021-2022. Penetrasi pengguna internet tertinggi adalah kelompok usia 13-18 tahun sebesar 99,16 % dan kelompok usia 19-34 tahun sebesar 98, 64%. Berdasarkan kelompok umur diatas usia 13 hingga 34 tahun merupakan bagian dari generasi z yakni kelompok orang yang lahir pada tahun 1995-2010, bagi generasi ini informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari karena lahir saat internet mulai masuk dan berkembang pesat (Putra, 2016 dalam Christiani & Ikarari

2020:88). Maka pemanfaatan media berbasis digital dan internet berpotensi digunakan sebagai wadah untuk menumbuhkan minat budaya pewayangan saat ini.

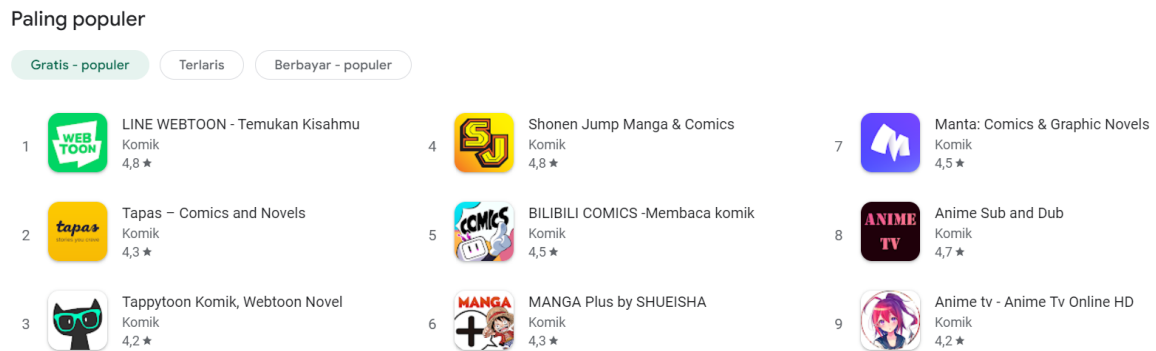
Komik telah mengalami perubahan dari komik cetak menjadi komik digital yang siap dinikmati menggunakan *gadget*. Menurut Scott McCloud (2022:3) dalam bukunya menyebutkan bahwa potensi komik itu tidak terbatas dan menggairahkan. Paradigma komik kertas mengalami perubahan saat webtoon sebuah perusahaan global dari Korea mulai berbisnis komik digital di Indonesia dalam bentuk portal di tahun 2014 yang berkembang pesat hingga saat ini dengan pembaca yang semakin bertambah (Rahadian Tri, B. 2017:15).

Menurut Janelle Griffith (dalam Jang & Song 2017:174) dalam *The Toon Boom: Digital Comics Are on A Roll in Stony Brook Exhibit*, webtoon berbeda dari versi scan komik cetak, dan ini adalah bentuk baru di pasar komik global di mana industri komik Prancis dan Jepang memimpin. Korea telah memproduksi berbagai webtoon sejak tahun 2003 yang terus mengubah cara membaca komik, seperti melalui penyorotan gambar lebih dari teks. Penyebaran gadget berkontribusi pada perluasan platform industri webtoon. Menurut Nursidik V. N. tahun 2020 dalam *Good News From Indonesia* menyatakan bahwa komikus masa kini memilih bekerja secara independen dengan membuat dan menyebarluaskan karyanya melalui platform digital.

Menurut Raihandhika B. (dalam Armisha & Abidin, 2021) tren komik fisik tengah mengalami penurunan, pembaca komik mulai beralih pada komik online karena merupakan eranya digital dan internet. Faktor yang mempengaruhi banyaknya peminat digital disebabkan oleh efektivitas dan efisiensi waktu, murah dan mudah diakses sehingga banyak industri komik fisik beralih ke versi digital untuk mengikuti zaman. Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan penulis, remaja yang suka membaca webcomic sebesar 98,7% (148/150 responden). Menurut Jang & Song (2017:181) Webtoon Korea menjadi sangat populer di saluran layanan jejaring sosial dan aplikasi seluler di luar negeri yang telah menerima drama Korea dan K-pop untuk waktu yang lama. Menyikapi dari fenomena *Korean Wave* sebelumnya, webtoon menjadi kesempatan sebagai solusi tepat dalam memperkenalkan kisah wayang.

Platform LINE Webtoon menjadi aplikasi baca komik gratis paling populer di Indonesia berdasarkan aplikasi gratis dan terpopuler kategori komik (20/10/22). Kim Jun Koo selaku CEO Naver Webtoon Corp mendirikan pada tahun 2004 dan mulai diluncurkan

secara global pada 2 Juli 2014 di berbagai Negara. Perkembangan harap tergolong sangat pesat dengan 100 juta lebih unduhan dan rating 4,8/5 bintang.



Gambar 1. 2 Aplikasi Gratis dan Terpopuler Kategori Comics

(Sumber: <https://play.google.com/store/apps/category/COMICS?hl=id&gl=US&pli=1>, diakses pada 20 September 2022)

Menurut berita yang dilansir dari Kompas.com, LINE Webtoon mengalami perluasan jangkauan melalui banyak kerja sama seperti DeviantArt tahun 2016, Legendary Comics tahun 2017, Common tahun 2018, kolaborasi tak terduga bersama Big Hit Entertainment dalam proyek BTS Universe berjudul “Save Me” tahun 2019, dan yang sedang hangat-hangatnya adalah adaptasi serial TV, Film, Drama Korea dan Anime. Kepopuleran LINE Webtoon dari data di atas didukung dengan adanya hasil kuesioner yang dilakukan penulis bahwa sebanyak 82,7% (124/150 responden) membaca komik di LINE Webtoon, sehingga media platform ini dinilai tepat dalam perancangan penulis.

Karakteristik dan elemen LINE Webtoon mampu memberikan pengalaman membaca komik yang menyenangkan. Jang & Song (2017:177) dalam jurnal berjudul *Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization* menguraikan format dan fungsi pembuatan webtoon yang mampu menarik perhatian pembaca ialah *vertical scrolling* dan *presenting sequence*, *nonlinear storytelling*, dan *sound and interactive motion*. Tampilan *vertical scrolling* dan *presenting sequence* adalah membaca dari atas ke bawah tanpa terputus membuat pembaca mudah memahami cerita serta merangsang rasa ingin tau. *Nonlinear storytelling* adalah fitur yang mampu meningkatkan partisipasi pembaca melalui kolom komentar agar bisa memberikan semacam *feedback* untuk *artist*. *Sound and interactive motion*, pembaca dapat merasakan kesenangan dari fitur suara bawaan webtoon dan gambar bergerak didalamnya. Akan tetapi dilansir dari Pusat Bantuan LINE Webtoon resmi, fitur

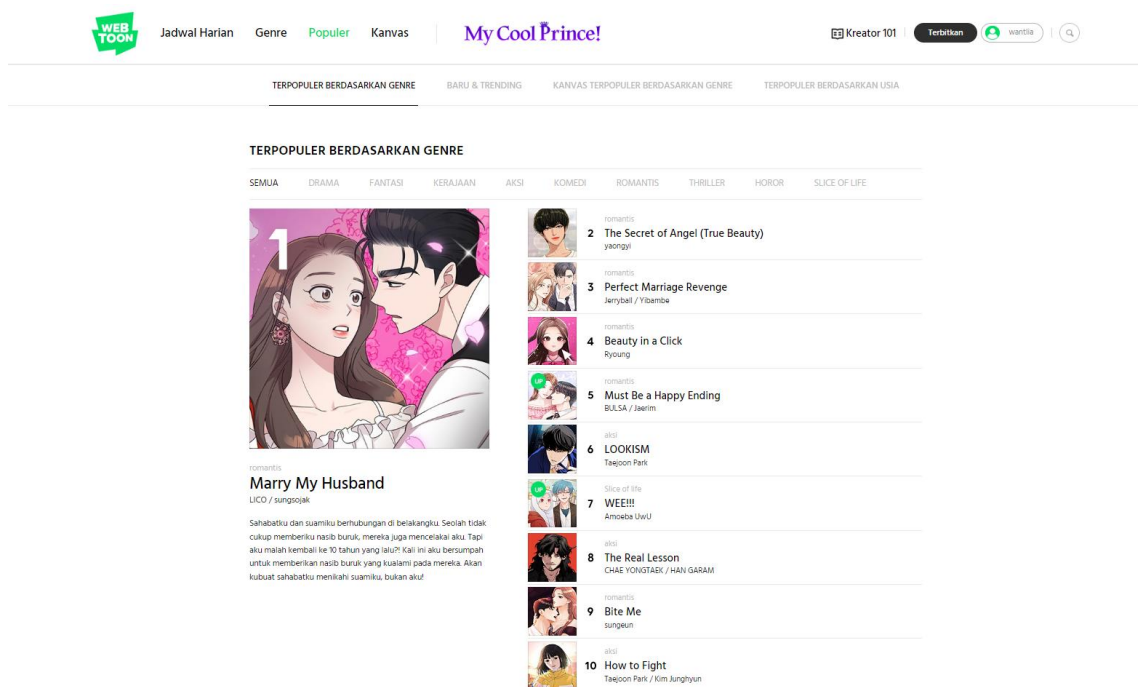
memasukkan musik, efek khusus, dan animasi hanya tersedia di webtoon original atau *official* saja.

LINE Webtoon memiliki syarat penggunaan dengan membatasi pengguna minimal berusia 13 tahun dan tidak ada usia maksimal. Berdasarkan demografi audiens platform webtoons.com 2022 oleh Similarweb, audiens tertinggi pengakses webtoons.com merupakan usia 18-24 tahun sebesar 39, 04%. Hal ini sejalan dengan hasil data penetrasi internet yang menyebutkan kelompok usia 13-34 tahun sebagai pengakses internet tertinggi. Berdasarkan kuesioner yang disebar dengan profil responden usia 16-22 tahun di berbagai wilayah berjumlah 150 orang responden, sebanyak 98,7% (148/150 responden) suka membaca webtoon, dan sebanyak 94% (141/150 responden) tertarik dengan kisah pewayangan jika diangkat menjadi *webcomic*.

Usia 16-22 tahun adalah target audiens dari perancangan ini dengan target audiens primer adalah usia 19-22 tahun atau remaja yang tengah menempuh pendidikan S1 sebagai mahasiswa dan target audiens sekunder adalah 16-18 tahun atau remaja yang tengah menempuh pendidikan di tingkat SMA yang berkesibukan sebagai siswa, usia ini dianggap sebagai usia yang sangat mudah untuk menerima segala informasi (Hurlock, 2004). Kelompok usia dalam generasi z terutama remaja sebagai pembaca komik ikut berperan aktif dalam memilih webtoon sebagai pemenuhan kebutuhan dan psikologi akan hiburan dan menjadikannya sebagai salah satu pola hidup dari perilaku mereka, yang akhirnya menciptakan pola konsumsi hingga menjadi gaya hidup. Membaca webtoon dianggap mampu mengekspresikan kehidupan, minat, dan opini mereka sehingga mereka lah yang menentukan kebutuhannya sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai sebuah kepuasan dalam membaca komik (Seryscky, 2021). Selain itu, masuknya budaya membaca webtoon dipengaruhi oleh *Korean Wave* sehingga turut mempengaruhi dan mengubah gaya hidup remaja yang tidak lepas dari sosial dan hiburan (Jang & Song (2017:177).

Menurut Gumelar (2011:57) dalam bukunya yang berjudul *Comic Making: Membuat Komik* bahwa segmentasi pembaca anak-anak remaja seperti SMP, SMA, dan mahasiswa termasuk dalam kategori *teen story* yang mengusung tema percintaan, kehidupan, fiksi yang gaya ceritanya serta tokohnya disesuaikan dengan gaya yang disukai. Menyikapi hal tersebut penulis mengakumulasi data melalui platform resmi LINE Webtoon dan kuesioner terkait genre yang digemari remaja saat ini dan terbukti jika cerita dengan genre romantis atau tema percintaan adalah genre yang paling banyak disukai.

Bersumber dari laman LINE Webtoon resmi, ranking komik terpopuler berdasarkan genre dari semua kategori adalah romantis, 6 dari 10 judul terpopuler adalah genre romantis. Komik terpopuler berdasarkan usia remaja wanita dan wanita usia 20-an tahun adalah genre romantis sebagai posisi pertama dan 6 dari 10 judul terpopuler juga merupakan genre romantis. Sedangkan berdasarkan usia remaja pria dan pria usia 20-an tahun, genre aksi menempati posisi pertama dan 4 dari 10 judul merupakan genre aksi. Hal itu menunjukkan bahwa remaja hingga usia 20-an tahun suka membaca webtoon genre romantis dan aksi. Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan penulis, sebesar 25,4% (104/150 responden) memilih genre romantis, 23,5% (96/150 responden) memilih genre fantasi, 19% (78/150 responden) memilih komedi, 14,9% (61/150 responden) memilih genre aksi, 10,3% (42/150 responden) menyukai genre isekai. Hasil data ini akan menjadi salah satu pondasi yang akan membantu penyajian kisah pewayangan melalui pendekatan genre.



Gambar 1. 3 Webtoon Terpopuler Berdasarkan Genre dan Usia

(Sumber: <https://www.webtoons.com/id/top>, diakses pada 10 September 2022)

Menyikapi genre utama yang digemari remaja adalah romantis, penulis menempatkan cerita Asmaraloka pewayangan sebagai topik yang akan diangkat dalam perancangan ini. Istilah Asmaraloka diambil dari kosakata dalam bahasa Indonesia yang memiliki makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yakni Asmaraloka *as/ma/ra/lo/ka* artinya dunia (alam) cinta kasih atau dalam bahasa sanskerta artinya si alam percintaan. Asmaraloka masuk

kedalam kelas kata yang dapat dinyatakan sebagai nama seseorang Kisah Bima dan Dewi Arimbi adalah salah satu lakon (peristiwa) yang memiliki sejumlah nilai kehidupan dan moral *value* yang dapat diambil oleh generasi muda.

Meskipun memiliki banyak *moral value* dalam kisahnya, ternyata kisah percintaan Bima dan Dewi Arimbi tidak begitu akrab di telinga generasi muda masa kini. Berdasarkan kuesioner yang telah dilakukan penulis sebesar 84,7% (127/150 responden) belum pernah mendengar dan sebesar 15,3% (23/150 responden) sudah pernah. Dari data ini penulis mengetahui bahwa pengetahuan remaja terkait pengetahuan kisah Bima dan Dewi Arimbi kurang, kemudian penulis memberikan 4 pertanyaan terkait kisah Bima dan Dewi Arimbi kepada responden yang menjawab sudah pernah untuk mengukur pemahaman mereka. Hasilnya yaitu sebesar 13,3% (20/150 responden) menjawab pertanyaan pertama dengan benar, sebesar 12% (18/150 responden) menjawab pertanyaan kedua dengan benar, sebanyak 12% (18/150 responden), sebesar 11,3% (17/150 responden) menjawab pertanyaan keempat dengan benar. Dari data ini penulis mengetahui bahwa pemahaman remaja terkait kisah Bima dan Dewi Arimbi kurang, yakni tidak lebih dari 14% (>20/150 responden) yang tahu dan paham kisah ini sehingga berpotensi untuk diangkat menjadi *webcomic*.

Webcomic akan menggunakan gaya gambar beraliran manga dan manhwa yang penuh warna sebagai daya tarik utama. Manga merupakan komik hitam putih asal Jepang yang diakui sebagai fenomena populer yang berpengaruh secara global menurut Natsume (dalam Barokahhuda, 2021). Manhwa merupakan sebuah komik asal Korea Selatan yang penuh warna dan memiliki kesan cantik dan tampan. Hal ini didasarkan dari hasil kuesioner penulis yang menunjukkan bahwa sebanyak 84% (126/150 responden) memilih gaya gambar manhwa-manga yang menggunakan warna cerah dan kalem.

Menurut Osamu Tezuka dalam buku Frederick L. Schodt (1986) berjudul *Manga! Manga! The World of Japanese Comics* mengungkapkan bahwa bahwa isi dalam komik dapat disempurnakan atau dikembangkan karena memiliki kekuatan untuk meningkatkan tingkat pemahaman semua orang dan Tezuka percaya bahwa komik akan terus tumbuh dan berkembang. Penyempurnaan tersebut menimbulkan berbagai persepsi, materi, tema, serta gaya yang muncul dalam komik yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan sama sekali. Menyikapi hal tersebut maka penyajian *webcomic* Asmaraloka Bima dan Dewi Arimbi akan diadaptasi bebas di beberapa aspek untuk disesuaikan dengan target audiens remaja 16-22 tahun, tentunya tanpa menghilangkan keasliannya. Pendekatan genre, gaya gambar, dan

bahasa dipilih berdasarkan kegemaran remaja agar cerita dan bahasa yang dianggap berat oleh remaja dapat tersampaikan dengan baik, sehingga mudah dipahami serta berdampak positif.

Berdasarkan fenomena dan masalah dilapangan yang telah ditemukan penulis akhirnya membuat sebuah perancangan berjudul “Perancangan *Webcomic* Asmaraloka Bima Dewi Arimbi untuk Menumbuhkan Minat Budaya Pewayangan Pada Remaja 16-22 Tahun”. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat *webcomic* yang di unggah di platform LINE Webtoon untuk memperkenalkan kisah pewayangan tentang Asmaraloka Bima dan Dewi Arimbi dengan gaya gambar dan gaya bahasa yang akrab serta mudah dipahami oleh audiens remaja, mengajak remaja untuk melestarikan pewayangan dengan memahami salah satu kisahnya, serta membantu menumbuhkan minat budaya pewayangan pada remaja agar keberadaan kisah wayang tetap eksis di telinga remaja. Perancangan ini tidak hanya sekedar menciptakan sebuah *webcomic* wayang namun juga *webcomic* ini ada untuk mencapai tujuan perancangan.

1.2 Identifikasi Masalah

- Kurang akrabnya generasi muda dengan narasi, tokoh, dan *moral value* dari wayang, karena bahasa yang digunakan dinilai rumit dan sulit dipahami. Generasi muda menganggap wayang seolah-olah hanya sebagai tontonan jaman dulu menurut keterangan dari Nanang Hape dalam Berisatu.com tahun 2022.
- Menjauhnya generasi muda dari kesenian wayang karena perkembangan zaman yang dinamis sehingga hanya sedikit yang mengenal keberagaman wayang (Andini dkk, 2021:4)
- Kurangnya pola asuh orang tua dalam mendampingi dan memperkenalkan budaya lokal pewayangan sejak dini mengakibatkan tokoh dalam pewayangan tidak dikenal oleh putra-putri mereka (Andryani, S.T. 2021:364)
- Intensitas kebudayaan asing yang kuat dan terus meningkat mengakibatkan generasi muda perlahan lebih dekat dengan budaya asing dibandingkan budaya sendiri seiring dengan majunya teknologi di era globalisasi (Anggoro B., 2018:131).
- Kurang cakupnya tindakan pemerintah dalam mengfilter masuknya budaya asing dan imperialism budaya yang kuat mampu mematikan kebudayaan lokal Indonesia karena peminatnya yang berkurang (Mahardika dkk., 2022:127-130).
- Tergantikannya tayangan dan pertunjukan kebudayaan lokal dengan penampilan artis Korea atau K-pop di media hiburan lokal akibat *Korean Wave* yang menyebar dengan pesat ke Indonesia (Mahardika dkk., 2022:127).

- Kurangnya pengetahuan remaja tentang kisah Asmaraloka pewayangan Bima dan Dewi Arimbi. Berdasarkan data kuesioner, sebanyak 84,7% (127/150 responden) belum pernah mendengar kisah tentang Asmaraloka Bima dan Dewi Arimbi.
- Kurangnya pemahaman remaja tentang kisah Asmaraloka pewayangan Bima dan Dewi Arimbi. Berdasarkan data kuesioner, hanya 12,5% (>20/150 responden) yang tahu dan paham betul tentang kisah Bima dan Dewi Arimbi.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *webcomic* Asmaraloka Bima dan Dewi Arimbi untuk menumbuhkan minat budaya pewayangan pada remaja 16-22 tahun?

1.4 Batasan Masalah

- Hasil perancangan berupa komik berbentuk digital di platform LINE Webtoon
- Konten *webcomic* adalah kisah cinta Bima dan Dewi Arimbi serta gugurnya Prabu Arimba
- Acuan cerita dan tokoh wayang menggunakan wayang kulit purwa gagrak Surakarta Jawa Tengah-an
- Target audiens perancangan ditujukan untuk remaja usia 16-22 tahun

1.5 Tujuan Perancangan

- Mengenalkan kisah Asmaraloka Bima dan Dewi Arimbi pada remaja melalui webtoon
- Membantu menumbuhkan minat budaya remaja terhadap kisah pewayangan
- Menarik perhatian remaja terhadap kisah cinta pewayangan

1.6 Manfaat Hasil Perancangan

- Menambah pengetahuan remaja terhadap kisah Bima dan Dewi Arimbi
- Meningkatkan perindustrian komik lokal Indonesia tentang kisah pewayangan
- Meningkatkan ketertarikan remaja terhadap kisah pewayangan