

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Wayang adalah salah satu kesenian dan kearifan budaya Jawa yang luar biasa. Wayang telah diakui UNESCO sebagai *Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity* atau Mahakarya Lisan dan Warisan Takbenda Umat Manusia yang berasal dari Indonesia. Bahkan, tidak hanya di Indonesia, wayang telah dibaca, dipelajari, dikaji, dan dijadikan bahan penelitian di berbagai negara di dunia. Wayang telah diakui sebagai budaya internasional yang sarat akan nilai warisan budaya yang berperan penting dalam pembentukan identitas bangsa Indonesia. (Nurgiyantoro, 2019)

Wayang di Indonesia mempunyai beberapa variasi, antara lain: wayang kulit, wayang golek, wayang panji, wayang suket, wayang wahyu, wayang krucil, dan lain-lain. Mereka memiliki perbedaan bentuk, penyajian pertunjukan, dan cerita. Namun, yang paling populer adalah wayang kulit purwa atau ringgit purwa. (Sulaksono dkk, 2019). Dilansir dari Indonesia.go.id (2019) karena kepopulerannya, dapat dipastikan bahwa setiap orang umum menyebutkan kata wayang, maka yang dimaksud adalah wayang kulit purwa. Bahkan Riyanto (2012) menyebutkan, *the real wayang* dalam anggapan masyarakat umum adalah wayang kulit Purwa.

Walaupun wayang telah dikenal luas di Indonesia, namun sayangnya masih banyak tokoh wayang kurang diketahui secara luas oleh generasi mudanya. Kesenian wayang telah mengalami proses kemunduran akibat perkembangan zaman yang semakin maju dan modern. Seni pertunjukan wayang yang mengandung banyak nilai keteladanan dan keluhuran telah tergeser oleh media hiburan alternatif yang lebih canggih dan dekat dengan masyarakat modern. (Andini dkk, 2021)

Menurut Trenggono (2013), kurangnya minat remaja pada pertunjukan wayang disebabkan oleh penggunaan bahasa yang terlalu rumit, muatan penokohan dan cerita yang terkandung cenderung berat, serta durasi yang terlalu lama. (Andini dkk, 2021). Maka diperlukan strategi kreatif dan inovatif untuk mempertahankan nilai-nilai tersebut, sebagai salah satu cara memperkuat identitas kultural masyarakat (Panjaitan dan Sundawa, D., 2016: 64-72 dalam Irianto, 2017).

Salah satu yang pernah menjadi jawaban dari permasalahan tersebut adalah komik wayang. Komik wayang sendiri sudah memulai periodisasinya sejak tahun 1958, dan terbukti disukai generasi muda saat itu yang sedang mengalami pergeseran budaya menonton pertunjukan menuju budaya membaca. Komik wayang pada periode itu merajai penjualan dibanding komik genre lainnya. Sehingga, komik wayang pernah menjawab fenomena asingnya wayang pada pemuda perkotaan saat itu yang tumbuh besar jauh dari hiburan pagelaran wayang. (Mahelingga, 2020)

Tokoh Ramayana dan Mahabharata sangat populer dalam komik Indonesia lintas jaman. Komik Ramayana dan Mahabharata karya R.A. Kosasih pernah menembus angka penjualan 30 ribu eksemplar pada periode 1960-an. Pada awal decade 2000-an pun karya tersebut kembali dicetak ulang oleh penerbit Elex Media Komputindo walaupun penjualannya tidak sehebat masa keemasannya. Bahkan, ketika komik Jepang bergaya *Manga* menguasai penjualan komik di Indonesia, muncul tokoh Mahabharata dalam komik Garudayana karya Is Yuniarto yang mampu menerobos dominasi komik Jepang (Mahelingga, 2020). Is Yuniarto kemudian mengadaptasi Ramayana dalam komik Grand Legend Ramayana yang pernah dialih bahasa ke dalam bahasa Jepang.

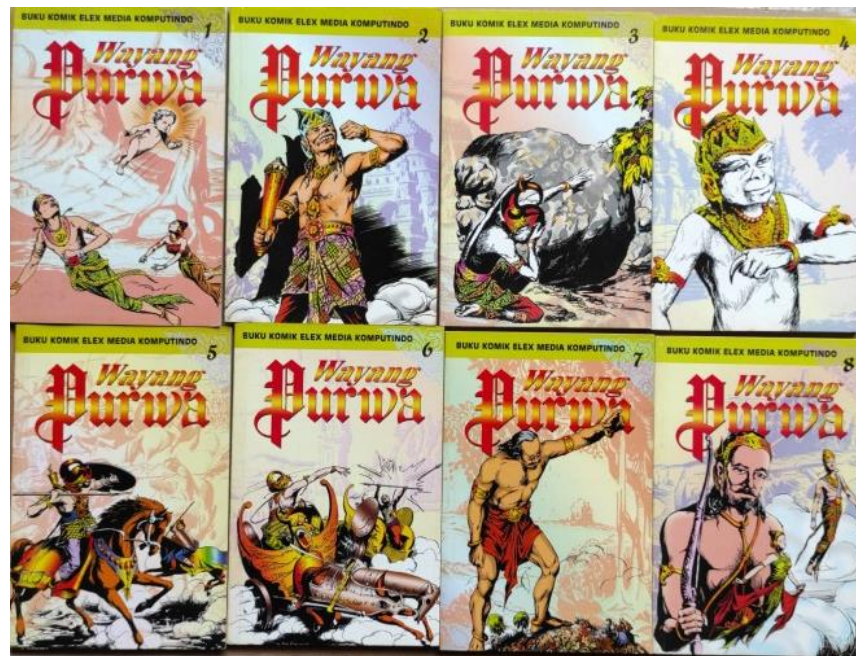


**Gambar 1. 1** Grand Legend Ramayana  
Terjemahan Bahasa Jepang

Tokoh wayang lainnya yang pernah diangkat adalah tokoh dewa-dewi. Pada periode keemasan komik wayang, terdapat komik saga Wayang Purwa yang terbit 22 jilid, karya S. Ardisoma dan Hadi Sudarma. (Ajidarma, 2017). Dilansir dari Lifestyle.okezone.com

(17/03/2010), komik yang diterbitkan ulang oleh Penerbit PLUZ+ ini menampilkan dewa-dewi kahyangan dalam kisah permulaan silsilah wayang.

Menurut keterangan dari Is Yuniarto, komik wayang masih eksis di era modern. Namun, komik wayang tentang para dewa lebih belum pernah ditemukan. Sehingga, cerita tentang dewa-dewi wayang memiliki urgensi diangkat kembali dalam media komik karena sudah tidak dikenal lagi. (wawancara pribadi, 7 Desember, 2021)



Gambar 1. 2 Komik Wayang Purwa Karya Ardisoma

Menurut keterangan dari wawancara yang dilakukan pada Bambang Dwi Susanto, seorang dalang Gedung Budaya Cak Durasim, cerita wayang sangatlah terbuka untuk perubahan adaptasi bebas yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan tokoh dan menyesuaikan audiens. Boleh mengkreasi cerita wayang namun tetap harus menyisipkan unsur utama pagelaran wayang, yaitu tatanan, tuntunan, dan tontonan. Tatanan yaitu bagaimana tokoh menghadapi hierarki sosial, tuntunan yaitu ajakan untuk berbuat baik dan meninggalkan keburukan, serta tontonan yaitu bagaimana format penyajian yang sesuai dan menarik bagi penonton atau audiens. (wawancara pribadi, 6 Desember, 2021)

Di era digital ini media komunikasi yang paling sering digunakan adalah New Media. Kegiatan sehari-hari dan sebagian besar waktu seorang individu telah diambil alih oleh New Media.

Salah satu pengaruhnya adalah manusia tidak lepas dari gawai di hampir setiap aspek kehidupannya untuk mendapat akses informasi yang cepat. (Gomajaka, 2021)

Komik pun sudah menjadi salah satu konten yang memperkaya New Media. Komik mengalami konvergensi melalui media online, sehingga dapat muncul di mesin pencarian, dapat diakses melalui website, hingga menjadi sebuah aplikasi media *online* yang berdiri sendiri. (Gomajaka, 2021). Menurut Boneff (1998), Komik dapat menyampaikan pesan-pesan kepada pembaca melalui cerita yang menghibur sekaligus mendidik. Komik juga turut andil dalam perubahan perilaku pembacanya. (Valerie dkk, 2020).

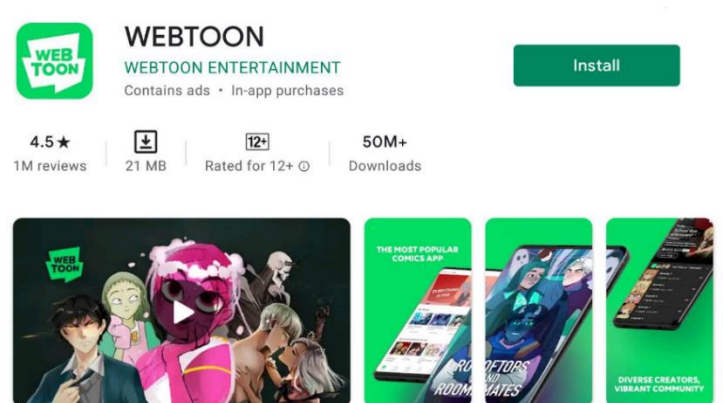
Di era digital ini, salah satu platform komik web yang mudah diakses oleh para remaja adalah komik daring atau webtoon. Aktivitas yang seringkali tidak lepas dari gadget memudahkan mereka untuk menjangkau webtoon. (Valerie et al, 2020). Komik daring webtoon mampu menjangkau pembaca lebih luas daripada komik cetak dengan media internet. Komikus webtoon tidak perlu kesulitan mencari penerbit untuk mempublikasikan webtoon-nya, begitu juga pembaca dapat membaca karya komik tanpa harus pergi keluar membeli komik. (Meliana et al, 2020)

App	Publisher	Usage Rank	Change	Store Rank	Change
1 WEBTOON	WEBTOON ENTERTAINMENT	1	=	3	=
2 MangaToon-Good comics, Great stories	MangaToon	2	=	1	=
3 kakaopage - Webtoon Original	NeoBazar Inc.	3	=	2	=
4 MANGA Plus by SHUEISHA	株式会社集英社	7	=	5	+1
5 Komiku V4 - Baca komik, maraton dan notifikasi	Komiku.co.id	8	=	-	-
6 네이버 웹툰 - Naver Webtoon	NAVER WEBTOON	11	+1	21	-2
7 WeComics - Dally Webtoon	WeComics	12	-1	20	-8
8 WeRead	weread Inc.	14	=	13	-2
9 BacaKomik - Baca Manga dan Komik Lengkap	Odading Mang Oleh	15	=	11	-1
10 Komikid	Beto Studio	16	=	24	=

**Gambar 1. 3** Aplikasi Terpopuler di Indonesia Kategori Komik

LINE Webtoon adalah platform yang berada pada peringkat pertama pada penggunaan aplikasi kategori komik di Indonesia versi *Similarweb* yang diakses pada Rabu (15/09/2021) disusul oleh MangaToon, kakaopage, dan MANGA Plus. LINE Webtoon sendiri telah diunduh lebih dari 50 juta kali, mendapatkan rating 4,5 dari lebih dari 1 juta ulasan, Maka dari itu, komik

digital Webtoon dapat menjadi media yang tepat untuk mengantarkan wayang kepada remaja saat ini.



**Gambar 1. 4** Aplikasi LINE Webtoon pada Playstore

Jadi, salah satu media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan cerita wayang kepada remaja adalah komik. Kemudian, format komik yang memiliki jangkauan luas di era new media sekarang ini adalah webkomik. Dan platform WEBTOON adalah aplikasi webkomik yang paling tepat untuk menjangkau audiens.

Dari hal-hal yang telah dijelaskan diatas, maka dalam “Perancangan Komik Elektronik WEBTOON tentang Dewa-Dewi Wayang untuk Menumbuhkan Minat Budaya Remaja 17-20 Tahun” penulis berencana mengangkat kembali tokoh para dewa-dewi wayang dan menyampaikan cerita yang disesuaikan dengan audiens, dalam format komik elektronik webtoon dan platform yang dekat dengan audiens sebagai salah satu strategi kreatif mempertahankan identitas kultural di masyarakat Indonesia.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

- Media wayang jauh dari remaja. Menurut Andini dkk (2021), pertunjukan wayang telah mengalami kemunduran dan telah tergeser oleh media hiburan alternative canggih yang lebih dekat dengan masyarakat modern.
- Komik adalah salah satu media yang digunakan dalam menyampaikan cerita wayang. Menurut Boneff (1998), Komik dapat menyampaikan pesan-pesan kepada pembaca melalui cerita yang menghibur sekaligus mendidik. Komik wayang juga pernah mencatat angka penjualan tertinggi dibanding komik genre lainnya pada periode 1960-an. (Mahelingga, 2020)

- Format komik yang sesuai di era media baru adalah komik web. Menurut Gomajaka (2021), manusia tidak lepas dari gawai di hampir setiap aspek kehidupannya. Komik telah mengalami konvergensi melalui media online, sehingga dapat diakses melalui website, hingga menjadi sebuah aplikasi media online yang berdiri sendiri.
- Tokoh dewa-dewi wayang hampir tidak pernah diangkat dalam komik. Menurut keterangan dari Is Yuniarto, dari komik wayang masih eksis di era modern, yang mengangkat tentang para dewa belum pernah ditemukan. Sehingga, tokoh dewa-dewi wayang memiliki urgensi diangkat kembali dalam media komik karena sudah sangat langka.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang komik elektronik Webtoon tentang dewa-dewi wayang untuk menumbuhkan minat budaya pada remaja 17-20 tahun?

### **1.4 Batasan Masalah**

1. Hanya mengangkat tokoh dewa-dewi wayang yang sesuai dengan kepentingan cerita
2. Tokoh wayang yang dipakai adalah tokoh wayang kulit purwa
3. Platform komik yang digunakan adalah Webtoon.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

1. Mentransformasi dewa-dewi wayang kepada remaja dengan bahasa, penokohan dan penceritaan yang lebih mudah dipahami
2. Mengenalkan dewa-dewi wayang kepada remaja menggunakan media komik digital melalui platform LINE Webtoon
3. Menarik perhatian remaja terhadap dewa-dewi wayang
4. Sebagai salah satu strategi kreatif dan inovatif untuk melestarikan kebudayaan Indonesia

### **1.6 Manfaat Perancangan**

1. Untuk menambah pengetahuan remaja mengenai dewa-dewi wayang
2. Untuk meningkatkan rasa suka audiens terhadap dewa-dewi wayang
3. Untuk meningkatkan rasa ingin tahu remaja terhadap dewa-dewi wayang
4. Untuk mempertahankan identitas kultural masyarakat Indonesia pada generasi penerus bangsa.