

Candra Rupa

Jurnal of Art, Design, and Media

Bentuk Pertunjukan Barongan Kusumojoyo di Kabupaten

Demak

Prasena Arisyanto, Riris Setyo Sundari, Mei Fita Asri Untari

**Visualisasi Penokohan Purasara Dalam Hikayat Purasara
Sebagai Penanda Jejak Pertunjukan Wayang Kulit Pada Abad**

Ke-19

Putri Melina Febrianti, Mamlahatun Buduroh

**Pendekatan Design Thinking Dalam Perancangan Media
Pembelajaran Berbasis Mobile "Teater Tradisional Indonesia"**

Fuja Siti Fujiawati, Saida Ulfa, Henry Praherdhiono

**Pengembangan Desain Karakter Cookies Pada Gim Cookie
Run Kingdom**

Ika Resmika Andelina, Sherly Theresia

**Keterlibatan Audiens Dalam Narasi Visual Video Musik
Berbasis Virtual Reality**

Anggi Almira Rahma

Padu Padan Wastra Indonesia Pada Kreativitas Gen Z

Lira Angger Narwastu, Agus Dody Purnomo

**Tinjauan Visual dan Makna Logo Pameran Biennale Jogja XI-
XVI Equator (2011-2021)**

Happy Rolitasari, Sudjadi Tjipto Raharjo

**Discourse of the Symbols Meaning in Exo's 'Mama' Music
Video Clips**

Ardian Setio Utomo, Widhihatmini, Dewi Warhamni, Ikke
Widianti

CandraRupa : Journal of Art, Design, and Media merupakan jurnal ilmiah yang berbasis seni, desain dan media. Jurnal CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media diterbitkan oleh Universitas Dinamika memuat tentang konseptual, resume penelitian, serta tinjauan buku, perkembangan seni, desain dan media menjadi tujuan utama dalam jurnal sebagai landasan utama dalam bentuk teoritis maupun praktis. CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media terbit dua kali dalam setahun yaitu Maret dan Oktober, dengan e-ISSN: 2714-8076, yang diterbitkan oleh Universitas Dinamika pertama kali tahun 2019.

TEAM EDITORIAL

Editor In Chief:

- Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Managing Editor:

- Harpang Yudha Karyawanto, S.Pd., M.Pd from Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
- Fika Khoirun Nisa, S.Pd., M.Sn. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Dr. Gaston soehadi, S.S., M.A. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Editorial Member:

- Abdul Aziz, S.Sn., M.Med.Kom. from Universitas Bina Nusantara, Jakarta Barat, Indonesia
- Sutikno, S.Kom., M.Sc. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Siswo Martono, S.Kom., M.M. from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia

Assistant Editor:

- Kristin Lebdaningrum, S.Kom dari Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia.

Technical Handle:

- Atika Ilma Yani, A.Md dari Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia.

Mitra Bestari:

- Dr. Daniel Susilo, S.I.Kom., M.I.Kom. from Universitas Multimedia Nusantara, Banten, Indonesia
- Dr. Koko Hari Pramono, M.Pd from Sekolah Tinggi Kesenian Wilwatikta, Surabaya, Indonesia
- Dr. Karman from Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jakarta Pusat, Indonesia
- Karsam, M.A., Ph.D from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Dr. Muh. Bahrudin, S.Sos., M.Med.Kom from Universitas Dinamika, Surabaya, Indonesia
- Dr. Drs. Bramantijo., M.Sn. from Sekolah Tinggi Kesenian Wilwatikta, Surabaya, Indonesia
- Totok Wahyu Abadi, SS., M.Si., Dr from Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia
- I Made Marthana Yusa, S.Ds., M.Ds from Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Bali, Indonesia

Publisher:

- Universitas Dinamika

Website:

- <http://e-journals.dinamika.ac.id/Candrarupa>

Email:

- Candrarupa@dinamika.ac.id

Editor's Address:

- Raya Kedung Baruk No. 98 Surabaya

TABLE CONTENT

Bentuk Pertunjukan Barongan Kusumojoyo di Kabupaten Demak Prasena Arisyanto, Riris Setyo Sundari, Mei Fita Asri Untari	1-8
Visualisasi Penokohan Purasara Dalam Hikayat Purasara Sebagai Penanda Jejak Pertunjukan Wayang Kulit Pada Abad Ke-19 Putri Melina Febrianti, Mamlahatun Buduroh	9-22
Pendekatan Design Thinking Dalam Perancangan Media Pembelajaran Berbasis Mobile “Teater Tradisional Indonesia” Fuja Siti Fujiawati, Saida Ulfa, Henry Praherdhiono	23-28
Pengembangan Desain Karakter Cookies Pada Gim Cookie Run Kingdom Ika Resmika Andelina, Sherly Theresia	29-38
Keterlibatan Audiens Dalam Narasi Visual Video Musik Berbasis Virtual Reality Anggi Almira Rahma	39-44
Padu Padan Wastra Indonesia Pada Kreativitas Gen Z Lira Angger Narwastu, Agus Dody Purnomo	45-49
Tinjauan Visual dan Makna Logo Pameran Biennale Jogja XI–XVI Equator (2011-2021) Happy Rolitasari, Sudjadi Tjipto Raharjo	50-57
Discourse of the Symbols Meaning in Exo's 'Mama' Music Video Clips Ardian Setio Utomo, Widhihatmini, Dewi Warhamni, Ikke Widianti	58-65

Kata Pengantar

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya makalah ilmiah Jurnal CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media dapat terbit sebagaimana yang telah direncanakan.

Sebagai Tenaga Profesional Dosen, memiliki kewajiban mengajar, meneliti, dan melakukan pengabdian masyarakat. Setiap hasil penelitian sebaiknya dipublikasikan untuk membagi apa yang telah diteliti dan memberitahu kepada masyarakat luas mengenai hasil penelitian. CandraRupa diharapkan, menjadi wadah dan sarana untuk penyebaran ilmu pengetahuan dan hasil penelitian di bidang seni, desain dan media secara berkelanjutan. CandraRupa juga diharapkan menjadi wadah pertemuan para penelitian dan dunia industri yang tertarik pada hasil penelitian. Terbitan CandraRupa dilakukan dua kali (Maret dan Oktober) dalam satu tahun melalui proses *review* yang berpengalaman dan sudah memiliki makalah yang diterbitkan di jurnal Internasional.

Kami mengucapkan terimakasih kepada peneliti yang telah mengirimkan hasil penelitiannya lewat CandraRupa, kepada Mitra Bestari yang sudah meluangkan waktu guna *me-review* makalah yang kami ajukan, serta kepada Universitas Dinamika yang mendukung penuh atas pengelolaan jurnal ini, dan kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak, baik yang terlibat secara langsung ataupun tidak langsung.

Ketua Redaksi



Dr. Mochammad Arifin, S.Pd., M.Si.

Bentuk Pertunjukan Barongan Kusumojoyo di Kabupaten Demak

Prasena Arisyanto¹, Riris Setyo Sundari², Mei Fita Asri Untari³

¹Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

Email: prasenaarisyanto@upgris.ac.id

²Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

Email: ririssetyo@upgris.ac.id

³Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas PGRI Semarang, Semarang, Indonesia

Email: meifitaasri@upgris.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: prasenaarisyanto@upgris.ac.id

Abstrak: Barongan Kusumojoyo merupakan salah satu kelompok barongan di Kabupaten Demak. Barongan Kusumojoyo masih aktif melakukan pementasan untuk keperluan hiburan, ritual, maupun pertunjukan. Pada setiap pertunjukan yang dilakukan mempunyai bentuk pertunjukan yang berbeda sesuai dengan tujuan acara. Beberapa perbedaan tampilan dengan kelompok barongan lain bisa dilihat dari pelaku, gerak, suara dan rupa. Menarik untuk diteliti bagaimana bentuk pertunjukan kelompok barongan Kusumojoyo pada acara hiburan, sehingga kelompok barongan Kusumojoyo bisa dianggap sebagai kelompok barongan terbaik oleh penonton. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan etnografis. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan studi dokumen. Analisis data menggunakan konsep bentuk pertunjukan dengan empat langkah analisis. Penelitian difokuskan pada acara hiburan sebelum kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat akibat dari pandemi covid-19. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa pada acara hiburan ditampilkan sekitar 70 orang pemain yang dibagi menjadi beberapa kelompok penari dan menampilkan cerita beralur. Apresiator juga dapat meminta cerita tertentu untuk ditampilkan. Kelompok barongan Kusumojoyo juga selalu melakukan pembaruan baik dari gerak, musik tari, rias, busana, cerita, maupun properti sehingga terkesan selalu baru dan kreatif. Kebaruan tampilan yang dilakukan membuat kelompok barongan Kusumojoyo menjadi terkenal dan digemari oleh penonton.

Kata Kunci: Barongan Kusumojoyo; Bentuk Pertunjukan; Seni Tradisi

Abstract: Barongan Kusumojoyo is one of the barongan groups in Demak Regency. Barongan Kusumojoyo is still actively performing for entertainment, rituals and performances. Each show has a different form of performance according to the purpose of the event. Some differences in appearance with other barongan groups can be seen from the actors, movements, sounds and appearance. It is interesting to study how the Kusumojoyo barongan group performs at entertainment events, so that the Kusumojoyo barongan group can be considered the best barongan group by the audience. The research method uses qualitative with an ethnographic approach. Collecting data using observation, interviews, and document study. Data analysis uses the concept of a form of performance with four steps of analysis. Research focused on entertainment events before the policy of limiting community activities as a result of the co-19 pandemic. The results of the study describe that in the entertainment program, around 70 players are shown who are divided into several groups of dancers and present plot stories. Appreciators can also request specific stories to be featured. The Kusumojoyo barongan group also always makes updates in terms of motion, dance music, make-up, clothing, stories, and props so that they always seem new and creative. The novelty of the performance made the Kusumojoyo barongan group famous and liked by the audience.

Keywords: Barongan Kusumojoyo; Performing Forms; Traditional Arts

PENDAHULUAN

Barongan merupakan salah satu kesenian tradisi yang hidup dan berkembang di sebagian wilayah Jawa. Barongan menjadi simbol dan jati diri masyarakat Jawa, tidak terkecuali juga masyarakat Kabupaten Demak. Holt mengatakan

bahwa *barongan* merupakan kesenian yang menggunakan topeng singa tetapi mirip harimau, topeng singa kemudian ditempli dengan bulu-bulu sebagai rambut. Lebih lanjut lagi juga disampaikan bahwa *barongan* merupakan seni pertunjukan [1].

topeng singa sebagai bentuk kepercayaan masyarakat pada hal-hal gaib berupa binatang totem Kesenian tradisional ada dan berkembang tentu saja berkaitan dengan makna, fungsi, dan kebudayaan yang melatar belakangi masyarakat pendukungnya. Nilai-nilai yang terkandung dalam kesenian barongan ini diwariskan secara turun-temurun untuk dianut oleh masyarakat pemiliknya [2]. Terdapat berbagai macam cara untuk mewariskan nilai kepada generasi selanjutnya, salah satunya internalisasi. [3] mengatakan bahwa pada awalnya Barong merupakan bentuk tarian ritual terkait dengan kepercayaan *Totemisme* yaitu kepercayaan terhadap binatang berkaki empat yang memiliki kekuatan melindungi. Pada perkembangan selanjutnya, barongan menjadi kesenian tradisi yang muncul dalam acara-acara ritual maupun di panggung hiburan.

Kodiran dalam [4] mengatakan upacara selamatan pada masyarakat Jawa dapat digolongkan menjadi enam macam sesuai dengan peristiwa atau kejadian dalam kehidupan manusia sehari-hari, yaitu: (1) selamatan dalam rangka lingkaran hidup seseorang mulai masih di dalam kandungan sampai setelah meninggal; (2) selamatan yang berkaitan dengan bersih desa, penggarapan tanah pertanian, dan setelah panen padi; (3) selamatan berkaitan dengan hari-hari serta bulan-bulan besar Islam; (4) selamatan pada saat-saat yang tidak tertentu, berkenaan dengan kejadian-kejadian seperti perjalanan jauh, menempati rumah baru, menolak bahaya (*ngruwat*), janji kalau sembuh dari sakit (*kaul*), dan lain-lain.

Kesenian barongan merupakan salah satu kesenian tradisi yang dimiliki oleh masyarakat Demak. Kesenian Barongan hidup dan berkembang bersama masyarakat pendukungnya. Kesenian Barongan menyatu dalam kehidupan masyarakat pemiliknya. Kesenian barongan menjadi jembatan komunikasi antara manusia dengan Tuhan penguasa alam semesta. Kesenian barongan hadir dalam berbagai acara *selamatan* yang dilakukan oleh warga masyarakat.

Kesenian barongan hadir dalam berbagai acara yang diselenggarakan oleh masyarakat pendukungnya, seperti selamatan dalam rangka lingkaran hidup (khitan, pernikahan) juga untuk acara ruwatan dan haul. Kesenian Barongan menjadi jembatan penyampai pengharapan dan ungkapan terima kasih kepada Tuhan penguasa alam semesta. Fungsi kesenian barongan yang mampu menjadi jembatan komunikasi tersebutlah yang membuat kesenian barongan masih hidup dan berkembang sampai saat ini. Penelitian ini mengkaji proses pertunjukan barongan dalam hubungannya dengan interaksi simbolik yang terjadi antar kesenian dengan penontonnya.

Salah satu kelompok kesenian barongan yang ada di Kabupaten Demak adalah Barongan Kusumojoyo. Kelompok Barongan Kusumojoyo selain tampil dalam acara hajatan, juga sering tampil untuk acara festival budaya, lomba seni rakyat, dan ruwatan. Hal yang menarik adalah adanya perbedaan struktur pertunjukan dalam setiap acara pertunjukan. Perbedaan struktur terjadi akibat tujuan pementasan yang juga berbeda. Senada dengan penelitian [5] dan [6] yang menganalisis

tari Barong di Bali yang mengalami deskaralisasi bentuk pertunjukan. Tari Barong yang semula bersifat sakral untuk upacara agama Hindu di Bali, mengalami perkembangan sifat menjadi profan yang dipentaskan untuk pariwisata. Perubahan sifat terlihat salah satunya pada bentuk dan struktur pertunjukan. Pada Barongan Kusumojoyo, struktur pertunjukan untuk acara yang bertujuan hiburan, dengan acara yang bertujuan ritual juga berbeda.

Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana bentuk pertunjukan barongan Kusumojoyo pada acara hiburan? Permasalahan ini menarik untuk dikaji karena menurut warga sekitar bernama Sunarto (55 tahun), mengungkapkan warga yang bisa menampilkan pertunjukan Barongan Kusumojoyo akan lebih meningkat *prestise* nya, akan lebih disegani. Keterangan dari Hartono (51 tahun) pemilik kelompok barongan mengenai harga pertunjukan barongan Kusumojoyo yang mencapai 17 juta juga menjadi ketertarikan untuk diteliti karena pengalaman peneliti belum menemukan kelompok barongan dengan harga cukup tinggi. Maka perlu untuk diteliti bagaimana bentuk pertunjukan Barongan Kusumojoyo ketika acara hiburan, sehingga mendapatkan predikat kelompok terbaik dari penonton dan bisa mempunyai harga pertunjukan yang berbeda dari rata-rata kelompok barongan lain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan etnografis. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan studi dokumen. Observasi dilakukan dengan mengamati proses pertunjukan dari mulai persiapan sampai selesai. Wawancara dilakukan kepada Hartono (pimpinan kelompok barongan Kusumojoyo), Sunarto (penonton), dan Paminto (praktisi seni pertunjukan). Studi dokumen dilakukan dengan mencari literatur terkait seni barongan dan rekaman pertunjukan barongan Kusumojoyo. Keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber [7]. Analisis data menggunakan konsep bentuk pertunjukan yaitu dengan menganalisis pelaku, gerak, suara, rupa [8].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok Barongan Kusumojoyo merupakan salah satu grup seni barongan yang ada di Kabupaten Demak, tepatnya berada di dusun Gebang Kulon, desa Gebang, kecamatan Bonang. Saat ini Barongan Kusumojoyo dipimpin oleh Hartono yang juga merupakan pendiri grup Barongan Kusumojoyo. Meskipun masih baru dan dipimpin oleh generasi pertama, namun Hartono telah mulai mengikuti kelompok barongan sejak masih muda. Sebelum mendirikan grup Barongan Kusumojoyo, Hartono bergabung dengan grup barongan lain secara bergantian. Pengalaman selama bertahun-tahun itulah yang kemudian menjadi dasar dan niat untuk mendirikan kelompok barongan sendiri di dusun Gebang Kulon.

Awal mula pendirian kelompok Barongan Kusumojoyo juga mendapat dorongan atau ajakan dari

salah satu tokoh masyarakat setempat. Tokoh masyarakat tersebut mengajak Hartono untuk bermain barongan dan membuat sebuah kelompok barongan. Ajakan tersebut disanggupi oleh Hartono yang selanjutnya membuat beberapa kostum penari untuk mengembangkan kelompok barongan yang dibentuknya. Beberapa bentuk kostum itu antara lain jaranan, naga barong, dan buto. Kemudian Hartono mengajak beberapa saudara, tetangga, dan warga dusun Gebang Kulon untuk berlatih menari barongan, berlatih bermain gamelan sampai akhirnya terbentuk sebuah grup barongan bernama Kusumojoyo.



Gambar 1. Kelompok Barongan Kusumojoyo Kabupaten Demak (Arisyanto, 2019)

Sampai tahun 2019, kelompok Barongan Kusumojoyo telah memiliki 70 anggota yang terdiri dari penari dan pemusik. Tidak semua pemain adalah warga desa setempat. Ada beberapa yang merupakan warga desa lain yang ikut menjadi anggota Barongan Kusumojoyo. Malah jika ada anggota yang tidak bisa ikut pementasan, Hartono akan meminjam anggota kelompok barongan lain untuk membantu pementasan. Begitu juga sebaliknya jika dibutuhkan, anggota kelompok Barongan Kusumojoyo akan diminta untuk membantu pementasan kelompok barongan lain. Pinjam anggota semacam itu dapat dilakukan berdasarkan persetujuan pimpinan kelompok, dan jika salah satu kelompok barongan tidak ada jadwal pementasan.

Jumlah 70 orang pemain itu terdiri dari 14 orang pemain musik dan 56 orang penari. Beberapa bentuk tarian yang ada di kelompok Barongan Kusumojoyo adalah jaranan, bendera, barongan, naga barong, ayam, macanan, dan buto. Selain penari ada juga yang berperan sebagai pemain musik, pawang, pelawak, pembawa acara, dan pemain atraksi. Terkadang ada pemain yang merangkap peran, contohnya penari jaranan merangkap atraksi, atau pemain barongan yang merangkap sebagai pelawak yang istilah dalam kelompok Barongan Kusumojoyo adalah *guyon maton*. Pembagian kelompok penari telah dilakukan sejak lama menurut kebijakan pimpinan grup kusumojoyo. Namun, ada beberapa penari yang menguasai lebih dari 1 peran sehingga dapat melakukan beberapa bentuk tari dalam pertunjukan barongan.

Pembagian peran atau kelompok tari dilakukan oleh pimpinan kelompok Barongan Kusumojoyo, namun beberapa pemain telah mempunyai spesialisasi. Seperti ada yang khusus menjadi *guyon maton*, ada yang khusus menjadi atraksi, khusus menjadi pemain barongan. Namun ada beberapa pemain yang terkadang berganti peran dikarenakan menguasai beberapa bentuk tari dalam pertunjukan barongan, dan ada pula yang mempunyai tugas tetap dalam sebuah kelompok tari. Semua pemain tidak masalah jika setiap pementasan mendapatkan tugas menari yang berbeda, yang penting adalah mereka paham dengan gerak tarinya dan mampu melakukan.

Salah satu contohnya adalah bapak Sunaryo, adik dari Hartono. Bapak Sunaryo merupakan salah satu senior dalam kelompok Barongan Kusumojoyo, dan bisa menarikan beberapa bentuk tari seperti jaranan, barongan, naga barong, ayam, macanan dan buto. Bapak Sunaryo juga mampu untuk melakukan atraksi. Namun karena tubuhnya yang kecil dan juga umurnya yang tidak lagi muda, maka bapak Sunaryo sering ditugaskan menjadi penari jaranan dengan peran *senapati* atau pemimpin pasukan berkuda dan menjadi pemain atraksi. Selama kuat, bapak Sunaryo tidak masalah jika melakukan dua macam tarian.

Semua penari di grup Kusumojoyo telah memahami masing-masing peran tarinya, sehingga semua penari sudah mampu melakukan persiapan sendiri seperti rias dan busana. Awalnya penari yang belum bisa merias sendiri akan melihat dan minta diriaskan sebagian oleh penari senior, lama-kelamaan penari junior akan paham dan bisa melakukan rias dan memakai kostumnya sendiri (Hartono, wawancara 27 Maret 2019). Semua pemain di grup kusumojoyo belajar secara mandiri, tidak ada satupun anggota grup yang belajar secara akademik mengenai seni pertunjukan.

Terkait dengan perlengkapan pertunjukan seperti alat musik, tata rias, dan kostum, grup kusumojoyo telah memilikinya dengan lengkap. Semua kostum tari dibuat sendiri oleh Hartono, sehingga kostum untuk semua tarian ada. Hartono juga akan membuat kostum yang baru jika ada pesanan tari baru, atau belum mempunyai kostum yang sesuai. Sebagai contoh adalah kostum tari ayam. Kostum tari ayam baru dibuat ketika ada permintaan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Demak untuk melakukan sebuah pementasan.

Dinas Pariwisata Kabupaten Demak meminta grup Kusumojoyo untuk melakukan pementasan dengan membawakan sebuah cerita atau lakon. Pada cerita tersebut terdapat adegan tari berupa adu ayam jago atau tarung ayam, dikarenakan belum memiliki kostum untuk penari ayam, maka Hartono membuat dua buah kostum untuk penari ayam. Peran tari ayam pada akhirnya terus ditampilkan pada setiap pementasan grup kusumojoyo, selain sudah mempunyai kostumnya, ada juga penari yang mampu untuk membawakan peran penari ayam, sehingga selalu ditampilkan disetiap kesempatan pentas untuk menambah daya tari pementasan.

Semua kostum dibuat sendiri oleh Hartono, satu-satunya perlengkapan yang tidak dibuat sendiri adalah gamelan. Untuk gamelan Hartono membeli dari daerah lain. Seperangkat gamelan yang dimiliki oleh grup Kusumojoyo adalah gamelan besi dengan jumlah 7 instrumen yaitu kendang, Bonang Barung, Demung, Saron, dan Gong. Instrumen lain yang dimiliki adalah senar drum dan bas drum. Pada pementasannya, selain gamelan ada pula alat musik lain berupa *keyboard*, ketipung, suling, dan gitar. Untuk alat musik selain gamelan, para pemain musik membawa sendiri alat musiknya.

Grup Barongan Kusumojoyo telah banyak tampil diberbagai acara. Memang yang paling banyak adalah hajatan atau hiburan, namun ada acara lain yang masih rutin menampilkan grup Kusumojoyo, walaupun secara periodik. Pementasan yang pernah dilakukan oleh grup Kusumojoyo adalah pentas untuk ruwatan, dugderan menyambut bulan Ramadhan, pentas malam tahun baru, pentas dalam rangka *expo* kesenian di Kabupten Demak maupun di TMII Jakarta sebagai utusan Kabupaten Demak. Ada perbedaan antara pementasan pada acara hajatan dan *expo* kesenian yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.

Bentuk dan struktur pertunjukan Barongan Kusumojoyo dipengaruhi oleh tujuan acara yang dilakukan. Bentuk pertunjukan terdiri dari pelaku, gerak, suara, rupa [9]. Sedangkan tujuan acara menyesuaikan dengan siapa yang menjadi sponsor atau penyandang dana atau pemangku kepentingan yang meminta kelompok Barongan Kusumojoyo untuk tampil, karena sponsor merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi bentuk suatu pertunjukan seni [10]. Jika tujuan acara untuk ritual maka akan disiapkan pelaku, tempat, waktu, dan cerita yang khusus sesuai dengan acara ritual yang diikuti [11]. Namun jika acara bersifat hiburan atau pertunjukan barongan berfungsi sebagai hiburan atau wisata, maka kelompok Barongan Kusumojoyo juga akan menyesuaikan.

[12] menyampaikan bahwa seni pertunjukan yang mempunyai fungsi sebagai hiburan maka harus penuh variasi dan dihilangkan nilai sakralnya. Variasi bisa dilakukan pada unsur unsur tari seperti gerak, musik, tata rias, busana, komposisi tari. Dihilangkan nilai sakralnya yaitu tidak terikat pada pelaku, tempat, waktu tertentu. Perbedaan juga terletak pada cerita pementasan. Jika pada acara hiburan, kelompok Barongan Kusumojoyo tidak menggunakan cerita dalam pementasan. Tarian yang ditampilkan telah diurutkan dan ditampilkan secara bebas tidak terikat dengan durasi maupun jumlah penari. Pada pementasan yang diselenggarakan oleh dinas, pasti pementasannya dibatasi dengan durasi waktu, jumlah pemain, dan tarian yang ditampilkan. Pementasan juga dikemas dalam sebuah cerita, sehingga tampilan tiap kelompok tari dapat berbeda dan tidak selalu urut. Kelompok Kusumojoyo telah dapat beradaptasi dengan keperluan pementasan sehingga memiliki rencana pada setiap keperluan pementasan.

Pelaku Pertunjukan Barongan Kusumojoyo

Pelaku pada pertunjukan Barongan Kusumojoyo dapat dibedakan menjadi pelaku yang terlibat langsung dan tidak terlibat langsung.



Gambar 2. Penari Jaranan Kelompok Barongan Kusumojoyo (Arisyanto, 2019)

Pelaku yang terlibat langsung adalah anggota kelompok Barongan Kusumojoyo yang menjadi penari, pemain musik, *guyon maton*, dan pembawa acara. Sedangkan yang tidak terlibat langsung adalah pimpinan grup Barongan Kusumojoyo dan pawang Barongan.

Pelaku yang tidak terlibat langsung ada pimpinan grup kusumojoyo yaitu Hartono dan pawang yang menjaga secara spiritual agar pementasan berjalan dengan lancar. Hartono sudah tidak ikut menjadi pemain, tapi lebih fokus di belakang layar sebagai koordinator pementasan, mengurus segala administrasi dan keperluan pementasan, sedangkan pawang Barongan berada di belakang panggung selama pementasan berlangsung sambil menjaga sesaji yang disiapkan. Pawang bertugas untuk melaksanakan ritual menjaga jalannya pementasan agar berjalan dengan lancar, tidak mendapat gangguan secara spiritual, karena menurut Hartono terkadang pementasan barongan mendapatkan gangguan dari pihak lain secara tidak kasat mata.

Penari yang terlibat langsung ada sekitar 57 penari dengan rincian penari jaranan 17 orang, penari bendera 10 orang, penari barongan 6 orang, penari naga barong 4 orang, penari ayam 2 orang, penari macanan 10 orang, penari buto 8 orang. Diantara 57 penari tersebut ada beberapa orang yang melakukan tugas ganda sebagai penari atraksi sekitar 7 orang. Untuk membedakan ketika melakukan atraksi, para pemain akan melepas ikat kepala dan jarik sehingga sedikit terlihat berbeda ketika mereka menjadi pemain jaranan atau barongan.

Pemain musik terdiri dari 14 orang yaitu 8 orang pemain gamelan dan 6 orang pemain dangdut. Kolaborasi antara gamelan dan dangdut dimaksudkan agar pertunjukan lebih menarik, mendatangkan banyak penonton, dan lebih *modern*. Dangdut juga dimanfaatkan sebagai selingan antar pementasan barongan, sehingga penonton tidak hanya melihat tarian saja, tapi juga dapat menikmati pementasan dangdut. Para pemain gamelan merupakan anggota asli grup Barongan Kusumojoyo, sedangkan para pemain dangdut adalah pemain profesional yang memang disewa untuk mendukung

pementasan Barongan Kusumojoyo (wawancara, Hartono 29 April 2019).

Pemain *guyon maton* dan pembawa acara juga merupakan pelaku yang terlibat langsung. *Guyon maton* dilakukan oleh tiga orang. Berisi lawakan, nyanyian, dan tarian bebas yang dimaksudkan sebagai selingan antar tarian agar penonton tidak bosan, bisa tertawa dan santai sejenak. Pemain *guyon maton* ada yang merangkap penari barongan sehingga bagian *guyon maton* ditampilkan di tengah setelah tari barongan ditampilkan. Sebagai pembawa acara ada 1 orang yang juga merangkap sebagai *vokal* putra.

Gerak dalam Pertunjukan Barongan Kusumojoyo

Barongan merupakan sebuah seni pertunjukan yang memfokuskan pertunjukannya pada tari. Maka gerak pada pementasan grup Barongan Kusumojoyo menjadi hal utama yang mendapat perhatian dan dibuat paling menarik. Gerak utama dalam pementasan barongan tentu adalah gerak tari seperti beberapa diantaranya sabetan, lumaksana, onclang, trecet, mlaku telu. Selain gerak dasar tersebut, banyak gerak lain yang dikembangkan oleh grup Barongan Kusumojoyo. Gerak setiap kelompok tari tentu berbeda, tergantung dari kostum dan properti apa yang dibawa.



Gambar 3. Gerak *Mangan* yang dilakukan Barongan (Arisyanto, 2019)

Gerak pada kelompok bendera bersifat dinamis dengan menggunakan ruang gerak yang besar. Properti bendera sepanjang 2,5 meter tentu harus dimainkan dengan ruang gerak yang besar agar terlihat menarik dan mampu mengeksplorasi kekuatan dari properti bendera. Gerak pada kelompok naga barong, ayam, dan macan mempunyai karakter yang liar sesuai dengan topeng binatang yang dipakai. Beberapa gerak ikonik dari binatang naga, ayam, macan ditampilkan dan dikembangkan. Contohnya gerak mengepakkan sayap ayam, gerak menerkam macan, gerak naga terbang. Semuanya dieksplorasi dan dikembangkan menjadi sebuah gerakan tari.

Gerak kelompok barongan akan berbeda dengan gerak kelompok jaranan, akan berbeda pula dengan gerak kelompok bendera dan buto. Setiap kelompok dibuat gerak yang berbeda agar pertunjukan menjadi dinamis dan menarik. Gerak kelompok jaranan bersifat lincah, tegas, dinamis karena menggunakan properti

kuda dan menggambarkan pasukan berkuda. Kuda sebagai binatang yang dianggap mempunyai tenaga yang kuat divisualisasikan dalam gerakan yang bertenaga pula.

Gerak pada kelompok barongan mempunyai karakter yang berbeda pula. Karakter gerak pada barongan adalah tegas, tenang, dan banyak melakukan gerak mulut. Kostum barongan ditarikan oleh dua orang. Satu orang sebagai kepala dan satu orang sebagai ekor. Maka harus ada koordinasi dan kekompakan antar pemain agar bisa menghasilkan sebuah gerakan yang baik dan padu. Topeng barongan yang besar membuat ruang gerak dan pola gerak yang dihasilkan menjadi terbatas. Gerak yang paling banyak dilakukan adalah gerak berlari, menggelengkan kepala, menutup mulut agar menghasilkan suara yang keras.

Pemain barongan tidak bisa menghasilkan banyak gerakan. Topeng barongan yang besar dan berat dimainkan dengan cara diangkat dua tangan, sama seperti permainan barongsai. Gerakan yang dihasilkan tentu harus mengeksplorasi topeng barongan. Ada satu gerakan pada barongan yang dilakukan bersama dengan kelompok tari lain, yaitu gerak *manganan* atau memakan mangsa. Gerakan memakan mangsa merupakan gerak ketika penari lain dimakan dan ditelan oleh barongan. Mulut barongan yang lebar memungkinkan seorang manusia dewasa untuk masuk melalui mulut barongan sehingga seolah-olah penari tersebut sedang dimakan oleh barongan. Kelompok tari yang sering melakukan kolaborasi gerak dengan barongan adalah kelompok macan dan buto.

Gerak *manganan* menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton. Penonton merasa takjub ketika seorang penari mampu masuk dan hilang melalui mulut barongan seperti dimakan oleh barongan. Terkadang pemain barongan juga berinteraksi dengan penonton melalui gerak *manganan*. Terkadang pemain barongan meminta seorang anak kecil untuk masuk melalui mulut barongan seperti anak tersebut dimakan oleh barongan. Setelah dimakan, anak tersebut akan dikembalikan lagi kepada orang tuanya. Anak yang berpartisipasi dalam melakukan gerak *manganan* awalnya takut, tapi setelah itu akan tertawa senang dan kadang meminta di "makan" lagi oleh barongan. Gerak *manganan* biasanya ditampilkan di akhir pementasan yang menandai bahwa pementasan sudah mencapai puncaknya dan akan segera berganti dengan babak yang lain.

Gerak pada penari buto bersifat liar, atraktif, lincah, dan dinamis. Karakter buto yang ganas dan liar, ditambah topeng buto yang menakutkan membuat penari buto harus mampu memvisualisasikan karakter buto dengan tepat. Gerak buto banyak diselingi gerak berlari, melompat, meroda, dan bergulung sehingga kesan kacau, rusak, liar bisa dirasakan ketika penari buto. Gerak atraktif dari penari buto menjadi daya tarik bagi penonton ketika kelompok penari buto muncul.

Pada pertunjukan barongan, selain ada gerak tari juga ada gerak pemusik, pelawak, dan atraksi. Gerak pemusik antara lain gerak memainkan alat musik dan

gerak penyanyi yang bergoyang ketika menyanyi. Gerak pelawak bersifat bebas menurut selera pemain, yang penting penonton bisa paham dan tertawa. Gerak atraksi menjadi hal yang paling ditunggu oleh penonton. Atraksi ditampilkan diakhir pertunjukan yang merupakan babak terakhir sebagai penutup pementasan barongan. Atraksi biasanya dilakukan antara 30-60 menit.

Atraksi menjadi hal yang sangat menarik karena pada babak atraksi, tidak gerak tari yang ditampilkan tetapi gerak bebas, atraktif yang berbahaya dan tidak bisa dilakukan oleh sembarang orang. Gerak seperti makan kaca, silet, menusuk kulit dengan jarum, memecahkan bata dengan kepala, mengupas kelapa dengan mulut, sampai membengkokkan besi dengan leher menjadi gerak yang sangat berbahaya sekaligus menarik untuk dilihat. Penonton pasti akan kagum, heran, ngeri, dan senang ketika melihat atraksi yang ditampilkan, dan menganggap bahwa pemain atraksi sedang kesurupan sehingga mampu melakukan hal-hal yang berbahaya tersebut.

Atraksi diawali dari masuknya 2 orang penari yang membawa gentong air, sesaji, dan barang yang akan digunakan untuk atraksi. Dua orang tersebut berperan sebagai pawang yang mengatur jalannya atraksi. Dua orang itu lalu bergerak seperti sedang berdoa, melakukan ritual agar atraksi sukses. Kemudian masuk 7 orang pemain atraksi, berjalan lalu duduk di depan dua orang tersebut. Salah satu dari pawang kemudian mengambil gentong air, menghampiri setiap pemain atraksi, berdoa dan menyiramkan air ke kepala setiap pemain atraksi. Setelah semua pemain disiram air, pawang tersebut kembali ke depan sesaji, berdoa, lalu menghentakkan kakinya ke tanah, dan saat itu pula 7 orang pemain atraksi itu tergeletak seperti tidak sadarkan diri, dan beberapa saat kemudian satu persatu pemain atraksi bangkit dan mulai bertingkah aneh seperti berjalan seperti seekor macan, ada yang berdiri dan hanya memandang sekitar, dan ada yang mulai memakan barang yang digunakan untuk atraksi seperti kaca dan bunga.

Sekitar 30 menit atraksi dilakukan, pawang kemudian menghampiri satu persatu pemain yang sedang kesurupan, lalu memegang kepala si pemain sambil berdoa dan menyiram air kembang. Pemain atraksi lalu pingsan dan tergeletak di tanah. Tidak lama kemudian pemain tersebut sadar dan merapikan pakaiannya. Setelah semua pemain sadar, lalu mereka berkumpul di tengah lapangan, mengatupkan tangan, memberi sembah hormat pada penonton lalu keluar lapangan. Pertunjukan selesai ditutup juga oleh informasi dari pembawa acara.

Suara Pada Pertunjukan Barongan Kusumojoyo

Suara pada pertunjukan Barongan Kusumojoyo dapat dibedakan menjadi dua yaitu suara internal dan suara eksternal [13]. Suara internal adalah suara yang muncul dari diri pemain. Bentuknya berupa dialog yang dilakukan pada saat guyon maton, lalu nyanyian dari penyanyi pada saat dangdutan, guyon maton, dan suara dari pembawa acara yang terus bersuara ketika pementasan barongan berlangsung. Sedangkan suara

eksternal muncul dari alat musik yang digunakan dan kostum yang dipakai oleh penari. Suara dari alat musik berupa gamelan, *keyboard*, gitar, drum, suling, ketipung. Suara dari kostum penari muncul dari suara gongseng atau gelang kaki, dan suara dari mulut barongan ketika mulut ditutup.



Gambar 4. Musik Pengiring Pertunjukan Barongan Kusumojoyo (Arisyanto, 2019)

Suara pemain guyon maton berupa dialog, lawakan, nyanyian dimaksudkan agar penonton tidak jenuh dengan pementasan barongan. Adanya selingan berupa dialog dan lawakan membuat penonton dapat rileks, tertawa dan ikut berinteraksi dengan pemain. Suara pemain guyon maton adalah suaranya sendiri tidak dibuat atau diberi efek. Suara dari penyanyi ketika dangdutan juga dimaksudkan agar penonton bisa berinteraksi dengan pemain. Sambil mengundang penonton lain agar datang dan memberi kesempatan bagi pemain barongan untuk istirahat dan melanjutkan persiapan untuk babak berikutnya.

Suara dari alat musik tentunya memiliki fungsi utama sebagai pengiring pertunjukan. Suara dari instrumen kendang menjadi kunci dalam mengiringi gerakan tari. Setiap gerakan tari mempunyai pola kendangan yang berbeda, sehingga agar pertunjukan menjadi lebih hidup, menarik, dan dinamis, kendang harus selalu berbunyi dan terampil dalam mengikuti setiap gerak pemain. Kendang harus bisa menghidupkan setiap gerakan dengan aksen atau pola kendangan yang berbeda. Jika semuanya sama, maka pertunjukan akan menjadi kurang menarik.

Untuk memperkuat suara kendang, dibantu dengan suara dari senar drum dan bas drum agar menghasilkan efek suara yang keras, dinamis, dan atraktif. Suara kendang dan drum berkolaborasi untuk menghidupkan pertunjukan dan memperkuat karakter gerak tari dari setiap kelompok. Sebagai penguat rasa seni kerakyatan, instrumen demung, saron, Bonang barung, gong mempunyai peran yang sangat besar. Karakter suara keras yang dihasilkan dari demung dan saron memperkuat kesan dinamis dari pertunjukan barongan. Suara Bonang barung dan gong memberi kesan seni kerakyatan yang kuat pada pertunjukan barongan. Pola permainan yang sama dari instrumen bonang barung dan

bendhe merupakan ciri khas dari seni pertunjukan kerakyatan.

Suara dari instrumen keyboard, gitar, drum, terompet, ketipung yang dipadukan dengan suara dari penyanyi pada saat dangdut memberikan efek santai, senang pada penonton. Tidak dapat dipungkiri bahwa musik dangdut sangat diminati oleh masyarakat umum, sehingga musik dangdut juga dimasukkan dalam pentas Barongan Kusumojoyo sebagai penambah daya tari bagi penonton, agar penonton yang datang lebih banyak, dan juga sebagai selingan antar babak dalam pentas barongan.

Suara eksternal yang juga mempengaruhi pentas barongan adalah suara yang berasal dari gongseng atau gelang kaki milik penari jaranan, dan suara dari mulut barongan. Suara gemrincing dari gongseng penari jaranan menambah efek pada pentas berupa kesan ramai, lincah, dinamis pada tari jaranan. Gelang kaki dipakai di kedua kaki dengan jumlah lonceng pada setiap pemain sekitar 12-24 lonceng. Pemain jaranan dan bendera ada sekitar 27 pemain, sehingga dapat dibayangkan bagaimana suara gemrincing yang dihasilkan dari penari jaranan dan bendera ketika mereka menari, menggerakkan kaki secara bersama. Suara ramai tersebut mampu membangkitkan semangat penari, dan menjadikan penonton tertarik untuk melihat tari jaranan.

Suara dari barongan berasal dari mulut barongan yang menutup. Barongan terbuat dari kayu sehingga ketika mulut barongan tertutup akan menghasilkan suara khas kayu seperti bunyi "tlak" yang cukup keras. Suara yang dihasilkan dari pemain barongan memperkuat kesan garang dan menakutkan dari barongan seolah-olah barongan sedang mencari mangsa untuk dimakan. Bunyi dari barongan sering terdengar tetapi dengan jarak beberapa menit, karena barongan yang cukup berat sehingga pemain barongan tidak melakukan gerak yang menghasilkan suara secara rapat dan cepat.

Rupa dalam Pertunjukan Barongan Kusumojoyo

Berbicara mengenai tata rupa dalam pertunjukan Barongan Kusumojoyo, dapat dibedakan menjadi tata rias, tata busana, dekorasi, dan properti pentas. Dekorasi yang digunakan sangat biasa dan sederhana, yaitu hanya berupa tulisan di panggung yang berisi informasi acara yang sedang berlangsung. Tulisan berupa dalam media MMT berukuran 15x5 meter tersebut dibuat oleh BPR Kabupaten Demak sebagai penyelenggara acara, sedangkan dari grup Barongan Kusumojoyo tidak menambahkan dekorasi apapun di panggung.



Gambar 5. Tata Rias dan Busana Penari Kelompok Jaranan (Arisyanto, 2019)

Grup Barongan Kusumojoyo memfokuskan tata rupa pada bagian rias dan busana penari dan pemain musik. Pemain musik memakai surjan kembang dengan ikat kepala dan celana panjang hitam, sedangkan penyanyi memakai kostum sesuai dengan selera sendiri. Semua penari memakai kostum yang sesuai dengan kelompoknya masing-masing, namun penari yang melakukan rias wajah hanya kelompok jaranan dan bendera.

Tata rias yang dilakukan oleh penari jaranan dan bendera termasuk dalam tata rias korektif atau rias yang memperkuat garis-garis wajah [14]. Garis wajah yang dikuatkan dengan riasan antara lain alis, garis mata, garis bibir, dan bayangan hidung. Alat rias yang digunakan antara lain bedak dasar, bedak padat, pidih hitam, blush on, dan lipstick. Setiap pemain sudah dapat membuat riasan sendiri sesuai dengan peran kelompoknya. Pada penari barongan, macan, buto, dan ayam tidak melakukan rias wajah karena menggunakan topeng.

Tata busana yang dipakai pemain jaranan dan bendera antara lain *ikat kepala*, *jamang*, *simbar dada*, *manset hitam*, *klat bahu*, *poles*, *sabuk*, *epek timang*, *sampur*, *celana*, *jarik*, *gongseng*, dan sandal. Warna pada setiap kostum juga beragam, ada merah, hitam, biru dan kuning emas. Pada penari bendera ada tambahan bendera sepanjang 2,5 meter dengan warna merah, putih, hijau, biru, kuning, hitam. Pada beberapa kelompok tari seperti naga barong dan ayam, tidak memakai rias wajah, tetapi langsung memakai busana yang sesuai dengan perannya. Busana pada penari naga barong dan ayam adalah satu set baju dan celana yang dibuat khusus untuk karakter naga barong dan ayam, kemudian ditambah topeng yang dipakai seperti *helm* sehingga menutupi semua bagian kepala.

Pada penari buto, memakai celana pendek, *jarik*, *sabuk*, *epek timang*, *sampur*, *celana*, *gongseng*, dan topeng yang menutupi semua bagian kepala. Penari buto tidak memakai baju agar terkesan liar, menakutkan, dan berbahaya. Pada penari barongan juga tidak memakai rias wajah, tetapi hanya memakai celana panjang yang warnanya disesuaikan dengan barongan yang dimainkan, memakai sepatu, lalu langsung memakai topeng barongan sepanjang 2,5 meter. Satu orang mengangkat bagian kepala, satu orang mengangkat bagian ekor.

Barongan menjadi kostum yang paling berat untuk dimainkan. Beratnya sekitar 5 kg sehingga dibutuhkan tenaga yang besar dan kuat untuk memainkan barongan.

KESIMPULAN

Bentuk pertunjukan Barongan Kusumojoyo berbeda pada setiap pementasannya, tergantung pada keperluan acara dan tujuan pertunjukan tersebut. Masyarakat perlu mengetahui perbedaannya agar dapat memahami tujuan acara dan isi pertunjukan barongan yang dipentaskan. Bagi kelompok barongan lain juga penting untuk memahami perbedaan bentuk pertunjukan berdasarkan tujuan acara agar dapat meningkatkan kualitas pertunjukannya. Bagi kelompok Barongan Kusumojoyo, ketika acara hiburan hal yang terpenting adalah masyarakat dan sponsor bisa terhibur, senang dan puas pada pertunjukan Barongan Kusumojoyo.

SARAN

Bagi kelompok Barongan Kusumojoyo untuk terus berkreasi dan mengembangkan pertunjukannya baik dari segi cerita, gerak, musik, rias, busana, properti, dan atraksi. Seni pertunjukan kerakyatan selain untuk fungsi ritual juga perlu dikembangkan untuk fungsi estetis dan hiburan, agar keberadaannya terus ada dan diterima masyarakat yang juga terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]M. I. Murni, E. S., Rohidi, T. R., & Syarif, "Topeng Seni Barongan di Kendayakan Tegal: Ekspresi Simbolik Budaya Masyarakat Pesisiran," *Chatarsis J. Art Educ.*, vol. 5, no. 2, pp. 150–159, 2016.
- [2]A. M. Irianto, "Kesenian Tradisional Sebagai Sarana Strategi kebudayaan di Tengah Determinasi Teknologi Komunikasi," *Nusa J. Ilmu Bhs. dan Sastra*, vol. 12, no. 1, pp. 90–100, 2017.
- [3]Karyono, "Model Pertunjukan Barongan Anak Sebagai Transmisi Budaya Daerah," *J. Greget*, vol. 12, no. 2, pp. 171–185, 2013.
- [4]Koentjaraningrat, *Sejarah Teori Antropologi*. Jakarta: Universitas Indonesia, 1999.
- [5]I. G. Sudiana, "Desakralisasi Tari Barong dalam Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Bali," *Akad. J. Kebud.*, vol. 4, no. 1, pp. 41–55, 2006.
- [6]A. P. Dewi, "Komodifikasi Tari Barong di Pulau Bali: Seni Berdasarkan Karakter Pariwisata," *Panggung*, vol. 26, no. 3, pp. 222–233, 2016.
- [7]T. R. Rohidi, *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara, 2011.
- [8]A. Cahyono, "Seni Pertunjukan Arak-arakan dalam Upacara Tradisional Dugdheran di Kota Semarang," *Harmon. J. Pengetah. dan Pemikir. Seni*, vol. 7, no. 3, pp. 67–77, 2006.
- [9]H. Kusmayati, *Arak-arakan Seni Pertunjukan dalam Upacara Tradisional di Madura*. Yogyakarta: Tarawang Press, 2000.
- [10]U. Guntaris, E., Cahyono, A., & Utomo, "No TitlThe Change of Forms and The Value of Dance Performance of Barongan Risang Guntur Seto," *Chatarsis J. Art Educ.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–10, 2019.
- [11]U. T. Utina, "Struktur Pertunjukan Barongan Pada Ritual Sedekah Bumi di Desa Ledok Kabupaten Blora," *J. Pelataran Seni*, vol. 5, no. 1, pp. 29–45, 2020.
- [12]Soedarsono, *Seni Pertunjukan Indonesia di Era Globalisasi*. Yogyakarta: UGM Press, 2002.
- [13]M. Jazuli, *Pendidikan Seni Budaya Suplemen Pembelajaran Seni Tari*. Semarang: Unnes Press, 2007.
- [14]R. Hidajat, *Tari Pendidikan: Pengajaran Seni Tari untuk Pendidikan*. Yogyakarta: Media Kreativa, 2019.

Visualisasi Penokohan Purasara Dalam Hikayat Purasara Sebagai Penanda Jejak Pertunjukan Wayang Kulit Pada Abad Ke-19

Putri Melina Febrianti^{1*}, Mamlahatun Buduroh²

¹Program Studi Indonesia, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Email: putrimelinafebrianti@gmail.com

²Program Studi Indonesia, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Email: mamlahfuadi@gmail.com

* Penulis Korespondensi: E-mail: putrimelinafebrianti@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini membahas visualisasi tokoh Purasara, Rara Amis, dan Semar dalam cerita dan pertunjukan wayang. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana hubungan cerita dan visual Purasara dalam naskah Melayu klasik, wayang kulit Jawa, dan wayang kulit Betawi. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kaitan antara *Hikayat Purasara* di Betawi dengan pertunjukan wayang di Jawa. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka untuk penelusuran sumber dan penelitian lapangan untuk observasi dan wawancara. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan sastra bandingan untuk mengkaji keterkaitan antara cerita dan visual Purasara dari tiga korpus, yaitu *Hikayat Purasara*, lakon “Purasara” gaya Yogyakarta, dan koleksi wayang kulit Betawi milik sanggar Marga Juwita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cerita dan ilustrasi tokoh wayang baik dalam *Hikayat Purasara* maupun wayang kulit Betawi dipengaruhi oleh wayang kulit Jawa. Selain itu, melalui visual yang terdapat dalam tiga korpus tersebut ditemukan adanya pola bentuk penggambaran anatomi yang serupa di antara tokoh-tokoh tersebut. Akan tetapi, terdapat kekhasan pada visual tokoh wayang Betawi yang terlihat pada segi pewarnaan yang lebih terang, penggambaran atau tatahan dengan garis lebih tegas dan tebal, dan penyesuaian dengan prinsip agama masyarakat Betawi.

Kata Kunci: Ilustrasi Naskah; Penokohan; Sastra Bandingan; Visualisasi; Wayang Betawi

Abstract: This study discusses the visualization of the characters Purasara, Rara Amis, and Semar in wayang stories and performances. It raises the question of how the story and visuals of Purasara are related in classical Malay scripts, Javanese wayang, and Betawi wayang. In this regard, this study aims to describe the relationship between *Hikayat Purasara* in Betawi culture and Javanese wayang performances. This study was conducted using qualitative methods with literature study for source tracing, while field research was used in the form of observations and interviews. The data obtained was analyzed by comparing literature in order to examine the relationship between the story and visualization of Purasara from three corpuses, namely *Hikayat Purasara*, the “Purasara” play performed in the Yogyakarta style, and a collection of Betawi shadow puppets belonging to the studio Marga Juwita. The results showed that the stories and illustrations of wayang characters in both the *Hikayat Purasara* and in Betawi shadow puppets were influenced by Javanese wayang. Furthermore, through the visuals contained in the three corpuses, it was found that there were similar patterns of anatomical depiction among the characters. However, there is a peculiarity in Betawi wayang visuals, which can be seen in terms of its lighter coloring, the firmer and thicker lines used in depictions or inlays, and adjustments made to adhere to the religious principles of the Betawi people.

Keywords: Characterizations; Comparative Literature; Script Illustrations; Wayang Betawi

PENDAHULUAN

Wayang kulit Betawi adalah salah satu kesenian yang dimiliki oleh suku Betawi. Kesenian ini menampilkan lakon yang diambil dari kitab *Mahabharata*. Cerita wayang disampaikan dengan bahasa Betawi *klotokan*, bahasa Sunda, dan bahasa Jawa. Saat ini, eksistensi wayang kulit Betawi

mengalami penurunan. Hal itu berbeda dengan kebudayaan Betawi lainnya, seperti *ondel-ondel* atau palang pintu yang masih sering dijumpai. Namun, ada beberapa sanggar wayang Betawi yang masih bertahan untuk menjaga eksistensi wayang Betawi, salah satunya Sanggar Wayang Betawi Marga Juwita. Sanggar ini menjadi satu-satunya

sanggar wayang Betawi di Jakarta Selatan. Wayang terdiri atas dua kata, *wa* dan *hyang* yang berarti 'keturunan yang ilahi'. Kata *wayang* dalam bahasa Jawa Kuna, berarti 'bayang-bayang'. Dari kedua pengertian tersebut terlihat bahwa wayang merupakan kesenian yang medianya adalah bayang-bayang. Bayang-bayang tersebut muncul dari boneka yang dimainkan dalang. Boneka wayang dianggap sebagai kondisi 'tubuh tanpa roh' yang siap menjalankan cerita dari dalang [1]. Wayang merupakan salah satu budaya Jawa yang sudah cukup tua. Pada tahun 840, prasasti Jaha menyebut istilah *aringgit*, sebagai padanan kata *wayang*. Pada tahun 907, istilah dengan makna serupa ditemukan di prasasti Balitung, yakni *cmawayang buat hyang* [2]. Kini, wayang telah berkembang luas ke berbagai daerah di Nusantara dengan kekhasannya masing-masing. Ciri khas wayang dari berbagai daerah dapat dibedakan dari visual dan penggunaan bahasa dalam pertunjukan wayang. Wayang di Jawa Tengah dan Jawa Barat mempunyai kesamaan tokoh dan cerita, namun kedua wayang tersebut dapat dibedakan dari bahasa yang digunakan.

Lakon yang dimainkan dalam pementasan wayang salah satunya berasal dari epos *Mahabharata*. Epos ini merupakan salah satu epos besar yang dikenal dalam kesusastraan dunia. *Mahabharata* ditulis oleh seorang penyair bernama Bhagawan Wyasa. Beliau merupakan anak dari Purasara dan Satyawati. *Mahabharata* menyajikan cerita pertempuran keluarga Bharata yang dikisahkan melalui 18 parwa. Parwa-parwa tersebut adalah *Adiparwa*, *Sabhaparwa*, *Wanaparwa*, *Wirataparwa*, *Udyogaparwa*, *Bhismaparwa*, *Dronaparwa*, *Karnaparwa*, *Shalyaparwa*, *Sauptikaparwa*, *Striparwa*, *Shantiparwa*, *Anusasanaparwa*, *Ashmawadhikaparwa*, *Ashramawasikaparwa*, *Mausalaparwa*, *Mahaprasthanikaparwa*, dan *Swargarohanaparwa* [3]. Pada bagian *Adiparwa* dikisahkan mengenai asal-usul keluarga Bharata dan pada bagian ini pula kisah Purasara dijelaskan.

Wayang Betawi berasal dari wayang purwa yang mengalami perkembangan. Wayang Betawi tidak mengenal alur pertunjukan yang baku seperti wayang purwa. Pakem pada wayang Betawi

disesuaikan dengan pakem yang diperoleh dari guru masing-masing dalang. Dalam pertunjukan wayang Betawi, pertunjukan dapat dimulai langsung dengan *suluk* atau adegan *gara-gara*. Pada setiap pertunjukan wayang Betawi, Punakawan hadir sebagai tokoh yang memiliki cukup penting. Salah satu perannya adalah untuk menyampaikan kritik [4].

Wayang Betawi diperkirakan berasal dari wayang kulit Mataram yang dibawa saat kedatangan Sultan

Agung ke Batavia pada tahun 1628–1629. Namun, pernyataan ini perlu dikaji lebih mendalam karena tradisi wayang sudah ada sebelum kedatangan Sultan Agung. Selain itu, wilayah Batavia juga sudah pernah mendapat pengaruh Kerajaan Demak yang juga memiliki tradisi wayang. Jadi, ada kemungkinan wayang Betawi sudah muncul sebelum zaman Sultan Agung dan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman [5].

Perkembangan wayang Betawi dapat dilihat dari ciri fisik yang menyerupai wayang kulit purwa saat ini, namun ditambah dengan beberapa variasi. Wayang kulit Betawi lebih cenderung menyerupai wayang Jawa dengan ciri tangan wayang hampir menyentuh telapak kaki [6]. Wayang purwa Jawa kemungkinan masuk ke Betawi sebelum adanya pakem-pakem baku dalam pedalangan yang didukung oleh keraton.

Selain pada ciri fisik, pola pementasan dan lakon wayang Betawi juga berbeda dengan wayang Purwa. Wayang kulit Betawi juga tidak memiliki urutan pementasan seperti wayang purwa. Hal ini kemungkinan muncul karena wayang kulit Betawi berasal dari jenis wayang yang lebih tua ketika pakem pedalangan belum memiliki pola pementasan baku. Pola pementasan baku baru ada setelah Perjanjian Giyanti. Perjanjian ini menyebabkan Keraton Surakarta dan Yogyakarta memiliki pakemnya masing-masing [7].

Dalam hal lakon, wayang kulit Betawi memiliki dua jenis lakon, yaitu Pakem Kanda Keling dan Pakem Kanda Mataram. Pakem Kanda Keling berarti lakon pokok atau lakon yang bersumber dari *Mahabharata* dan *Ramayana* menurut versi Betawi. Namun, dalam kenyataannya lakon-lakon tersebut berasal dari kreasi seorang dalang yang diturunkan kepada generasi selanjutnya. Lalu, pakem Mataram merupakan pakem yang ada setelah pengaruh wayang Sunda. Hal ini terlihat dari penggunaan tokoh Punakawan Sunda, yaitu Cepot, Petruk, dan Gareng.

Tokoh Punakawan juga ditemukan pada pewayangan Betawi. Tokoh tersebut adalah Semar, Udel, Gareng, dan Cepot. Hal ini menunjukkan bahwa lakon carangan juga ditemukan pada pewayangan Betawi. Tokoh Punakawan dalam pewayangan Betawi memiliki peran penting untuk menyampaikan amanat sehingga pada wayang kulit Betawi tokoh Punakawan dapat muncul di berbagai episode.

Lakon carangan di Betawi muncul dari lakon lain yang diperoleh melalui pementasan wayang kulit. Penulis lakon carangan Betawi menuliskannya dalam naskah sebagai suatu rekaman dari pementasan. Hal ini dibuktikan pada bagian kolofon *Hikayat Asal Mulanya Wayang* yang ditulis oleh Muhammad Bakir. Berdasarkan keterangan yang terdapat di kolofon

disebutkan bahwa hikayat tersebut ditulis berdasarkan seorang kiai dalam di Kampung Jagal Pasar Senen [7]. Dari keterangan ini ditemukan perbedaan antara fungsi naskah wayang pada masyarakat Jawa dan Betawi. Naskah wayang di kebudayaan Jawa berfungsi sebagai sumber cerita untuk pertunjukan wayang. Namun, hikayat wayang di Betawi hadir karena pertunjukan wayang kulit. Kemudian, pertunjukan tersebut direkam ke dalam bentuk hikayat wayang. Munculnya perbedaan fungsi hikayat wayang di Betawi dan Jawa juga disebabkan oleh perbedaan tradisi penulisan. Pada tradisi penulisan hikayat di Melayu, hikayat ditulis dan disalin untuk disewakan [7]. Motif transaksional ini menyebabkan penulis dan penyalin naskah menulis naskah baru sesuai dengan minat masyarakat saat itu.

Selain munculnya usaha untuk menuliskan pementasan wayang ke dalam bentuk hikayat di Betawi, ditemukan pula usaha untuk mengubah cerita wayang Jawa sesuai dengan kreativitas pengarang [7]. Kebebasan pengarang untuk menggarap naskah wayang sesuai dengan ide yang dimiliki oleh pengarang atau penyalin dapat dilihat dari naskah-naskah yang dihasilkan oleh penyalin Betawi. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman penyalin terhadap cerita wayang Jawa. Hal tersebut dapat dihubungkan dengan kreativitas penulisan wayang yang menyesuaikan dengan perkembangan dan kondisi masyarakat.

Pada masa perkembangan sastra Melayu Klasik abad ke-19 di Betawi, seorang tokoh besar bernama Muhammad Bakir telah menghasilkan banyak karya sastra. Pada *Katalog Naskah Pecenongan Koleksi Perpustakaan Nasional: Sastra Betawi Abad ke-19*, setidaknya Bakir berhasil menyalin dan menghasilkan karya sebanyak 26 naskah. Dari 26 naskah yang ditulis oleh Bakir, terdapat beberapa jenis cerita, yaitu cerita petualangan, cerita wayang, cerita panji, cerita Islam, dan syair simbolik. Dalam jenis cerita wayang, Bakir telah menyalin dan menghasilkan sepuluh naskah dan salah satu naskah yang beliau hasilkan berjudul *Hikayat Purasara* [8].

Naskah *Hikayat Purasara* merupakan salah satu koleksi Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (PNRI) dengan nomor kode MI. 178. Naskah ini telah ditransliterasikan oleh Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2010. Hasil transliterasi dalam buku *Hikayat Wayang Arjuna dan Purasara* menjadi landasan penulis dalam penelitian kali ini. *Hikayat Purasara* merupakan cerita wayang yang berbentuk prosa. Naskah ini disalin oleh Muhammad Bakir pada akhir abad ke-19. *Hikayat Purasara* memiliki latar kisah yang serupa dengan dari epos *Mahabharata*, namun dengan beberapa perubahan. Hal tersebut dapat

dilihat pada tokoh Sentanu dan Purasara. Dalam kisah *Mahabharata*, kedua tokoh tersebut bukan merupakan kakak beradik namun dalam cerita ini, keduanya merupakan kakak beradik. Dengan adanya perbedaan tersebut, hikayat ini dapat disebut sebagai lakon carangan. Lakon carangan adalah cerita wayang yang dasarnya bersumber dari epos *Mahabharata* dan mengalami penyimpangan dalam cerita [9].

Penulisan cerita wayang pada koleksi karya Bakir merupakan jenis cerita yang paling mendominasi. Cerita wayang yang Bakir tulis merujuk pada cerita yang berkembang dari Jawa dengan perubahan dan penambahan pemahaman sesuai dengan kondisi sosial masyarakat Betawi. Jika dibandingkan dengan cerita *Mahabharata* versi India dan Jawa, *Hikayat Purasara* versi Bakir juga memiliki perbedaan dari segi cerita dan visual.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini menggambarkan hubungan cerita Purasara dalam *Hikayat Purasara* versi Betawi dengan lakon wayang kulit gaya Yogyakarta. Oleh karena itu, penulis membandingkan cerita dan visual tokoh Purasara, Rara Amis, dan Punakawan dalam *Hikayat Purasara*, wayang kulit gaya Betawi, dan Yogyakarta. Berkaitan dengan itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan kaitan *Hikayat Purasara* di Betawi dengan tradisi pertunjukan wayang di Jawa. Hal tersebut dilakukan dengan menguraikan perbedaan dalam segi cerita dan visual tokoh wayang dari *Hikayat Purasara* versi Melayu dengan wayang kulit gaya Betawi dan Yogyakarta.

Pada penelitian ini pemilihan wayang Yogyakarta sebagai bahan perbandingan dengan wayang Betawi disebabkan ketersediaan data. Data pementasan wayang Purasara gaya Yogyakarta lebih mudah diperoleh oleh penulis karena data rekaman pementasan wayang Yogyakarta tersedia di *Youtube*.

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini mencakup dua hal, yaitu dalam ruang lingkup pendidikan dan masyarakat luas. Dalam lingkup pendidikan dan pewayangan, penelitian ini diharapkan dapat melacak pengaruh asal dari visual yang dimiliki oleh wayang Betawi pada *Hikayat Purasara* dan perbedaan cerita yang muncul dalam wayang Betawi dan Jawa. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada masyarakat luas, khususnya masyarakat Betawi dan Indonesia bahwa Betawi memiliki wayang yang patut dilestarikan dan dipelajari lebih lanjut. Penelitian ini juga menampilkan visualisasi motif-motif kain yang digunakan oleh para tokoh wayang. Motif-motif tersebut dapat dijadikan sumber inspirasi desain wastra.

Komunikasi visual yang diciptakan oleh Muhammad Bakir dalam ilustrasi ini untuk mempertegas isi cerita yang terdapat di dalamnya. Bentuk dan anatomi wayang dalam naskah merupakan hasil imajinasi dari

Muhammad Bakir [10]. Walaupun ilustrasi tersebut hasil imajinasi, ilustrasi yang digambar oleh Bakir tetap menunjukkan kekhasan tokoh-tokoh tersebut. Dari ilustrasi tersebut ditemukan makna yang selaras dengan teks. Komunikasi visual yang ada dalam *Hikayat Purasara* memunculkan persepsi visual yang berbeda bagi setiap orang yang membaca naskah ini. Visualisasi tersebut sebagai bentuk penegasan unsur cerita.

Dalam visualisasi *Hikayat Purasara* terdapat berbagai ilustrasi. Ilustrasi dan iluminasi pada naskah memiliki fungsi estetik dan ekonomis [11]. Fungsi estetik terlihat dari keindahannya yang ditampilkan karena adanya ilustrasi dan iluminasi pada naskah. Adapun fungsi ekonomi terkait dengan persoalan penyewaan naskah. Naskah-naskah Betawi yang ditulis oleh Muhammad Bakir biasanya disewakan kepada masyarakat. Oleh karena itu, adanya ilustrasi dan iluminasi dapat menjadi daya tarik bagi para pembaca untuk menyewa naskah tersebut.

Penelitian lain dari *Hikayat Purasara* telah dilakukan terkait unsur periteks dan epiteks. Dari hasil penelitian ini, unsur epiteks tidak ditemukan dalam naskah. Namun, enam elemen periteks ditemukan pada *Hikayat Purasara*, yaitu periteks publik berupa format penulisan dan sampul naskah, dedikasi, tanda-tanda dan catatan-catatan, nama pengarang, dan ilustrasi. Unsur epiteks tidak ditemukan dalam naskah disebabkan oleh *Hikayat Purasara* merupakan naskah terbitan pribadi sehingga tidak ditemukannya sarana promosi [12].

Penelitian terkait perbandingan cerita Purasara telah dilakukan oleh Husain pada skripsi berjudul *Hikajat Purasara*. *Hikayat Purasara* Ml. 178 dibandingkan dengan *Mahabharata* India, naskah Jawa Kuno, pakem wayang purwa, dan *Hikayat Asal Mulanya Wayang* Ml. 241. Berdasarkan hasil perbandingan tersebut ditemukan perbedaan alur cerita dan silsilah keluarga Purasara dari kelima versi cerita. Namun, cerita Purasara versi Jawa Kuno memiliki banyak persamaan dengan cerita Purasara menurut *Mahabharata* India [13].

Penelitian terdahulu terkait visualisasi tokoh wayang telah dilakukan oleh Nanang Prisandy, Lilik Indrawati, dan Ike Ratnawati dari Universitas Negeri Malang. Dalam penelitian berjudul “Perbedaan Visualisasi Atribut dan Struktur Tubuh Wayang Kulit Purwa pada Tokoh Antareja Gaya Surakarta dengan Gaya Yogyakarta” disebutkan bahwa anatomi tubuh Antareja dari kedua gaya Yogyakarta dan Surakarta memiliki perbedaan. Pada bagian struktur tubuh Antareja Yogyakarta, badan Antareja lebih besar, daripada badan Antareja gaya Surakarta. Selain itu, badan Antareja Yogyakarta bersisik ular, sedangkan badan Antareja Surakarta hanya polos warna emas atau gembeleng [14].

Struktur tubuh wayang tidak hanya berfungsi sebagai media untuk penghias cerita. Lebih dari itu, anggota tubuh wayang menunjukkan karakter dan sifat-sifat dari tokoh-tokoh di dalamnya. Tubuh wayang direpresentasikan dengan berbagai bentuk tubuh dan warna. Anatomi tubuh wayang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian atas, atau *irah-irahan*, bagian tengah atau *awak-awakan*, dan bagian bawah, atau *sikilan*. Bagian-bagian tersebut memiliki ciri khusus yang menjadi keunikan dari setiap tokoh [15].

Fungsi visualisasi juga diuraikan oleh Hidajat dalam penelitiannya mengenai visualisasi hewan pada relief Ramayana di Candi Prambanan menyebutkan. Dalam uraiannya, dia menyebutkan bahwa visualisasi gambar pada relief berfungsi mendukung alur cerita dengan bentuknya yang realistis. Selain itu, visualisasi hewan pada relief tersebut memiliki makna simbolis [16].

Visualisasi menjadi unsur penting untuk menambah daya tarik atau minat terhadap suatu objek. Dalam penelitian mengenai visualisasi pada iklan disebutkan bahwa unsur visual bekerja dalam menggiring imajinasi penonton. Oleh karena itu, visualisasi menjadi penting agar penonton menjadi tertarik dengan objek yang diiklankan [17].

Penelitian terhadap *Hikayat Purasara* yang penulis lakukan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam melihat ilustrasi pada naskah. Ilustrasi pada naskah *Hikayat Purasara* bukan hanya berperan dalam menunjang cerita dan menjadi daya tarik visual untuk pembaca. Lebih dari itu, ilustrasi pada naskah juga mempunyai arti penting sebagai penanda bentuk budaya. Dalam hal ini, pertunjukan wayang pada abad ke-19 di Betawi. Visualisasi dalam bentuk ilustrasi gambar-gambar tokoh wayang dengan berbagai atributnya menjadi penanda adanya pertunjukan wayang kulit pada masa tersebut. Visualisasi wayang kulit dalam naskah juga memperlihatkan atribut-atribut yang digunakan tokoh wayang kulit dalam bentuk hiasan dan pakaian.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode dari temuannya bertujuan mengungkapkan gejala kontekstual melalui pengumpulan data. Data pada penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka dengan penelusuran sumber dan penelitian lapangan dengan observasi dan wawancara.

Penulis melakukan beberapa tahap penelitian. Pada tahap pertama, penulis melakukan inventarisasi naskah dan mendata ilustrasi tokoh wayang pada naskah *Hikayat Purasara*. Tahap kedua, penulis membaca transliterasi naskah dan mendata alur cerita dalam *Hikayat Purasara*. Tahap ketiga, penulis menonton pertunjukan Lakon Wayang “Purasara” gaya Yogyakarta oleh Dalang Ki

Fari Aldaffa dan mendata alur cerita serta visualisasi tokoh. Tahap keempat, penulis melakukan penelitian lapangan bersama dosen pembimbing ke sanggar wayang Marga Juwita di Gang Udel No. 28, Jagakarsa, Jakarta Selatan pada Sabtu, 4 Juni 2022. Penelitian lapangan ini bertujuan untuk melihat eksistensi wayang Betawi, lakon Purasara, dan visualisasi tokoh wayang Purasara, Rara Amis, dan Punakawan. Setelah data terkumpul, penulis melakukan analisis perbandingan cerita dan visual dari Purasara berdasarkan pada naskah dan pada wayang kulit di Betawi dan Jawa. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan sastra bandingan. Teori sastra bandingan digunakan dalam membandingkan dua cerita, yaitu *Hikayat Purasara* Betawi dan lakon wayang "Purasara" Jawa. Sastra bandingan berusaha melihat perbedaan dan persamaan antara objek yang dibandingkan dan menemukan pengaruh antara keduanya. Sastra Melayu dan Sastra Jawa memiliki hubungan yang tidak dapat dihindarkan. Hubungan teks dan konteks pada karya sastra tersebut muncul berdasarkan kontak antara khazanah yang serumpun. Kontak yang telah terjalin lama dan memberi pengaruh. Hal ini dapat terlihat dengan hadirnya *Hikayat Purasara* dalam kesusastraan Melayu Betawi yang muncul berdasarkan pengaruh kesusastraan Jawa [18].

Perbandingan antara hikayat dengan lakon wayang membutuhkan kejelasan tersendiri karena perbedaan genre. Oleh karena adanya perbedaan genre, unsur yang akan dibandingkan perlu ditentukan. Perbandingan dengan perbedaan genre akan membandingkan secara tekstual. Sastra bandingan dalam perbandingan hikayat dan lakon wayang akan meneliti kesamaan dan pengaruh pada kedua cerita tersebut. Hal ini akan menunjukkan bahwa dari genre yang berbeda, mungkin akan ditemukan keterkaitan satu sama lain [18].

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Naskah *Hikayat Purasara*

Hikayat Purasara Ml. 178 merupakan salah satu koleksi Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (PNRI). Naskah ini telah dialihmediakan ke dalam bentuk mikrofilm dengan nomor rol 660.04 (Raden, 2017, hlm. 141.) Naskah ini juga telah ditransliterasikan oleh Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2010. Hasil transliterasi dalam buku *Hikayat Wayang Arjuna dan Purasara* menjadi landasan penulis dalam penelitian ini. Naskah *Hikayat Purasara* termasuk dalam sastra Betawi akhir abad ke-19. Naskah ini termasuk ke dalam cerita pewayangan yang berbentuk prosa dan merupakan naskah tunggal. *Hikayat Purasara* merupakan salah satu naskah yang disalin oleh Muhammad Bakir.

Dalam *Katalog Naskah Pecenongan Koleksi Perpustakaan Nasional: Sastra Betawi Abad ke-19* disebutkan bahwa naskah *Hikayat Purasara* terdiri atas 170 halaman. Cerita ini ditulis pada kertas Eropa bergaris dan setiap halaman kertasnya terdiri atas 17 baris. Kertas Eropa tersebut berukuran 33 × 19,5 cm. Pada kertas yang digunakan ditemukan tiga jenis cap kertas, yaitu singa berdiri dengan tulisan PRO PATRIA dan EENDRAGT MAAKT MAGT, GERHARD LOEBER, dan JOBST & C°. Kini, kertas naskah berwarna kecokelatan, lapuk, dan getas akibat keasaman. Lalu, naskah koyak pada sisi kurus. Naskah ditulis menggunakan tinta hitam yang kini berubah menjadi cokelat tua. Hingga kini, tulisan pada naskah masih dapat terbaca jelas. Angka Arab 1–150 digunakan untuk penomoran naskah. Pada naskah ditemukan dua halaman bernomor 127 dan disusul lima halaman kosong [8].

Hikayat Purasara memiliki 16 ilustrasi berwarna. Setiap ilustrasi digambar sehalaman penuh. Ilustrasi itu berupa gambar tokoh wayang dalam cerita. Gambar-gambar tersebut merupakan visualisasi adegan dalam alur cerita. Ilustrasi tersebut digambar menggunakan cat air berwarna kuning, merah, merah muda, biru muda, hijau, cokelat muda, ungu, dan hitam [8].

Selain ditemukannya ilustrasi, pada *Hikayat Purasara* juga ditemukan penggunaan bahasa Jawa. Teks secara keseluruhan ditulis menggunakan bahasa Melayu, namun pada beberapa bagian terdapat kalimat yang bercampur bahasa Jawa, misalnya *Lelakon ing lakon dadi lakon wewayangan, yang melakoni itu siapa, ora lelakon ora lakon ora wayang melainkan ing dalam kun, maka yang dadi lelakon itu yaitu kun*. Pada naskah ini tidak ditemukan kolofon, syair, dan keterangan informasi penyalinan. Hal ini disebabkan oleh ketidaklengkapan naskahnya. Namun, tanda tangan Muhammad Bakir ditemukan pada akhir naskah yang dapat menjelaskan bahwa naskah ini ditulis olehnya [8].

4.2 Perbandingan Cerita Purasara Jawa dan Betawi

Purasara merupakan salah seorang nenek moyang dalam silsilah Pandawa. Cerita mengenai Purasara dapat ditemukan dalam *Mahabharata* bagian *Adiparwa*. Dalam versi *Hikayat Purasara*, Purasara adalah anak dari Bagawan Sangkara dan Dewi Ismayati. Purasara memiliki dua kakak, yaitu Sentanu, kakak pertama dan Sambiwaru, kakak kedua. Purasara memiliki ketekunan dalam bertapa. Dalam pertapaannya, Purasara selalu ditemani oleh Punakawan, yaitu Semar, Gerubuk, dan Petruk. Saat menuju Gunung Parasu, Purasara bertemu dengan Dewi Rara Amis di Kali Bawan.

Cerita Purasara juga dipentaskan dalam lakon wayang kulit Jawa. Ada dua lakon mengenai Purasara yang banyak dimainkan dalam pertunjukan wayang

Jawa, yaitu “Lakon Purasara Krama” dan “Lakon Lahire Purasara.” Salah satu lakon wayang kulit Purasara dimainkan oleh dalang Ki Faro Aldaffa dari Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta dengan judul “Wayang Kulit 'Purasara' Gaya Yogyakarta.” Pertunjukan ini diunggah di kanal *Youtube* UPT Audio Visual ISI Yogyakarta pada 4 Januari 2019 [19].

a. Persamaan Cerita

Cerita Purasara berdasarkan *Hikayat Purasara* dan lakon wayang kulit “Purasara” gaya Yogyakarta yang dimainkan oleh Dalang Ki Fari Aldaffa memiliki persamaan cerita. Persamaan pertama adalah kehadiran tokoh Punakawan yang selalu mendampingi Purasara. Semar, dan Garubug, dan Petruk selalu bersama Purasara untuk melindungi, membantu, dan menasihati Purasara.

“*Pada suatu hari, Purasara mengadap pada Sentanu serta dihadap dengan ketiga pandakawannya yang bernama Semar, dan Garubug, dan Petruk itu.*” [20].

Kehadiran Punakawan pada perjalanan pertapaan dan ujian Purasara juga dapat dilihat pada lakon wayang kulit “Purasara” menit 44:50--52:49. Pada adegan itu Semar, Gareng, Petruk, Bagong mengunjungi Bambang Palasara setelah selesai bertapa. Bambang Palasara merasa kasihan karena terdapat sarang burung yang berisi anak burung di atas rambutnya. Bambang Palasara berniat untuk menemukan induk anak burung tersebut bersama Punakawan.

Persamaan kedua adalah pernikahan Purasara dengan Rara Amis. Pernikahan ini menjadi salah satu peristiwa penting dalam kelanjutan cerita Purasara. Dari pernikahan Purasara dan Rara Amis lahir Abiyasa yang akan menjadi penerus Purasara. Adegan pernikahan Purasara dan Rara Amis ditemukan pada cerita Purasara dari Betawi dan Yogyakarta. Pada menit 1:12:46--1:22:34 dari Lakon Wayang Kulit “Purasara” gaya Yogyakarta diperlihatkan adegan Bambang Palasara dan Dewi Durgandhini menikah hingga sang Dewi sedang mengandung. Adegan pernikahan itu juga ditemukan pada *Hikayat Purasara* dari Betawi.

“*Sekarang Kanjeng Rama hendak mendudakkan dangan Kanjeng Rama punya anak Dewi Raramis karena suda jodo anaku dangan Kanjeng Rama punya anak. Anakkulah yang pengharapan Kanjeng Rama akan menggantikan kerajaan dalam negeri Wirata. Maka Bagawan Wangsapati dan Dewi Wargawati terlalu amat sukacita hatinya itu melihat menantunya amat lemah lembut dangan suaranya amat merdu seperti merawankan hati berpatutan dangan istrinya itu.*” [20].

Persamaan ketiga adalah sifat sabar yang dapat dilihat pada tokoh Purasara baik pada versi Betawi maupun versi Jawa. Selain itu, Purasara diceritakan

sebagai ahli pengobatan. Purasara mampu menyembuhkan Rara Amis dari penyakit amis yang telah Rara Amis derita cukup lama. Kemampuan ini menjadi istimewa karena tidak ada ahli pengobatan lain yang dapat menyembuhkan Rara Amis, kecuali Purasara.

b. Perbedaan Cerita

Cerita Purasara berdasarkan *Hikayat Purasara* dan Lakon Wayang Kulit “Purasara” Gaya Yogyakarta yang dimainkan oleh Dalang Ki Fari Aldaffa memiliki perbedaan alur cerita. Dalam *Hikayat Purasara*, permulaan cerita diawali dengan pemaparan asal-usul Purasara. Purasara merupakan anak dari Bagawan Sangkara dan Dewi Ismayati. Purasara memiliki dua kakak, yaitu kakak pertama adalah Sentanu, kakak kedua adalah Sambiwara. Penjelasan mengenai keluarga Purasara tidak ditemukan pada lakon wayang kulit “Purasara.” Lakon dimulai dengan Prabu Ganjendramuka melakukan rapat negara dengan patih dan kerabat kerajaan. Isi rapat itu terkait Dewi Windradi yang belum mau melayani Sang Prabu. Dewi Windradi meminta Kedhaton Cempa harus dihiasi dengan beraneka berlian dan logam mulia dari dasar samudra. Patih Gajahsamuka curiga bahwa permintaan sang Dewi hanya untuk menolak cinta Prabu Gajendramuka. Sang Prabu ingin memenuhi permintaan Dewi Windradi. Sang Prabu memerintahkan seluruh prajurit untuk mencari logam mulia di dasar samudra. Kemudian terjadi pergantian latar zaman dan mulai membahas pertapaan Purasara.

Pada episode pertapaan, Purasara diuji oleh Dewa dengan berbagai godaan. Namun, penulis menemukan perbedaan godaan yang Purasara terima dalam versi *Hikayat Purasara* dengan Lakon wayang Kulit. Pada versi hikayat, Purasara diuji dengan empat rintangan. Sementara itu, pada versi lakon wayang Purasara hanya diuji dengan satu godaan. Batara Guru memerintahkan rakyatnya untuk turun ke dunia akan menggoda Purasara yang hendak pergi bertapa di atas Gunung Parasu. Purasara digoda terlebih dahulu untuk melihat kesabaran yang dimilikinya.

Dalam *Hikayat Purasara*, ujian pertama bagi Purasara adalah kehadiran Raksasa. Empat raksasa tersebut merupakan jelmaan Batara yang turun dari langit. Rupa raksasa itu sangat hitam, garang, bercaling, dan berjenggot. Raksasa turun bersama angin topan untuk menemui Purasara. Mereka berusaha memberhentikan perjalanan Purasara dan para Punakawan ke tempat pertapaan di atas Gunung Parasu.

Maka kata Purasara, "Hai Buta, engkau siapakah nama dan apakah sebabnya engkau berani memegat jalan? Aku sedang lagi berjalan, mengapakah engkau suruh berhenti? Dan apakah sebabnya dan apakah

dosamu?" Maka sahutnya raksasah itu, "Akulah yang menjaga hutan ini dan akulah yang menjadi bekal di dalam hutan ini karena sahajanya // telah adat biasahku silap yang lewat di dalam hutan ini aku mesti rampas perbekalannya atawa makanannya." [20].

Purasara bersama tiga Punakawannya, yaitu Semar, Garubug, dan Petruk berusaha mengalahkan keempat raksasa tersebut. Purasara menggunakan kerisnya untuk menghunus raksasa. Namun, raksasa tersebut tidak terkalahkan. Setelah beberapa saat pertempuran, Purasara dan tiga Punakawannya berhasil membunuh raksasa tersebut.

Setelah kekalahannya, empat batara yang menyamar menjadi raksasa kembali ke kayangan. Mereka melaporkan bahwa godaan tersebut berhasil dilewati oleh Purasara. Batara Guru kembali memerintahkan batara lainnya untuk turun ke bumi dan menggoda Purasara. Empat batara menyamar menjadi binatang buas, yaitu macan, babi, gajah, dan naga.

"Maka pada ketika itu harimau itu pun lalu menerkam pada Purasara, lalu Purasara melompat ke kanan serta ditikamnya berbetulan perutnya. Maka lalu ditaboknya kerisnya itu terkena pada tangannya. Maka berhamburan dara maka harimau itu pun mengamuklah sana ke mari meneirang mana yang hampir habis diterkamnya. Maka babi itu pun memburu Lurah Garubug." [20].

Purasara bersama tiga Punakawannya kembali bertarung dan mengalahkan binatang buas ini. Purasara berhasil menghindari dari terkaman binatang buas dan berhasil membunuh binatang buas tersebut dengan kerisnya.

Setelah dua ujian yang diberikan oleh Batara Guru dalam perjalanan Purasara menuju puncak Gunung Parasu, akhirnya Purasara dan Punakawan berhasil sampai ke tempat pertapaan. Purasara memulai pertapaannya dan Punakawan menunggu Purasara. Ketiga Punakawan itu kemudian membangun gubuk dan bercocok tanam, seperti ubi jalar dan jagung. Setiap tiga bulan sekali, ketiga Punakawan itu kembali menemui Purasara yang sedang bertapa. Mereka setia menunggu Purasara hingga pertapaan itu selesai.

Pada masa pertapaannya, Sang Yang Punggung kembali menggoda Purasara dengan turun ke bumi bersama empat batara. Kelima batara tersebut menyamar menjadi perempuan cantik. Mereka berusaha menggagalkan pertapaan Purasara dengan menggelitik, mencubit, menggigit, dan mengusap Purasara. Namun, semua percobaan yang mereka lakukan ini tidak ada yang berhasil membangunkan Purasara.

"Maka kelimanya perempuan itu pun menggodalah serta dikiliknya dan dicubitnya dan digigitnya dan

diusapnya // Wunga Tapa itu serta katanya, "Raka Mas, sudahlah bangun kiranya! Marilah kita mau beradu! Jangan Raka Mas buat susah-susah hati. Marilah kita nan berbasuh." Maka tiada jua Wunga Tapa itu bangun. Janganlah berbalik, mendengar pun tiada seruan segala para putri itu, Maka hingga menjadi kesal sekaliannya para putri." [20].

Pada godaan terakhir, Purasara diganggu oleh delapan belas burung Perit. Burung Perit bersarang di atas kepala Purasara dan menimbulkan kebisingan selama bersarang di sana. Purasara merasa terganggu dari suara burung Perit itu dan Purasara bangun dari pertapaannya. Purasara teramat marah dan mengumpat kepada anak burung yang bersarang di atas kepalanya

Godaan dari burung juga ditemukan pada lakon wayang kulit "Purasara" gaya Yogyakarta. Dalam adegan pada menit 44:50–52:49, Purasara berniat untuk menemukan induk anak burung tersebut bersama Punakawan. Wecaci dan Wecaca merupakan induk burung tersebut. Purasara merasa bingung melihat Wecaca dan Wecaci yang didekati menjauh, namun jika dijauhi mendekat. Hal ini membuat *panasing* hati Bambang Purasara, seketika kedua burung itu dipanah olehnya. Kedua burung terpanah berubah wujud menjadi Bathara Guru dan Bathara Narada. Kedua dewa itu memuji Bambang Purasara yang rela membatalkan tapa demi mengembalikan anak burung. Mereka memberikan petunjuk bahwa Bambang Purasara akan menurunkan trah kesatria utama. Kemudian, kedua dewa itu kembali ke kahyangan. Bambang Purasara merasa harus mencari bangkai burung yang jatuh di barat Sungai Gangga. Bambang Purasara dan Punakawan berjalan menuju tempat tersebut.

Dari cerita mengenai godaan burung di pertapaan Purasara, penulis menemukan perbedaan pesan yang disampaikan oleh burung-burung itu dan respons yang diberikan oleh Purasara. Pada *Hikayat Purasara*, burung Perit dikirim oleh Batara Guru untuk menggoda Purasara dan Purasara gagal dalam pertapaannya karena gangguan dari burung Perit. Sementara itu, pada lakon wayang kulit "Purasara," tokoh burung Wecaca dan Wecaci berfungsi menyampaikan pesan tentang masa depan Purasara. Purasara memberhentikan pertapaannya untuk mengembalikan anak burung yang bersarang di kepalanya pada induknya. Pada versi hikayat, Purasara tidak menunjukkan kesabaran hatinya dalam menghadapi godaan yang dikirimkan oleh Batara Guru.

Setelah menyelesaikan tapanya, Purasara dan Punakawan kembali melanjutkan perjalanan. Namun, perjalanan harus terhenti sementara karena ada sungai besar yang membentang. Semar melihat seorang perempuan berparas cantik yang dapat menyeberangkan

Purasara dengan perahunya. Namun, perempuan tersebut memberi syarat untuk diobati dulu penyakit bau amisnya. Purasara menyiapkan kunyit yang sudah dihaluskan untuk mengobati Rara Amis. Ketika Purasara mengoleskan kunyit itu ke tubuh Rara Amis, Purasara jatuh hati. Setelah Rara Amis sembuh dari penyakit amisnya, Rara Amis mengajak Purasara menemui ayahnya, Wangsapati di Negeri Wirata.

“Maka segala binatang laut siluman seperti hudang dan kiwang, ikan dan mimi, serta masing-masing amat suka hatinya. Habis semuanya mengiringkan bawa perahu Kencana. Penuhlah di bawa perahu itu segala binatang yang menghantarkan” [20].

Pertemuan Purasara dan Rara Amis diceritakan secara berbeda pada lakon wayang kulit “Purasara.” Pada menit 59:41–1:12:46, Purasara bertemu dengan Rara Amis di Sungai Gangga Bambang Purasara terhenti di tepi Sungai Gangga karena melihat perahu di tengah sungai. Bambang Purasara hendak menaiki perahu tersebut untuk menyeberang Sungai Gangga. Tukang seberang perahu mengizinkan Bambang Purasara untuk menaiki perahu, namun ada syaratnya, yaitu ketika di tengah melihat sesuatu dan mencium bau amis harus membiarkannya. Bambang Purasara menyanggupi syarat itu. Ketika di tengah sungai terjadi keanehan berupa bau amis, Bambang Purasara merapalkan mantra Aji Sindung. Kemudian, angin besar memecahkan perahu itu. Bau amis tersebut berasal dari Dewi Rara Amis. Ajian Bambang Purasara menjadikan Dewi Rara Amis dapat diobati dan dihilangkan segala malapetaka. Perbedaan cerita terdapat pada kejadian setelah mengobati Rara Amis. Berdasarkan lakon wayang, hasil dari *ruwatan* atau pengobatan berubah menjadi manusia. *Yuyu* atau kepiting yang berada di dekat perahu Rara Amis berubah menjadi Dewi Rekatawati. Bau badan Rara Amis yang telah terbuang berubah menjadi Raden Gandamana. Alas tidur Dewi Rara Amis berubah menjadi Raden Rajamala. Penyakit kulit Dewi Rara Amis berubah menjadi Raden Setama. Peristiwa-peristiwa tersebut tidak ditemukan dalam *Hikayat Purasara*. Segala binatang siluman di sekitar perahu Rara Amis tidak berubah menjadi manusia, mereka hanya ikut mengantar Rara Amis dan Purasara ke istana milik Sentanu.

Purasara dan Rara Amis akhirnya menikah. Menurut *Hikayat Purasara*, Purasara dan Rara Amis tinggal di Istana Sentanu, kakak Purasara. Purasara menitipkan Rara Amis dengan tiga Punakawannya dan Purasara kembali keluar istana menuju gunung untuk bertapa. Dalam kerajaan milik Sentanu, Rara Amis hidup dengan penuh derita. Sentanu berusaha membujuk Rara Amis untuk menikah dengannya, padahal Sentanu sudah

memiliki istri dan anak. Raden Perbata anak dari Sentanu mencoba membunuh Rara Amis karena tidak terima dengan keputusan ayahnya. Dengan berbagai masalah yang menimpa Rara Amis di dalam, perempuan yang sedang mengandung itu pergi dari istana bersama Punakawan. Dalam perjalanan menelusuri hutan untuk mencari Purasara, Rara Amis melahirkan bayi bernama Abiyasa.

Cerita berbeda ditemukan pada lakon wayang “Purasara”. Pada menit 1:12:46–1:22:34, setelah Purasara menikah dengan Dewi Durgandini, Sang Dewi mengandung. Dewi mengidam untuk disediakan kerajaan dan istananya. Bambang Purasara lalu merapalkan mantra untuk membuka ajian Bambang Gutama dahulu. Seketika itu muncul kerajaan dan istananya yang sangat megah. Semar lalu memberi tahu bahwa negara ini merupakan negara Cempa yang kemudian diganti nama menjadi Grastinapura. Semar mengatakan bahwa negara ini merupakan milik Bambang Purasara karena telah dapat membuka ajian Bambang Gutama. Bambang Purasara lalu menjadi raja dengan gelar Prabu Dipa. Dewi Durgandini lalu melahirkan bayi laki-laki bernama Bambang Abiyasa.

Pada bagian penutup cerita menurut *Hikayat Purasara* dan lakon wayang kulit “Purasara,” Purasara dikisahkan melakukan pertarungan sengit. Namun muncul perbedaan terkait lawan yang dihadapi Purasara menurut kedua versi tersebut. Pada versi hikayat, Purasara harus bertarung melawan Sentanu saudaranya sendiri. Pertikaian tersebut muncul karena Purasara tidak setuju atas keinginan Sentanu untuk menikahi Dewi Durgandini atau Rara Amis. Perkelahian dahsyat ini berakhir atas bantuan Bathara Guru yang melerai mereka. Sementara itu, pada lakon wayang “Purasara,” Purasara bertarung melawan Durgandana, Kakak Rara Amis. Durgandana menyeret Prabu Dipa keluar kerajaan. Keduanya bertarung dengan sengit. Semar melerai keduanya dan menjelaskan kepada Raden Durgandana bahwa Bambang Purasara adalah orang yang mengobati Rara Amis dan telah menjadi suami Rara Amis. Raden Durgandana merasa salah dan memberi salam hormat. Bambang Purasara memerintahkan Raden Durgandana kembali ke Wiratha, namun Raden Durgandana meminta Dewi Rekatawati sebagai istrinya dan seluruh saudaranya menjadi abdi Wiratha.

Tabel 1. Perbedaan Cerita Purasara Betawi dan Jawa

Perbedaan	Hikayat Purasara	Lakon Purasara	Wayang
Pemulaan cerita	Pemaparan asal-usul keluarga Purasara	Latar zaman Gajahsamuka	Patih

Perbedaan	Hikayat Purasara	Lakon Purasara	Wayang
Ujian pada pertapaan Purasara	Purasara diuji dengan empat rintangan, yaitu raksasa, binatang buas, perempuan cantik, dan burung Perit	Purasara diuji oleh burung Wecaca Wecaci	
Respons terhadap ujian dari burung	Purasara marah dan merasa terganggu	Mengembalikan anak burung yang bersarang di kepalanya pada induknya	
Tempat Bertemu Rara Amis	Sungai Begawan	Sungai Gangga	
Pengobatan Rara Amis	Penyakit Rara Amis tidak berubah menjadi manusia.	Setelah pengobatan Rara Amis, benda di sekitarnya berubah menjadi empat orang manusia, yaitu Dewi Rekatawati, Raden Gandamana, Raden Rajamala, dan Raden Setama.	
Peristiwa setelah Purasara dan Rara Amis menikah	Purasara dan Rara Amis tinggal di Istana milik Sentanu, kakak Purasara	Purasara dan Rara Amis membangun kerajaan dan istana bernama Grastinapura.	
Kisah Pertarungan	Purasara bertarung melawan Sentanu, kakak Purasara, karena Sentanu ingin menikahi Rara Amis.	Purasara bertarung melawan Durgandhana, saudara Rara Amis, karena Purasara dianggap menculik Rara Amis.	

Sumber: Febrianti, 2022

Berdasarkan uraian di atas, sebab munculnya perbedaan cerita selain karena kreativitas pengarang [7]. Ada dua alasan lain terkait perbedaan tersebut. Pertama, naskah wayang lahir dan berkembang di pusat kebudayaannya, yaitu keraton. Semakin jauh dari pusat kebudayaan, semakin besar kemungkinan cerita mengalami perubahan. Kedua, adanya perubahan bentuk cerita yang semula disampaikan secara lisan berubah ke bentuk tulisan [7]. Perubahan ini juga mengakibatkan munculnya perbedaan pada alur penceritaan. Namun, secara keseluruhan baik cerita Purasara versi Betawi maupun versi Jawa tetap memiliki inti cerita yang sama,

yaitu ujian kesabaran Purasara dalam pertapaan dan kisah Purasara bersama Rara Amis.

4.3 Karakteristik Visualisasi Tokoh Purasara, Rara Amis, dan Semar

Sanggar Wayang Betawi Marga Juwita berdiri sejak tahun 1960 yang dibentuk oleh Ki Surya Bonang. Setelah Ki Surya Bonang berpulang pada 2013, sanggar Marga Juwita dikelola oleh anak pertamanya, Jaya Bonang. Beliau bertugas sebagai manajer sanggar. Lalu, Ki Bonang Jaya, murid dari Ki Surya Bonang, menjadi dalang. Kini, sanggar Marga Juwita memiliki banyak anggota tidak tetap yang tersebar di berbagai wilayah di Jabodetabek. Anggota lain, seperti sinden dan pemain gambang kromong, akan dipanggil hanya saat ada jadwal pementasan. Demi mempertahankan kesenian ini, Jaya Bonang juga sedang mendidik anak muda di sekitar lingkungannya untuk belajar musik pengiring dari pementasan wayang Betawi.

Koleksi wayang kulit milik sanggar Marga Juwita berasal dari peninggalan Ki Surya Bonang. Setengah dari koleksi tersebut merupakan wayang kulit yang dibeli di Jawa, kemudian dimodifikasi untuk memunculkan ciri khas dari wayang kulit Betawi. Pembelian wayang kulit Jawa disebabkan oleh koleksi wayang Betawi yang lapuk atau rusak. Koleksi yang rusak tersebut tidak dapat dibuat kembali di Jakarta karena keterbatasan alat dan bahan.

Wayang kulit Betawi dengan wayang kulit Jawa memiliki perbedaan. Dari segi tataan, wayang kulit Betawi memiliki tataan yang lebih kasar dibandingkan dengan wayang kulit Jawa. Lalu, pewarnaan pada wayang kulit Betawi menggunakan cat air, sedangkan wayang Jawa menggunakan cat minyak. Wayang kulit Betawi menggunakan kayu sebagai gagang untuk penyanggah wayang, sedangkan wayang kulit Jawa menggunakan tulang. Perbandingan lebih lanjut mengenai wayang kulit Betawi dan wayang Jawa dengan fokus pada tiga tokoh, yaitu Purasara, Rara Amis, dan Punakawan dijelaskan sebagai berikut.

a. Purasara



Gambar 1. Wayang Purasara versi *Hikayat Purasara* Ml. 178

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Wayang Purasara versi Wayang Kulit Betawi
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. Wayang Purasara versi Wayang Kulit Yogyakarta
Sumber: Hadipradono.com

Hikayat Purasara menampilkan visual tokoh Purasara bermata *barak ngirit*¹, berhidung *ambangir*², dan bermulut *damis*.³ Pada bagian kepala, Purasara mengenakan *makuta*.⁴ Tangan kanan dan kiri Purasara mengenakan *kelat bau*⁵ di bagian atas dan gelang *putran*⁶ di kedua pergelangan tangan. Bagian telapak tangan Purasara berbentuk *dridji djalma*⁷, Purasara mengenakan *ulur-ulur satria*⁸ dan kain jarik berjenis *suku bambang*⁹.

¹ Kecil dan sedikit memejam. Keterangan mengenai unsur-unsur visual dalam wayang mengacu pada Junaidi (2018)

² Lurus dan runcing

³ Mulut tertutup tampak gigi atasnya

⁴ Mahkota

⁵ Jenis hiasan yang dipakai pada bagian lengan yang menunjukkan tingkat jabatan

⁶ Gelang untuk putra raja

⁷ Tiga jari melengkung ke bawah dan telunjuk melingkar, sedangkan jempol lurus

⁸ Hiasan pada leher yang menjuntai untuk golongan satria

⁹ Busana bagian bawah yang menggunakan kain sampur dan dipakai oleh putra raja

Kaki Purasara digambarkan tertutup. Penggunaan kain bokongan pada pakaian bagian bawah menunjukkan bahwa tokoh Purasara merupakan tokoh yang halus.

Sementara itu, pada wayang kulit gaya Yogyakarta, Purasara digambarkan berbeda dengan versi *Hikayat Purasara*. Penulis menemukan lima perbedaan penggambaran tokoh Purasara versi wayang kulit. Pada bagian kepala, Purasara versi wayang kulit gaya Yogyakarta berbentuk *ngore gimbal*¹⁰. Kemudian, kedua lengan Purasara tidak dilengkapi dengan gelang dan *kelat bau*. Kain Jarik yang digunakan Purasara versi wayang kulit berbentuk *bokongan satrija*¹¹. Terakhir, kaki Purasara gaya Yogyakarta dalam keadaan tertutup.

Pada tokoh Purasara versi wayang kulit Betawi, gaya rambut yang digunakan adalah *gelung minangkara*¹². Kemudian, wajahnya berwarna hitam dan tubuhnya berwarna emas. Dahi Purasara gaya Betawi berbentuk *Bathukan*¹³. Hal ini juga ditemukan pada gaya Yogyakarta dan versi *Hikayat Purasara*. Bagian alis Purasara berjenis *celakan*¹⁴. Mata berbentuk *gabahan* atau *liyepan*¹⁵. Hidung Purasara menyerupai *walmingir*¹⁶. Mulutnya berbentuk *mingkem*¹⁷ dengan bibir berwarna merah seperti menginang. Wujud wajah tokoh Purasara seperti manusia dengan leher *gelon*¹⁸ rebah. Pandangannya menunduk dengan bahu *pajeg*¹⁹. Tangan Purasara membentuk *nyempurit*, tiga jarinya melengkung ke bawah dan telunjuknya melingkar. Bagian tubuh dan perutnya kurus dan kecil. Kakinya berbentuk *sikilan manungsa*²⁰ dengan sikap *sikilan bokongan bunder*²¹, menyesuaikan dengan kain bokongan yang dipakainya.

¹⁰ Rambut di belakang yang jatuh terurai sampai punggung

¹¹ Sarung keris jenis manggaran dengan untaian bunga yang dipakai oleh satria

¹² Sanggul lengkap

¹³ Memiliki ruang sempit di dahi

¹⁴ Melengkung dengan garis tipis berwarna hitam

¹⁵ Mata yang menyerupai padi

¹⁶ Pisau kecil

¹⁷ Tertutup

¹⁸ Kecil dan condong ke depan

¹⁹ Membentuk garis agak rata

²⁰ Bagian tubuh bagian bawah yang meliputi paha, lutut, betis, mata kaki, jari, telapak kaki, dan tumit

²¹ Jarak kaki depan dan belakang sempit karena memakai kain berbentuk bulat

Dari ketiga visual tokoh Purasara di atas, penulis menemukan visual Purasara versi *Hikayat Purasara* mendekati visual tokoh wayang kulit Purasara gaya Yogyakarta. Namun, penulis menemukan perbedaan mencolok pada Purasara versi Hikayat. Purasara pada hikayat menggunakan mahkota dan selendang. Hal ini disebabkan oleh tokoh Purasara versi hikayat memiliki kedudukan tinggi dalam cerita.

Lakon Purasara dalam wayang kulit Betawi tidak lagi ditemukan karena lakon tersebut bukan lakon yang sering dimainkan. Hal itu berbeda dengan wayang kulit Jawa. Hingga saat ini lakon wayang Purasara dapat ditemukan dengan mudah. Namun, pada naskah sastra klasik Betawi, cerita Purasara ditemukan. Hal ini memperkuat pernyataan Sudardi [7] bahwa naskah wayang di Betawi berfungsi sebagai rekaman dari suatu pementasan yang terjadi saat itu. Lakon wayang yang sering dipentaskan di Betawi adalah “Bambang Sinar Matahari”, “Barong Buta Sapujaga”, dan “Cepot Jadi Raja”.

b. RaraAmis



Gambar 4. Wayang Rara Amis versi Hikayat Purasara
Ml. 178

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 5. Wayang Rara Amis versi wayang kulit
Betawi

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 6. Wayang Rara Amis versi wayang kulit
Jawa

Sumber: Hadipradono.com

Hikayat Purasara menampilkan visual tokoh Rara Amis bermata *barak ngirit*, berhidung *ambangir*, dan bermulut *damis*. Pada bagian kepala, Rara Amis memiliki rambut *ngore gendhong*²². Bagian telapak tangan Rara Amis berbentuk *dridji djanma*.²³ Rara Amis mengenakan *putri selendang*. Kaki Rara Amis digambarkan tertutup. Sementara itu, pada wayang kulit gaya Yogyakarta, Rara Amis digambarkan berbeda dengan versi *Hikayat Purasara*. Penulis menemukan dua perbedaan penggambaran tokoh Rara Amis versi wayang Kulit. Tangan kanan dan kiri Purasara mengenakan *kelat bau* di bagian atas dan *gelang putran* di kedua pergelangan tangan.

Rara Amis gaya wayang kulit Betawi memiliki rambut yang serupa dengan yang tertera pada ilustrasi hikayat, yakni *ngore gendhong*. Dahi ketiga versi Rara Amis berbentuk *bathukan*, dahi yang memiliki celah. Lalu, ketiga versi ini memiliki mata jenis *liyepan* dengan alis *celakan*. Hidung bertipe *walmingir*, menyerupai pisau kecil. Mulut Rara Amis dalam tiga versi ini berbentuk mingkem dengan bibir *lambe kinangan*²⁴. Wujud wajahnya seperti manusia dengan leher lurus dan condong ke depan. Pandangan wajahnya mengarah ke bawah dan wajah berwarna emas. Bahunya berbentuk *pundhak pajeg* dengan tangan *nyempurit* dan dilengkapi dengan dua cincin di kedua tangan. Tubuh Rara Amis ramping dan kecil. Pada bagian kaki, sikap *sikilan* yang digunakan adalah *jangkah pajeg*²⁵. Rara Amis menggunakan kain jarik dan selendang. Penulis menemukan perbedaan arah sampiran kain jarik pada versi hikayat dan wayang kulit Betawi dengan versi wayang kulit Jawa. Sampiran kain jarik²⁶ wayang kulit Jawa mengarah ke belakang, sedangkan sampiran kain jarik versi hikayat dan wayang kulit Betawi mengarah ke depan.

²² Rambut di belakang yang jatuh terurai sampai punggung

²³ Tiga jari melengkung ke bawah dan telunjuk melingkar, sedangkan jempol luruh

²⁴ Bibir berwarna merah seperti orang menginang

²⁵ Kaki rapat

²⁶ Kain panjang

Dari ketiga versi tokoh Rara Amis, berdasarkan uraian sebelumnya dapat dikatakan bahwa visua tokoh wayang Rara Amis versi Betawi serupa dengan Rara Amis versi wayang kulit Betawi dan Jawa. Namun, penulis menemukan perbedaan menarik pada pakaian Rara Amis Betawi, Rara Amis tidak memakai kembangan²⁷. Namun, baju panjang berwarna ungu yang menutupi tubuh bagian atasnya hingga pergelangan tangan. Hal itu tidak ditemukan pada tokoh Rara Amis di naskah Hikayat Purasara dan wayang kulit Jawa. Perbedaan ini menunjukkan bahwa wayang kulit Betawi melakukan penyesuaian visual tokoh sesuai dengan prinsip ajaran Islam yang dipercayai oleh masyarakat Betawi. Dalam ajaran Islam dikenal istilah aurat. Hal ini berbeda dengan Rara Amis versi hikayat dan versi wayang kulit Jawa.

Masuknya pengaruh Islam pada pewayangan Betawi juga terlihat pada karya sastra Betawi lainnya, yaitu Hikayat Pandawa. Dalam hikayat tersebut diceritakan bahwa masyarakat Betawi sudah meninggalkan kepercayaan terhadap dewa-dewa. Kebudayaan Betawi melakukan kontak dengan kebudayaan lainnya, termasuk dengan kebudayaan Islam. Ajaran Islam masuk secara perlahan ke dalam bentuk-bentuk kebudayaan Betawi. Penyesuaian kebudayaan terjadi seiring dengan perubahan prinsip kepercayaan masyarakat pada saat itu [21]. Mencermati perubahan visual Rara Amis wayang Betawi masa kini mempertegas bahwa kebudayaan Islam telah menjadi pedoman dalam masyarakat di Betawi.

c. Semar



Gambar 7. Wayang Semar versi *Hikayat Purasara* Ml. 178

Sumber: Dokumentasi Pribadi

²⁷ Kain penutup dada

²⁸ Menyerupai bola

²⁹ Rambut dipanjangkan di bagian depan dahi



Gambar 8. Wayang Semar Semar versi Wayang Kulit Betawi

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 9. Wayang Semar versi Wayang Kulit Jawa

Sumber: Hadipradono.com

Visualisasi Semar dalam naskah *Hikayat Purasara* digambarkan sebagai tokoh tua, gemuk, memiliki *kuncung* yang panjang, gemuk, berkulit hitam. Pada bagian mulutnya terlihat gigi bawahnya. Sementara itu, mata Semar berbentuk *Plerokan*²⁸. Semar mengenakan jarik pada bagian bawah tubuhnya. Pada wayang kulit gaya Yogyakarta, penulis melihat banyak kesamaan secara fisik dari tokoh Semar yang ada dalam *Hikayat Purasara*. Namun, penulis menemukan dua perbedaan mencolok, yaitu *kuncung*²⁹ Semar dalam *Hikayat Purasara* lebih tinggi daripada wayang kulit gaya Yogyakarta. Selain itu, Badan Semar pada versi *Hikayat Purasara* lebih kurus dibandingkan dengan Semar dalam wayang kulit gaya Yogyakarta. Sementara itu, ilustrasi Semar pada *Hikayat Purasara* yang memiliki *kuncung* panjang dan badan lebih kurus tidak ditemukan pada wayang kulit Betawi. Semar wayang kulit Betawi memiliki *kuncung* pendek dan dahi *lengar*, besar. Matanya berbentuk *kolikan*³⁰ dengan alis berbentuk *ketian*³¹. Hidungnya berbentuk *pesekan sumpel*³².

³⁰ Menyerupai bola hanya tampak separuh, seperti mata burung kolik

³¹ Melengkung dengan garis lengkung tebal

³² Kecil agak mendongak

Mulutnya terbuka *mlengeh*³³ dengan bibir *gusen gumbe*³⁴. Semar memiliki satu gigi yang terlihat disebut *pethelan*. Badan Semar berwarna hitam, *bunder*³⁵, dengan perut kendur kurang berotot. Tangannya berbentuk jari menunjuk dan sikap sikilan berbentuk *kethek*³⁶. Ketiga versi Semar memakai kain *bebetan*³⁷ dan menggunakan aksesoris gelang, sumping³⁸, dan subang³⁹. Dari ketiga versi Semar pada uraian di atas dapat terlihat bahwa Semar pada wayang kulit Betawi mendapat pengaruh besar dari wayang kulit Jawa. Sementara itu, ilustrasi Semar pada *Hikayat Purasara* dipengaruhi oleh Semar gaya Cirebon. Pengaruh tersebut terlihat pada *kuncung* yang lebih tinggi dan badan yang lebih kurus daripada Semar pada wayang kulit Jawa dan Betawi [22].

Etnik Betawi yang dikenal saat ini memiliki sejarah panjang dalam terbentuknya etnik tersebut. Sejak lebih dari 400 tahun yang lalu, masyarakat Betawi melewati proses pembauran dengan kebudayaan lain sehingga menghasilkan kebudayaan masyarakat Betawi seperti yang dikenal saat ini. Masyarakat Betawi berasimilasi dengan berbagai unsur budaya berbagai bangsa, dan suku bangsa yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia [23]. Dari bercampurnya berbagai suku bangsa dalam kebudayaan Betawi, lahirlah bentuk kebudayaan baru dan memunculkan kekhasan dalam kebudayaan Betawi itu sendiri.

Kekhasan kebudayaan Betawi dapat dilihat salah satunya pada wayang kulit Betawi. Secara visual, wayang kulit Betawi memiliki tatahan yang kasar dan garis-garis tegas dan tebal dalam menggambarkan anatomi tubuh. Hal ini berbeda dengan wayang kulit Jawa yang memiliki tatahan dan guratan halus. Kekhasan ini muncul karena sifat dan gaya komunikasi masyarakat Betawi yang terbuka dan apa adanya [24]. Alasan ini juga diungkapkan oleh dalang wayang kulit Betawi Jaya Bonang bahwa penampilan wayang Betawi lebih kasar karena menyesuaikan dengan gaya komunikasi masyarakat Betawi yang *blak-blakan*. Selain itu, pada wayang Betawi dapat dilihat pula penggunaan warna cat yang terang pada tokoh Rara Amis, Udel, dan Gareng. Warna-warna mencolok ini juga dapat dilihat pada bentuk kebudayaan Betawi lainnya, seperti ondel-ondel dan pakaian penari tradisional Betawi. Hal ini menunjukkan bahwa kultur masyarakat Betawi cenderung menyukai warna-warna yang mencolok. Lalu, kekhasan wayang Betawi dapat dilihat dari pakaian tokoh Rara Amis. Sesuai dengan pembahasan sebelumnya, Rara Amis pada wayang Betawi menggunakan pakaian lengan panjang dan lebih tertutup

daripada wayang Jawa. Hal ini berdasarkan pola kehidupan masyarakat Betawi yang dekat dengan agama Islam. Islam dan Betawi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Bahkan sebutan “Betawi” hanya dapat digunakan oleh penduduk asli yang beragama Islam [25].



Gambar 10. Punakawan versi Wayang Kulit Betawi
Sumber: Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

Hikayat Purasara adalah hikayat bertema wayang. Naskah ini ditulis oleh Muhammad Bakir yang dibuktikan dengan adanya tanda tangan Bakir di akhir naskah. *Hikayat Purasara* bercerita tentang perjalanan pertapaan Purasara, ujian kesabaran untuk Purasara, dan kisah Purasara dan Rara Amis. Dalam hikayat ini terdapat 16 ilustrasi tokoh wayang. Ilustrasi ini berfungsi untuk membantu memvisualisasikan cerita. Tokoh-tokoh tersebut digambar berdasarkan pengalaman Bakir dalam melihat pertunjukan wayang dan juga ditambahkan dengan kreativitasnya. Hal itu menunjukkan bahwa visualisasi tersebut sebagai tanda adanya pertunjukan wayang kulit di Betawi pada abad ke-19.

Cerita dan visual tokoh Purasara, Rara Amis, dan Punakawan dalam *Hikayat Purasara* memiliki kaitan dengan wayang kulit gaya Betawi dan Yogyakarta. Pada alur cerita *Purasara* ditemukan perbedaan antara hikayat dan lakon wayang Yogyakarta. Perbedaan tersebut ada pada permulaan cerita, ujian pada pertapaan Purasara, respons terhadap ujian dari burung, jumlah anak Purasara dan Rara Amis, peristiwa setelah Purasara dan Rara Amis menikah, dan kisah pertarungan. Perbedaan ini muncul karena adanya kreativitas penulis dan adanya perubahan penyampaian cerita, dari yang dituturkan kemudian dituliskan.

Dari segi visual tokoh Purasara, Rara Amis, dan Punakawan dalam *Hikayat Purasara* memiliki hubungan dengan wayang kulit gaya Betawi dan Yogyakarta. Hubungan tersebut dapat dilihat dari anatomi wajah,

³³ Mulut sedikit terbuka terlihat seperti melongo

³⁴ Gusi terlihat

³⁵ Bulat

³⁶ Bagian bawah kaki yang terlihat terlihat betis, jari, telapak kaki, dan tumit

³⁷ Memakai kain sarung

³⁸ Perhiasan di sekitar telinga

³⁹ Anting

tubuh, dan pakaian yang memiliki kesamaan. Namun, Purasara gaya Betawi tetap memiliki perbedaan dengan Purasara gaya Jawa. Dalam versi hikayat, Purasara menggunakan mahkota dan selendang. Hal ini menunjukkan tokoh Purasara dalam hikayat Betawi memiliki kedudukan tinggi. Penggambaran kedudukan Purasara yang diagungkan ini tidak ditemukan dan lakon wayang Jawa.

Perbedaan visual juga terlihat dari segi tatahan dan teknik pewarnaan. Wayang kulit Betawi memiliki tatahan yang kasar dengan garis-garis tegas dan tebal dalam menggambarkan anatomi tubuh. Selanjutnya, pewarnaan wayang kulit Betawi menggunakan warna cat yang lebih terang dibandingkan dengan wayang kulit Jawa. Selain itu, visual tokoh wayang kulit Betawi telah disesuaikan sesuai dengan prinsip masyarakat Betawi berlandaskan ajaran Islam. Hal tersebut terlihat pada visual tokoh Rara Amis pada wayang kulit Betawi digambarkan menggunakan pakaian lebih tertutup daripada versi wayang kulit Jawa.

Penelitian terkait Purasara yang penulis lakukan masih memiliki kesempatan untuk diteliti lebih lanjut dalam visualisasi pakaian dan kain para tokoh. Penulis berharap penelitian lanjutan dapat membahas hal tersebut agar pengetahuan terkait Purasara dapat diketahui secara menyeluruh oleh masyarakat. Selain itu, studi wastra dapat mengungkap banyak hal tentang sosiokultural yang terdapat dalam pewayangan Purasara.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Groenendael, V. M. C. Dalang di Balik Wayang, 1st ed. Jakarta : Penerbit Grafiti, 1987.
- [2] Holt, C. Melacak Jejak-Jejak Perkembangan Seni di Indonesia. 1st ed. Bandung : Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, 2000.
- [3] Pendit, N.S. Mahabharata. 2nd ed. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- [4] Haryanto, S. Bayang-Bayang Adiluhung: Sejarah dan perkembangan Wayang. 1st ed. Jakarta : Penerbit Djambatan, 1995.
- [5] Ismunandar. Wayang: Asal-Usul dan Jenisnya. 1st ed. Semarang : Dahara Prize, 1994.
- [6] Mutholib, et al. Penelitian dan Penulisan Wayang kulit Betawi. 1st ed. Jakarta : Proyek Penelitian, Penggalan, Penulisan Sejarah Dinas Museum dan Sejarah DKI Jakarta, 1989.
- [7] Sudardi, B. Beberapa Jenis Wayang di Indonesia: Studi atas Wayang Bali, Wayang Adat, Wayang Betawi, dan Wayang Suluh. 1st ed. Jakarta : Badan Penerbit Sastra Indonesia, 2002.
- [8] Chambert-Loir, H., & Dewaki K. Katalog Naskah Pecenongan Koleksi Perpustakaan Nasional: Sastra Betawi Abad ke-19. 2nd ed. Jakarta : Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, 2013. [9] Sumardjo, J & Saini K.M. Apresiasi Kesusastraan. 1st ed. Jakarta : Penerbit PT Gramedia, 1992.
- [10] Raden, A.Z.M., & Andrijanto, M.S. "Komunikasi Visual Ilustrasi Wayang pada Naskah Sastra Betawi Abad ke-19," *J. Manassa*, vol. 7, no. 1, pp. 141–168, 2017.
- [11] Mu'jizah, "Naskah Betawi: Skriptorium dan Dekorasi Naskah," *J. Patanjala*, vol. 10, no. 2, pp. 153—170, 2018.
- [12] Sari, Yuni Kartika. Hikayat Purasara Karya Muhammad Bakir: Analisis Paratekstual Gerard Genette. 1st ed. Jakarta : Perpustakaan Press, 2020.
- [13] Husain, K. B. M. "Hikajat Purasara," B.A. thesis, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia, 1972.
- [14] Prisantyo, N., Lilik I., & Ike R, "Perbedaan Visualisasi Atribut dan Struktur Tubuh Wayang Kulit Purwa pada Tokoh Antareja Gaya Surakarta dengan Gaya Yogyakarta," *J. Art, Design, Art Education, and Culture*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2016.
- [15] Junaidi, & Dewanto S. Anatomi Wayang Kulit Purwa. 1st ed. Yogyakarta : BP ISI Yogyakarta, 2018.
- [16] Hidajat, H, "Visualisasi Hewan pada Relief Ramayana Candi Prambanan," *J. Titik imaji*, vol. 1, no. 1, pp. 46—53, 2018.
- [17] Munsur, I, "Analisis Visualisasi Iklan Minuman Segar melalui Pendekatan Relasi Unsur Objek (Studi Kasus: Iklan Sprite Versi Kenyataan yang Menyegarkan)," *J. Desain*, vol. 7 no. 3, pp. 243—256, 2020.
- [18] Endraswara, S. Metodologi sastra bandingan. 1st ed. Jakarta : Bukupop, 2014.
- [19] Aldaffa, F. (2019, Jan. 4) *Wayang Kulit 'Purasara' Gaya. Yogyakarta*. [Online]. Available : <https://youtu.be/fHKw8KdQS2M>
- [20] Sunardjo, N. et al. Hikayat wayang Arjuna dan Purusara. 1st ed. Jakarta : Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional, 2010.
- [21] Buduroh, M. Hikayat Pandawa: Transmisi Cerita Mahabharata dalam Tradisi Penyalinan Naskah Melayu di Betawi pada abad ke-19. 1st ed. Jakarta : Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, 2019.
- [22] Sudardi, B. Peran dan Makna Semar dalam Tradisi Nusantara. 1st ed. Surakarta : Sebelas Maret University Press, 2012.
- [23] Erwantoro, H, "Etnis Betawi: Kajian Historis," *J. Patanjala*, vol. 6, no. 1, pp. 1–16, 2014.
- [24] Halimatusa'diah, "Memahami Multikulturalisme Orang Betawi: Modal Kultural untuk Efektivitas Komunikasi Antarbudaya Masa Kini," *J. Komunika*, vol. 8, no. 1, pp. 44–52, 2021.
- [25] Al Fahmi, F. F, "Tinjauan Kritis Fenomena Habaib dalam Pandangan Masyarakat Betawi," *J. Islamika*, vol. 11, no. 2, pp. 47–64, 2017.

Pendekatan *Design Thinking* Dalam Perancangan Media Pembelajaran Berbasis *Mobile* “Teater Tradisional Indonesia”

Fuja Siti Fujiawati¹, Saida Ulfa², Henry Praherdhiono³

¹Pendidikan Seni Pertunjukan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia
Email: fujafujia@untirta.ac.id

²Teknologi Pembelajaran, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
Email: saida.ulfa@gmail.com

³Teknologi Pembelajaran, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
Email: henry.praherdhiono.fip@um.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: fujafujia@untirta.ac.id

Abstrak: Teater merupakan salah satu konten dalam mata pelajaran seni budaya yang memiliki beragam jenis dan bentuk dalam penyajiannya, dalam mengenalkan jenis pertunjukan masih menjadi permasalahan dalam penggunaan media yang memudahkan siswa untuk mengaksesnya sesuai dengan kebutuhan siswa. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media pembelajaran berbasis *mobile* pada mata pelajaran seni budaya untuk materi teater tradisional Indonesia, berdasarkan kebutuhan pengguna, karakteristik materi, kemudahan belajar siswa yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja yang dirancang dalam bentuk aplikasi *mobile*. Media ini dirancang dengan menggunakan pendekatan metode *design thinking* yang memiliki lima tahapan yaitu: (1) *Empathize*, (2) *Define* (3) *Ideate* (4) *Prototype* (5) *Test*. Data informasi kebutuhan pengguna diperoleh dari siswa dan guru dengan teknik wawancara dan dikembangkan dalam produk aplikasi media berbasis *mobile* untuk mengenal Teater Tradisional Indonesia, yang mana media tersebut menjadi panduan kegiatan siswa dan guru, memberikan materi pengantar, menunjukkan contoh video pertunjukan, dan menyediakan evaluasi pembelajarannya. Media pembelajaran berbasis *mobile* ini dirancang untuk menjadi sumber belajar siswa yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja sesuai kebutuhan pengguna.

Kata Kunci: *Design Thinking*; *Mobile Learning*; Teater Tradisional Indonesia

Abstract: Theater is one of the contents in arts and culture subjects which has various types and forms in its presentation, in introducing types of performances it is still a problem in the use of media which makes it easier for students to access it according to student needs. In addition, this study aims to design mobile-based learning media in arts and culture subjects for Indonesian traditional theatrical material, based on user needs, material characteristics, ease of student learning which can be accessed anytime and anywhere designed in the form of a mobile application. Moreover, this media is designed using the design thinking method approach which has five stages, namely: (1) *Empathize*, (2) *Define* (3) *Ideate* (4) *Prototype* (5) *Test*. Information data on user needs was obtained from students and teachers by means of interviews and developed into media application products. mobile-based to get to know Indonesian Traditional Theater, in which the media guides student and teacher activities, provides introductory material, shows examples of video performances, and provides learning evaluations. In conclusion, this mobile-based learning media is designed to be a student learning resource that can be accessed anywhere and anytime according to user needs.

Keywords: *Design Thinking*; *Mobile Learning*; Teater Tradisional Indonesia

PENDAHULUAN

Pembelajaran abad 21 sangat erat kaitannya dengan penggunaan teknologi dalam pembelajaran, hal tersebut didukung pula dengan karakteristik pebelajar pada generasi saat ini yang sudah tidak asing dengan teknologi sejak mereka dilahirkan, generasi saat ini dikenal dengan *digital natives*, yang mana lahir di era perkembangan digital [1] teknologi dimanfaatkan untuk mempermudah

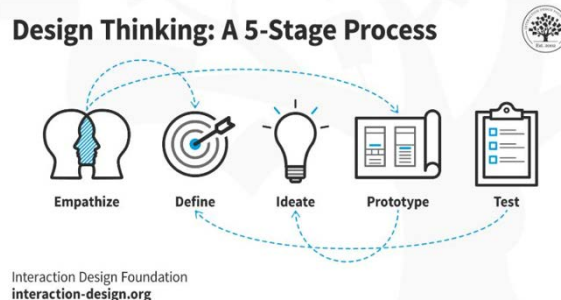
kehidupan manusia dalam segala aspek kehidupan, salah satunya dimanfaatkan dalam dunia pendidikan. Teknologi canggih telah mengarah terhadap cara-cara baru untuk belajar [2]. Dalam dunia pendidikan, pemanfaatan teknologi harus mendukung pengalaman belajar siswa dalam pembelajaran, teknologi sebagai media atau alat bantu harus dirancang dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan untuk memecahkan masalah yang

berpusat pada penggunaannya. Disamping itu, dampak dari pandemi *covid-19* yang sudah mempengaruhi sistem Pendidikan di seluruh dunia mendekatkan pembelajaran dengan penggunaan teknologi selular, yang mana pembelajaran seluler menjadi salah satu strategi pengajaran jarak jauh yang dapat mempertahankan pembelajaran yang berpusat pada siswa, penggunaan *mobile learning* memungkinkan siswa belajar kapanpun dan dimanapun siswa berada [3]. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk meramu sebuah desain perangkat pembelajaran yang dikemas dalam format *mobile* dalam pembelajaran seni budaya di SMA yang sudah menggunakan kurikulum merdeka, yang mana permasalahan yang ditemukan dalam pembelajaran diantaranya guru masih kesulitan dalam mengembangkan pembelajaran yang inovatif, terutama dalam menyusun modul ajar yang harus dikembangkan oleh guru, selain itu siswa juga masih merasa kesulitan dengan sumber belajar yang terbatas dalam pembelajaran.

Mata pelajaran seni budaya merupakan pendidikan seni yang berbasis budaya meliputi aspek seni rupa, seni musik, seni tari, teater dan keterampilan untuk mengembangkan sikap serta kemampuan berkarya dan berapresiasi [4]. Pada mata pelajaran seni budaya memberikan kesempatan kepada siswa untuk dapat terlibat langsung dalam proses pengembangan bakat melalui berbagai hal mulai dari berkespresi, berkreasi, dan mengapresiasi. Seni teater merupakan salah satu aspek dari mata pelajaran seni budaya, yang mana seni teater ini adalah salah satu bentuk kegiatan manusia yang secara sadar menggunakan tubuh sebagai media utama untuk menyampaikan rasa dan karsanya mewujudkan dalam suatu karya seni. Seni teater disebut juga seni pertunjukan yang ditunjang dengan unsur gerak, bunyi, dan rupa yang dijalin dalam sebuah cerita pergulatan tentang kehidupan manusia [5]. Mengenal teater tradisional Indonesia merupakan salah satu konten dalam pembelajaran seni budaya di SMA yang memiliki kekhasan dan keunikan dalam sajian pemanggungnya. Kegiatan awal pembelajaran ini adalah mengenalkan pemanggungan teater tradisi terutama yang bersifat kerakyatan, konten ini masih bersifat teori dan wawasan yang dirasakan guru dan siswa membutuhkan media sebagai sumber belajarnya. Salah satu alternatif media pembelajaran yang digunakan dalam seni budaya diantaranya aplikasi berbasis *mobile* [6]. Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin dipaparkan bagaimana proses pengembangan media yang bertujuan untuk merancang media pembelajaran berbasis *mobile* pada mata pelajaran seni budaya untuk materi teater tradisional Indonesia, berdasarkan kebutuhan pengguna, karakteristik materi, kemudahan belajar siswa yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja yang dirancang dalam bentuk aplikasi *mobile*, dan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk merancang media tersebut adalah dengan pendekatan *design thinking*.

METODE

Pendekatan metode yang digunakan dalam Perancangan Media Pembelajaran Seni Budaya di SMA ini adalah dengan pendekatan *design thinking*. *Design Thinking* merupakan sebuah proses menciptakan ide-ide baru dan inovatif yang dapat memecahkan masalah [7] Hal yang harus dimiliki dalam perancangan ini adalah strategi, dengan menerapkan tahapan-tahapan dalam prosesnya, *design thinking* dapat membantu desainer menghasilkan peluang yang baru sesuai dengan kebutuhan *user*. *Design thinking* merupakan *framework* pemecahan masalah yang berpusat pada pengguna [8]. Terdapat lima tahapan di dalam metode *design thinking*, yaitu *emphatize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *test* [8]. Tahapan pengerjaan yang bersifat *non-linear*, antara satu tahap dengan yang lain dapat saling terhubung tanpa berurutan sesuai dengan kebutuhan untuk menyelesaikan masalah tertentu [8].



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking* (Dam & Siang, 2022)

Tahap pertama 1) *Empathize* (Empati) merupakan tahap mengetahui kebutuhan pengguna secara mendalam dengan memahami masalah yang dihadapi dalam sudut pandang pengguna, yang menjadi pengguna ialah siswa di salah satu SMA Kota Serang Provinsi Banten. Tahap 2) *Define* (Definisi) merupakan tahap pengelompokan informasi sehingga diidentifikasi masalah pengguna dapat dipecahkan dengan tepat. Tahap 3) *Ideate* (Ide) merupakan tahap memberikan gagasan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Tahap 4. *Prototype* (Prototipe) merupakan tahap perancangan dan pengembangan produk dalam skala sederhana sebagai implementasi solusi yang ditawarkan. Dan tahap 5) *Test* (Pengujian) merupakan tahap evaluasi *prototype* dalam mengakomodir permasalahan pengguna sekaligus menjadi bahan perbaikan selanjutnya. Teknik pengumpulan data dalam perancangan media ini dilakukan dengan wawancara kepada *user* (pengguna) khususnya guru dan siswa. Sedangkan *framework design thinking* yang dibuat dalam penelitian ini, dibatasi sampai pada tahap *prototype*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pembelajaran Seni Budaya

Mata Pelajaran Seni Budaya dan Keterampilan pada dasarnya merupakan pendidikan seni yang berbasis budaya, karena budaya itu sendiri meliputi segala aspek kehidupan sehingga diamatkan dalam Standar Nasional Pendidikan tidak hanya terdapat dalam satu mata

pelajaran saja, karena aspek budaya tidak dibahas secara tersendiri tetapi terintegrasi dengan seni. Pendidikan seni yang berbasis budaya meliputi aspek seni rupa, seni musik, seni tari, seni teater dan keterampilan untuk mengembangkan sikap, kemampuan berkarya dan berapresiasi [4].

Sekolah dengan kurikulum merdeka diberikan kebebasan untuk memilih salah satu aspek seni dalam muatan kurikulumnya sesuai jenjang *fase* pembelajarannya. Salah satu muatan seni budaya di SMA adalah pembelajaran seni teater. Proses pembelajaran seni teater dirancang dengan *fase* perkembangan peserta didik yang memperhatikan budaya lokal secara kontekstual dan menyenangkan. Belajar seni teater pada dasarnya mempelajari proses kehidupan. Seni teater merupakan salah satu aspek yang dipelajari dalam mata pelajaran seni budaya yang mencakup keterampilan olah tubuh, olah pikir, dan olah suara yang pementasannya memadukan unsur seni musik, seni tari, dan seni peran [5].

b. Mobile Learning

Pada dunia Pendidikan *Mobile Learning* menjadi salah satu trend yang memanfaatkan perangkat seluler sebagai alat atau media pembelajarannya. *Mobile learning* merupakan model pembelajaran alternatif yang memiliki karakteristik tidak tergantung waktu dan tempat yang mengadopsi perkembangan teknologi seluler yang dimanfaatkan sebagai sebuah media pembelajaran [9]. Teknologi seluler termasuk ponsel dan *tablet* adalah fitur yang meresap dalam kehidupan sehari-hari dengan dampak potensial pada pengajaran dan pembelajaran [9] *Mobile learning* diharapkan menjadi salah satu alternatif pembelajaran yang dapat mempermudah pengguna dalam menggunakan perkembangan perangkat seluler.

c. Perancangan Media dengan Pendekatan Design Thinking

Pada penelitian ini dilakukan perancangan media pembelajaran untuk mata pelajaran seni budaya di SMA dengan aspek seni teater, yang mana menjadi salah satu solusi dari permasalahan siswa dan guru dalam pembelajaran terutama dalam materi teater tradisional Indonesia. Perancangan media ini menggunakan metode *design thinking* dalam pengembangannya.

Design Thinking merupakan metodologi yang memberikan sebuah pendekatan berbasis solusi kreatif lintas disiplin yang menggabungkan pemikiran analitis, keterampilan praktis, dan kreatif dalam pemikiran [8]. *Design Thinking* menjadi kerangka pemecahan masalah dari kebutuhan pengguna. Pada tulisan ini *design thinking* yang digunakan diadopsi dari *design thinking* yang terdiri dari 5 tahapan yaitu (1) *Empathize*, (2) *Define* (3) *Ideate* (4) *Prototype* (5) *Test*. *Design thinking* yang akan coba di buat adalah konsep *framework design thinking* berbasis *learning experience* untuk siswa SMA Kelas XI pada mata pelajaran Seni Budaya dengan Kurikulum Merdeka. Namun dalam *framework design thinking* yang dibuat ini, dibatasi sampai pada tahap *prototype*. Berikut disajikan tahapan *design thinking* yang dilakukan:

1) Tahap Empathize (Empati)

Pada tahap ini dilakukan dengan mencoba menempatkan diri sebagai pengguna, sehingga benar-benar dapat memahami kebutuhan pengguna. Hal yang dilakukan pada tahap ini adalah dengan melakukan wawancara, observasi dan melakukan *survey* sederhana berkaitan dengan kesiapan, kebutuhan dan keinginan pengguna (guru dan siswa) dalam proses pembelajaran.

Wawancara dilakukan secara personal maupun klasikal kepada *user* baik guru maupun siswa. Pembahasan wawancara mencakup permasalahan narasumber, dan apa yang dilakukan dalam mengatasi masalah tersebut. Hasil wawancara kepada guru seni budaya kelas XI di beberapa SMA di provinsi Banten yang sudah menerapkan kurikulum merdeka di sekolahnya, diperoleh informasi bahwa implementasi kurikulum merdeka di sekolahnya karena sebagai sekolah penggerak. Sekolah memiliki kebebasan dalam mengembangkan kurikulum yang akan di implementasikan di sekolah dengan tetap mengacu pada pedoman *fase* pembelajaran sesuai dengan jenjangnya. Pada mata pelajaran seni budaya untuk kelas XI di beberapa sekolah tersebut diberlakukan mengembangkan konten mengenai seni tari, musik, teater dan rupa, guru diminta untuk mengembangkan modul ajar sesuai dengan capaian pembelajaran yang diharapkan. Adapun konten materi yang dipilih untuk kelas XI semester ganjil saat ini adalah materi teater mengenai Teater Tradisional Indonesia, yang mengacu pada buku panduan guru Seni Teater untuk implementasinya. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa guru mengalami kesulitan dalam penyampaian materi, kesulitan dalam menerapkan metode/model pembelajaran yang tepat terutama mengkolaborasikan antara pembelajaran yang dilakukan mandiri oleh siswa ataupun sebagai pedoman siswa dalam belajar, pembelajaran yang dilakukan saat ini dirasakan kurang interaktif, kesulitan dalam mengembangkan konten (bahan ajar) yang akan di sampaikan, serta kesulitan dalam mengadakan evaluasi pembelajaran baik untuk tes formatif maupun sumatif. Dari informasi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa guru membutuhkan media yang dapat membantu siswa dalam belajar secara mandiri ataupun sebagai panduan siswa, yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Media ini dapat menjadi alternatif pembelajaran siswa yang dapat dikolaborasikan untuk pembelajaran secara daring dan luring.

Sedangkan informasi yang di peroleh dari siswa, siswa membutuhkan media pembelajaran yang dapat mendukung untuk belajar baik secara mandiri ataupun sebagai panduan dalam belajar yang dapat dilakukan kapan pun dan dimanapun. Siswa membutuhkan petunjuk ataupun pedoman materi yang harus mereka kuasai. Dengan adanya panduan belajar, siswa dapat mengetahui ruang lingkup pembelajaran yang hendak dicapai. Disamping itu siswa sudah memiliki kesiapan dengan pemanfaatan TIK dalam pembelajaran, Siswa sudah terbiasa belajar secara daring baik *asynchronous* maupun *synchronous* selama pandemic. Siswa memiliki

perangkat *mobile* untuk mendukung pembelajaran, dapat mencari informasi secara mandiri dengan perangkat *mobile*, bahkan untuk penilaian P5 dalam kurikulum merdeka, siswa sudah menggunakan perangkat *mobile* untuk proses penilaiannya. Sekolah-pun menyediakan sarana *internet* yang cukup baik di sekolah, sehingga para siswa dapat memanfaatkan koneksi secara gratis di sekolah untuk mengakses *internet*.

Observasi juga dilakukan untuk memperoleh data terkait kebutuhan rancangan produk media yang dapat mendukung pembelajaran. Dari hasil observasi tersebut diperoleh informasi pelaksanaan pembelajaran jarak jauh selama ini, terutama selama pandemi dilakukan sebagian besar siswa dengan menggunakan perangkat *smartphone* dengan *platform zoom meeting* dalam implementasinya, siswa belum menggunakan media berbasis aplikasi *mobile* dalam pembelajaran. Siswa hanya diminta untuk mengerjakan tugas melalui *google form* sehingga pemanfaatan perangkat *mobile* kurang di optimalkan.

2) Tahap Define (Menentukan)

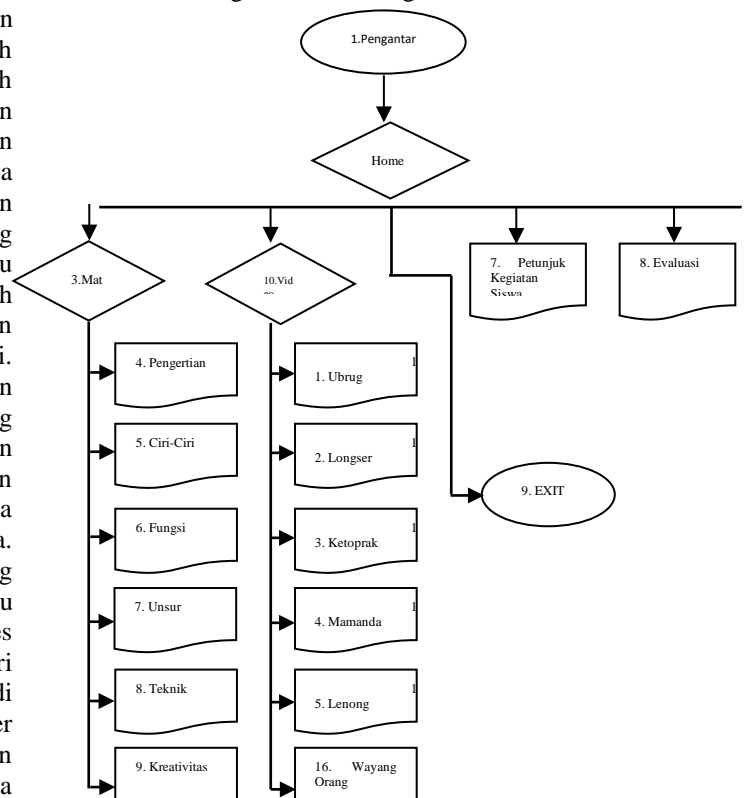
Pada tahap ini dimulai dengan mengerucutkan *insight* yang diperoleh menjadi sebuah sudut pandang (*point of view*). Mendefinisikan masalah melalui pendekatan sudut pandang yang akan memastikan bahwa permasalahan yang akan diselesaikan relevan bagi pengguna (*user*). Selanjutnya pada tahap ini dilakukan penggabungan semua saran dan masukan serta menggabungkan beberapa poin penting dari berbagai temuan yang ada pada tahap empati atau tahap sebelumnya. Dari temuan tersebut disusunlah kebutuhan pengguna (*user*) dengan menggunakan pengetahuan mengenai kondisi yang sedang terjadi. Dimana diperoleh informasi bahwa guru membutuhkan media pembelajaran yang dapat mendukung pembelajaran yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja, media tersebut juga dapat digunakan sebagai pedoman pembelajaran seni budaya khususnya untuk materi mengenai Teater Tradisional Indonesia. Adapun kebutuhan pengguna (*user*) dari media yang akan dirancang diantaranya ialah : 1) siswa dan guru membutuhkan media yang dapat mendukung proses pembelajaran seni budaya, khususnya untuk materi Teater Tradisional Indonesia, 2) Media tersebut menjadi pedoman guru dan siswa dalam mengenal Teater Tradisional Indonesia, 3) Media tersebut menyediakan materi pengantar yang menjadi gambaran awal siswa mengenal Teater Tradisional, 4) Media tersebut menyajikan contoh dari beberapa pertunjukan teater Tradisional, 5) Media tersebut menyajikan petunjuk kegiatan yang akan dilakukan dan juga evaluasi pembelajaran, dan 6) Media tersebut dapat memudahkan guru dan siswa dalam mengaksesnya, kapan saja dan dimana saja.

3) Tahap Ideate (Menghasilkan Ide)

Tahap selanjutnya adalah pengembangan ide. Pada tahap ini, mulai dikembangkan sejumlah ide yang mengarah pada solusi. Berdasarkan daftar kebutuhan yang disampaikan pada tahap sebelumnya (*define*) maka pada tahap ini dikembangkan beberapa solusi rancangan media yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (siswa

dan guru). Solusi yang di tawarkan untuk mengatasi permasalahan pengguna (siswa dan guru) yaitu mengembangkan suatu media pembelajaran yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja untuk dapat membantu siswa dalam pembelajaran, serta menjadi pedoman atau panduan siswa dalam mengenal Teater Tradisional Indonesia. Media tersebut adalah media berbasis *mobile*, yang dapat dimanfaatkan siswa dalam mendukung proses belajar. Adapun beberapa fitur atau menu yang dapat didesain dari kebutuhan pengguna tersebut diantaranya: 1) Pengantar, 2) Petunjuk Kegiatan Pembelajaran, 3) Materi Pembelajaran (Teater Tradisional), 4) Contoh Video (Teater Tradisional), 5) Evaluasi, 6) Exit.

Pada tahap pengembangan ide ini dikembangkan *Flow Chart* dan *storyboard* untuk kebutuhan pengembangan aplikasi *mobile learning* sebagai gambaran alur media yang akan dikembangkan berdasarkan fitur kebutuhan pengguna. Adapun *flow chart* tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Flow Chart Tahap Pengembangan Ide Aplikasi Mobile "Teater Tradisional Indonesia"

4) Tahap Prototype (Prototipe)

Tahap selanjutnya adalah *prototype*. *Prototype* merupakan suatu hal yang istimewa dari proses *design thinking*. Ide yang sudah ada sebelumnya perlu diimplementasikan dalam sebuah skenario penggunaan, yang dapat dikembangkan diantaranya dengan mengembangkan *storyboard* menjadi desain rancangan sederhana tahap awal menggambarkan produk yang telah di rancang menjadi media yang dapat memecahkan masalah pengguna (siswa dan guru). *Frame* atau *scene* yang di rancanakan pada tahap

sebelumnya dikembangkan pada sebuah tampilan layar media *layer* komputer atau *smartphone* yang dapat dioperasikan pada perangkat seluler berbasis *android*. Berikut adalah beberapa sajian tampilan *interface* dari produk *mobile learning* Teater Tradisional Indonesia.



Gambar 3. *Interface* Pengantar dan Menu Utama



Gambar 4. *Interface* Home Materi dan Contoh Video

KESIMPULAN

Mata Pelajaran Seni Budaya merupakan pendidikan seni yang berbasis budaya, yang mana meliputi aspek seni rupa, seni musik, seni tari, seni teater dan keterampilan untuk mengembangkan sikap dan untuk mengembangkan sikap, kemampuan berkarya dan berapresiasi. Seni Teater merupakan salah satu pilihan yang menjadi muatan kurikulum di SMA yang mana salah satunya adalah mengenal teater tradisional Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan siswa perlu dikembangkan suatu media yang dapat mendukung siswa belajar secara mandiri kapan saja dan dimana saja. *Mobile learning* menjadi salah satu pilihan untuk dapat mengakomodasi kebutuhan siswa tersebut. Perancangan media pembelajaran berbasis *mobile* tersebut dilakukan dengan pendekatan *design thinking*.

Design Thinking merupakan metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi, dengan menerapkan tahapan-tahapan yang terkandung di dalamnya, *design thinking* dapat membantu kita menghasilkan peluang yang baru sesuai dengan kebutuhan *user*. Adapun tahapan *design thinking* memiliki lima tahap yaitu: 1) *empathize*,

dilakukan dengan memposisikan peneliti sebagai pengguna (*user*) yang mana siswa dan guru menjadi pengguna dari media *mobile learning* yang dikembangkan; Tahap ke 2) *define*, menentukan produk apa yang benar benar dibutuhkan oleh pengguna, dalam hal ini menentukan produk apa yang menjadi solusi dari kebutuhan siswa, dan solusi yang ditawarkan adalah merancang media berbasis *mobile* pada materi teater tradisional Indonesia; selanjutnya 3) *ideate*, pada tahap ini dilakukan pengembangan ide mengenai fitur atau *tools* apa saja yang dirasa dibutuhkan dalam perancangan media berbasis *mobile* ini, dilengkapi dengan perancangan *flow chart* dan *storyboard*; tahap ke 4) *prototype*, dilakukan pengembangan produk dengan tampilan *layer* pada aplikasi *mobile* yang dikembangkan dan; 5) *testing*, dilakukan untuk perbaikan program.

SARAN

Untuk penelitian selanjutnya, perancangan media berbasis *mobile* “Teater Tradisional Indonesia” yang dilakukan dengan pendekatan *design thinking* ini perlu dikembangkan lebih lanjut yang tidak hanya dimanfaatkan sebagai media pembelajaran saja, namun berfungsi sebagai kognitif *tools* yang dapat mencapai tujuan pembelajaran siswa dengan memenuhi kebutuhan pengguna (siswa). Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan wawancara lebih lanjut kepada pengguna baik guru dan siswa sebagai pengguna, dan juga mengembangkan *tools* dalam aplikasinya sesuai dengan kebutuhan. Selain itu produk media ini perlu dilakukan uji coba untuk mengetahui kelayakan dan efektifitas media ini, sebagai rekomendasi perbaikan ke depan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Prensky, “Listen to the natives. Educational Leadership,” vol. 63, no. 4, pp. 8–13, 2005.
- [2] D. Kolenberg, M., & Assad, “Online Learning: A Step Forward for 21st Century Education?,” in *6th International Conference on Trends in Social Sciences and Humanities (TSSH 2016)*, 2016. doi: <https://doi.org/10.17758/ERPUB.EA1216218>.
- [3] A. Naciri, M. A. Baba, A. Achbani, and A. Kharbach, “Mobile Learning in Higher Education: Unavoidable Alternative during COVID-19,” *Aquademia*, vol. 4, no. 1, p. ep20016, Apr. 2020, doi: 10.29333/aquademia/8227.
- [4] A. Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Prenada Media, 2014.
- [5] dkk Kamaril, Cut, *Pendidikan Seni Rupa/KerajinanTangan*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2002.
- [6] A. T. Fajri, S., Fujiawati, F. S., & Permanasari, “Perancangan Media Pembelajaran Mobile Apps Berbasis Android B’trace Merangkai Gerak Tari Tradisional,” *JPKS (Jurnal Pendidik. Dan Kaji. Seni)*, vol. 6, no. 1, 2021.
- [7] T. Kelley, D., & Brown, “An introduction to Design Thinking,” 2018.

- [8] Y. T. Dam, Rikke Friis & Siang, "What is Design Thinking and Why Is It So Popular? Interaction Design Foundation," 2022.
- [9] A. Kukulska-Hulme, H. Lee, and L. Norris, "Mobile Learning Revolution," in *The Handbook of Technology and Second Language Teaching and Learning*, Wiley, 2017, pp. 217–233. doi: 10.1002/9781118914069.ch15.

Pengembangan Desain Karakter *Cookies* Pada Gim *Cookie Run Kingdom*

Ika Resmika Andelina¹, Sherly Theresia²

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara, Indonesia

Email: ika.resmika.a@gmail.com

²Desain Komunikasi Visual, Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara, Indonesia

Email: sherlythesiaaa@gmail.com

* Penulis Korespondensi: E-mail: ika.resmika.a@gmail.com

Abstrak: Gim ponsel adalah salah satu media hiburan yang sudah sangat dikenal dan beredar masif di masyarakat. Begitu banyak jenis gim pada ponsel, salah satunya adalah *Role Playing Game* seperti *Cookie Run Kingdom* yang cukup populer di kalangan pemain. Faktor kepopuleran gim ini didukung oleh banyak faktor, antara lain IP yang sudah berkembang lama, cara bermain, serta gaya ilustrasi yang menarik terutama pada desain karakternya yang berbeda dari gaya animasi Jepang yang populer. Desain karakter kukis yang menggunakan gaya yang berbeda ini yang akan dibedah lebih lanjut, yang bertujuan untuk mengetahui lebih detail elemen-elemen yang berpengaruh dalam pembuatan karakter dengan tema *antropomorfisme*. Analisis dilakukan secara kualitatif deskriptif dengan pendekatan *manga matrix*, untuk memahami elemen-elemen yang menjadi landasan penciptaan karakter, sehingga hasil penelitian berupa penggunaan teknik *manga matrix* dan *antropomorfisme* dalam penciptaan karakter dapat membuat kombinasi-kombinasi yang sangat variatif pada penciptaan desain karakter, disertai penambahan elemen non visual seperti cerita (*backstory*) dan juga sifat, dapat memperkuat desain visualisasi karakter, dan diharapkan dapat menjadi bahan acuan para desainer karakter untuk menggunakan pendekatan *manga matrix antropomorfisme* dalam menciptakan karakter yang unik, dan tidak selamanya mengikuti gaya populer namun tetap memikat hati pemain. Serta kedepannya dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai variasi perbandingan gaya visual pada gim yang memiliki potensi populer di kalangan pemain.

Kata Kunci: *Antropomorfisme*; Desain Karakter; Gim; *Manga Matriks*

Abstract: *Mobile game is one of the entertainment media that is very well known and circulates massively in society. There are so many types of games on cell phones, one of which is a Role-Playing Game (RPG) such as: Cookie Run Kingdom, which is quite popular RPG among players. The popularity of this game is supported by many factors, including IP that has been developing for a long time, gameplay, and an interesting illustration style, especially in the character design, which is different from the popular Japanese animation style. These cookie characters design that uses different style will be dissected further, in order to study the influential elements in making characters with the theme of anthropomorphism. The analysis was carried out qualitatively descriptively with manga matrix technique, to understand the elements that form the basis of character creation, so that by using manga matrix and anthropomorphism techniques in character creation can create very varied combinations in the creation of character designs, accompanied by the addition of non-visual elements such as backstory and character traits can strengthen character visualization designs. This research is expected to be a reference for character designers to create unique and non-mainstream character using anthropomorphism and matrix manga approach that can still captivate players, and in the future, further research on variations in visual style comparisons in games that have the potential to be popular among players can be conducted.*

Keywords: *Anthropomorphism; Character Design; Game; Manga Matrix*

PENDAHULUAN

Gim adalah salah satu media hiburan yang sudah sangat dikenal dan beredar masif di masyarakat, salah satu *platform* gim yang sangat populer adalah gim *handphone* atau yang biasa

disebut dengan *mobile game* [1]. Begitu banyak *genre* yang ada pada *mobile game*, salah satunya adalah *Role Playing Game (RPG)* seperti *Cookie Run Kingdom (CRK)*. CRK adalah gim bertema RPG yang dikombinasikan dengan simulasi

pembangunan kota. CRK merupakan gim keempat dari seri IP Cookie Run yang dikeluarkan oleh Devsisters pada tahun 2009 di Korea [2].

CRK dikeluarkan pada Januari 2021 dan langsung mendapatkan sambutan yang baik dengan jumlah pengunduhan di *google play* sebanyak 3 juta walau baru masa *pra-register* saja.

Selain ketenaran IP-nya yang memang sudah berdiri cukup lama, respon baik ini tentunya tidak terlepas dari beberapa faktor penting, seperti *gameplay*, cerita, namun yang paling utama adalah desain karakternya yang menggunakan tema *antropomorfisme cookies* (kue kering/kukis) sebagai dasar pembentukan karakternya. Desain karakter CRK yang cukup berbeda menjadi sangat menonjol dan unik jika dibandingkan dengan gim serupa namun dengan gaya *anime-manga* Jepang yang memang sedang populer dan menjamur sekarang [3]. Keunikan gaya visual yang dimiliki CRK ini ternyata menjadikan nafas segar di antara para pemain yang mencari gim dengan gaya visualisasi lain. Hal ini dapat dilihat dari *rating* 4.7 yang diberikan oleh pemain pada *google play* dan *apple store* dengan banyak komentar positif di kolom komentarnya.



Gambar 1. Cookie Run Kingdom
(Sumber:<https://media.suara.com/pictures/653x366/2021/09/14/95767-cookie-run-kingdom.jpg>, diakses Agustus 2021)

Ballester, dkk pada penelitiannya mengatakan bahwa, selain relasi kedekatan terhadap objek, desain visual sebuah objek yang mengalami *antropomorfisme* akan sangat berpengaruh kepada kecintaan konsumen terhadap objek [4]. Hal tersebut kemudian diperkuat oleh Wahab dan Nugroho bahwa teknik *antropomorfisme* yang dikombinasikan dengan gaya *moe anime manga* Jepang cocok jika ditargetkan pada pangsa pasar remaja [5], yang kemudian dibuktikan kembali oleh penelitian yang menyatakan bahwa gim populer *Arknights* juga menggunakan teknik desain karakter yang sama sebagai salah satu elemen penjual pada gaya desainnya. Namun hal ini berkebalikan dengan gaya visual yang digunakan pada CRK. Pada gim ini sama sekali tidak menggunakan teknik *anime manga* yang merupakan pop kultur populer yang sedang beredar masif di masyarakat, melainkan dengan pendekatan *antropomorfisme* klasik, dimana benda mati (berupa *cookies*) dibuat menjadi hidup dan berperilaku seperti manusia [6].

Penggunaan gaya *antropomorfisme* klasik ini membuat CRK berbeda dengan kebanyakan gim gawai yang ditujukan pada remaja. Pada umumnya gaya yang ada di pasaran adalah gaya *moe antropomorfisme* khas Jepang, dimana pada penelitian sebelumnya mengatakan

bahwa gaya *moe anime* Jepang ini merupakan gaya visual yang sangat digemari oleh remaja baik dalam bentuk komik maupun gim [6]. Hal ini berkaitan erat dengan masifnya peredaran budaya pop kultur Jepang yang menyebar di seluruh dunia. Namun, kemunculan CRK dengan desain kukisnya membawa angin segar dalam dunia gim, khususnya gim *gacha*. Pada *playstore* dan *apple store*, CRK mendapatkan *rating* 4.7 dengan poin unggulan desain karakter yang menarik pada posisi dua; serta memenangkan penghargaan *best design character awards* 2021 [7].

Penggunaan gaya visual yang berbeda dan tidak mengikuti arus inilah yang menarik untuk ditelaah lebih dalam, dimana ternyata tidak selamanya penggunaan gaya visual yang populer selalu menjadi elemen dalam ketenaran suatu IP. Karena itu tentu akan sangat menarik juga jika dilakukan pengembangan penelitian terkait hal-hal lain yang mendasari desain karakter dan elemen *antropomorfisme* di belakang pembuatan karakter serta kaitannya dengan gaya visual, dan juga hal-hal yang mempengaruhinya seperti jalan cerita, dan latar belakang ceritanya. Hal ini penting untuk diteliti agar selain dapat membuka wawasan lebih luas kepada pelaku industri gim dan juga dunia akademik terkait desain karakter dalam pembuatan gim, terutama dalam variasi gaya desain, agar tidak terjadi desain yang monoton/generik. Sehingga diharapkan dengan gaya visualisasi yang lebih luas dan bermacam-macam dapat menarik minat berbagai tipe *audiens* dalam industri gim, terutama industri gim Indonesia. Yang tentunya penelitian ini harus dibantu dengan metode-metode pengkajian di bidang keilmuan desain karakter dan memiliki kebaruan pembedahan gaya visualisasi yang berbeda dari gim-gim sejenis walaupun menargetkan target market yang sama.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pembedahan jenis gaya desain dan visualisasi karakter *antropomorfisme* dalam gim CRK. Dengan menggunakan teknik pendekatan penciptaan karakter berupa *manga matrix* untuk membedah secara visual, demi memahami dan mencari tahu elemen-elemen apa saja yang berpengaruh pada pembuatan karakter *antropomorfisme* kukis yang kemudian diperdalam menggunakan teori penciptaan karakter holistik untuk mengetahui pengaruh elemen nonvisual dalam penciptaan visual karakter. Serta mengetahui apakah penggunaan gaya yang tidak terlalu mainstream dapat diterima dengan baik oleh audiens. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan dasar pengembangan dan evaluasi belajar terhadap pengembangan desain karakter.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan desain karakter *holistik*, riset kemudian diperdalam dengan membedah karakter menggunakan *manga matrix*, melalui matriks bentuk dan matriks kostum, serta apa saja elemen lain yang berpengaruh pada penciptaan desain karakter kukis sampel [8]. Teknik *manga matrix* digunakan karena

dapat membedah objek penelitian secara lebih terstruktur, terutama dari segi berbagai elemen yang digunakan pada pembentukan desain dan visualisasi karakter.

Bahan penelitian ini dikumpulkan secara daring dengan melakukan studi pustaka menggunakan sumber terkait seperti buku, jurnal dan artikel-artikel gim, yang juga didukung terjun langsung dalam lingkungan penggemarnya dan juga memainkan gimnya sendiri untuk mendapatkan data yang lebih akurat terutama pada hal-hal yang terjadi di dalam gim, keduanya dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 6 bulan. Langkah Selanjutnya kemudian menentukan dua sampel karakter sebagai pembanding, pemilihan sampel ini berdasarkan hasil poling karakter yang sempat dilakukan di dalam gimnya sendiri. Dua sampel karakter tersebut populer karena kemampuan penyerangan yang mereka miliki, yakni Sea Fairy dan Frost Queen. Sampel akan diteliti dengan menggunakan desain holistik untuk membahas lebih detail mengenai latar karakter, yang kemudian akan dibedah secara visual dengan menggunakan pendekatan *manga matrix* (Tsukamoto, 2006). Setelah itu dilakukanlah *matrix* fisik sederhana untuk menemukan elemen campuran apa saja yang berpengaruh dalam penciptaan kukis-kukis lain untuk melihat variasi elemen-elemen pembentuk fisik berbagai jenis kukis di dalam gim CRK.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada awalnya, *antropomorfisme* pada film animasi muncul pada film *Mickey Mouse* dan *Felix the Cat* di dunia animasi barat, sedangkan di dunia animasi timur dimulai dari *stop motion* berjudul *The Cameraman's Revenge* [9]. *Antropomorfisme* memiliki makna proses mengaitkan karakteristik, fitur, motivasi, niat, atau emosi mirip manusia dengan hal-hal yang bukan manusia, misalnya hewan, fenomena alam dan supernatural, benda, ataupun konsep abstrak. Penggunaan teknik *antropomorfisme* dengan desain yang tepat dan sesuai akan membuat sebuah desain dapat lebih diterima, dicintai dan disukai oleh konsumen [4].

Cookie Run Kingdom (CRK) merupakan gim RPG yang dicampur dengan simulasi pembangunan kota. Para pemain dapat berpetualang mengikuti alur cerita utama, sampingan, dilengkapi dengan kegiatan membangun dan mendekorasi kerajaan serta bersaing dengan pemain lain dalam mode arena. Dengan menggunakan gaya animasi kartun 2D, secara umum desain karakter yang ada pada CRK menggunakan *antropomorfisme* bentuk *cookies* atau kue kering (kukis) *gingerbread* man sebagai dasar karakternya dan menggabungkannya dengan berbagai elemen lain dalam menciptakan varian kukis baru. Varian dasar dari kukis ini juga terdapat dalam CRK di kategori *common cookie* dengan nama GingerBrave. GingerBrave juga merupakan protagonis utama untuk Eksplorasi Dunia (mode cerita utama), ia memimpin teman-temannya untuk berpetualang dan membangun kembali kerajaan kukis yang runtuh. eGingerBrav juga merupakan karakter maskot untuk gim dan *franchise*

Cookie Run secara keseluruhan, membuat GingerBrave kerap muncul di ikon aplikasi, *loading screen*, dan banyak lagi.



Gambar 2. Gingerbread Man dan GingerBrave (Sumber: <https://www.kingarthurbaking.com> dan <https://cookiekingdom.fandom.com>, diakses Oktober 2021)

Cerita CRK dibuka dari *prolog* mengenai lima kukis legenda yang bersatu melawan kukis kegelapan yang dipimpin Dark Enchantress yang menebar kejahatan di Earthbread. Prolog diakhiri dengan kukis Dark Enchantress yang meledakkan dirinya demi mengalahkan para kukis legenda. Masa peperangan penuh kegelapan ini disebut Dark Flour War. Waktupun akhirnya berlalu bertahun-tahun lamanya, meninggalkan cerita Dark Flour War semata bersama dengan kehancuran perlahan pada kerajaan kukis, hingga pada suatu hari, kukis GingerBrave yang sedang hendak dipanggang oleh penyihir menjadi hidup dan memutuskan untuk lari dari oven kue milik penyihir (hal ini jugalah yang menjadi premis dari IP Cookie Run, lari dan membebaskan diri dari oven penyihir). GingerBrave berhasil lari dan membebaskan diri, namun di tengah jalan ia dikejar oleh gerombolan *cake monster*, walau berhasil mengalahkan mereka, GingerBrave yang terluka dan kelelahan akhirnya pingsan. Ketika membuka matanya, GingerBrave mendapati dirinya dikelilingi oleh Strawberry Cookie, Wizard Cookie dan para Sugar Gnomes di reruntuhan salah satu kerajaan kukis yang sirna setelah Dark Flour War. Sugar Gnomes menyarankan agar GingerBrave, Wizard dan Strawberry *cookie* untuk membangun ulang kembali kerajaan itu agar bisa menjadi rumah untuk mereka yang lari dari oven penyihir. Dalam petualangannya membangun kerajaan kukis (yang dimiliki pemain), mereka bertemu dengan Custard Cookie III dan Chili Cookie; kelima kukis inilah yang menjadi tim sentral dalam cerita CRK, walaupun dalam sepanjang perjalanan cerita mereka bertemu dengan banyak kukis lain, termasuk kukis legenda seperti Pure Vanilla Cookie, Holly Berry Cookie dan juga Dark Enchantress Cookie beserta para anak buahnya.

Selain mode cerita petualangan dunia, CRK juga memiliki banyak cerita sampingan yang biasa disebut *event stories*; biasanya *mode* ini dikaitkan dengan kemunculan kukis baru atau implementasi fitur baru. Cara mendapatkan kukis pada CRK ada beberapa cara, melalui hadiah bulanan (gratis), melalui *event* (biasanya berupa undian dengan melakukan kegiatan dalam gim), atau *gacha* (melakukan undian dengan menggunakan *gemstone* yang bisa dibeli dengan uang atau didapat pada

saat tertentu) [10]. Sejauh penelitian ini ditulis (2022) sudah terdapat 67 kukis yang muncul di CRK, penelitian ini akan membahas implementasi penggunaan kukis Gingerbread Man sebagai dasar penciptaan kukis baru dengan menambahkan berbagai elemen yang ada. Serta penggunaan kukis-kukis ini pada beberapa media lain selain gim CRK.

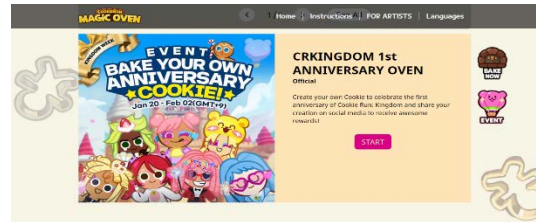
Secara garis besar, kukis dapat dikategorikan berdasarkan kelangkaan, posisi, dan kelas. Ketiga hal ini kerap menjadi penentu potensi dalam komposisi tim. Secara kelangkaan, kukis di CRK dibagi menjadi *common*, *rare*, *special*, *epic*, *legendary* dan *ancient*, dimana *common* merupakan kukis yang paling umum, dan *legendary* dan *ancient* adalah kukis paling langka dengan *rate* keberhasilan mendapatkan mereka dalam *gacha* hanya sekitar 0,3%. Secara total keseluruhan pada saat penelitian ini dilakukan, kukis langka ini sudah ada 4 (2 *legendary* dan 2 *ancient*), sementara kukis *special* adalah kukis khusus yang hanya ada pada saat *event* kolaborasi dengan Sonic the Hedgehog milik SEGA. Untuk posisi, terdapat tiga posisi yakni *front*, *middle*, dan *rear*, sementara untuk kelasnya sendiri, kukis ini terbagi menjadi 8 kelas, *defense*, *charge*, *ambush*, *magic*, *healing*, *support*, *bomber*, dan *range*; tidak semua kategori memiliki kukis dari kelas-kelas ini. *Sample* awal yang akan diambil adalah dua buah kukis *legendary* yakni Sea Fairy dan Frost Queen, kedua kukis ini adalah kukis populer yang menjadi incaran para pemain karena kemampuan dan kelangkaan yang mereka miliki.



Gambar 3. Sea Fairy dan Frost Queen
(Sumber: <https://cookiekingdom.fandom.com>, diakses Desember 2021)

Pembahasan

Bentuk dasar kukis atau dalam istilah CRK: *dough* (adonan) dari kedua kukis ini masih menyerupai bentuk dasar kukis Gingerbread Man, ini bisa dilihat dari bentuk tubuh terutama kepala dan tangan (kedua kaki tidak tampak karena tertutup kostum), namun dengan tambahan berupa elemen air (laut) dan es, juga bila dilihat pada cerita yang dimiliki kedua kukis ini, terdapat elemen dongeng di dalamnya. Bentuk dasar ini juga diakui oleh Devsister, seperti yang bisa dilihat pada cookieoven.com, sebuah *website* untuk penggemar yang dikelola Devsister. Pada *web* ini, penggemar bebas membuat desain kukis idamannya dengan menggunakan *template* yang ada.



Gambar 4. Website Magic Oven yang dikelola Devsisters

(Sumber: cookieoven.com, diakses Januari 2022)

Analisis Sea Fairy Cookie

Sea Fairy adalah kukis *legendary playable* pertama keluar pada CRK, keluar pada *update Tropical Island*, 3 Agustus 2021 bersamaan dengan Sorbet Shark Cookie (*epic*). Sea Fairy adalah kukis kategori *bomber* dengan posisi *middle*. Walau sudah rilis hampir setengah tahun lalu, hingga saat ini Sea Fairy masih diminati karena kemampuannya yang kuat, bersifat area dan juga bisa menyebabkan kondisi *stun* pada lawan selama beberapa detik, sehingga membuat musuh tidak bisa bergerak, kemampuan ini sangat berguna terutama pada fitur arena (pertarungan antar pemain) dan petualangan dunia.

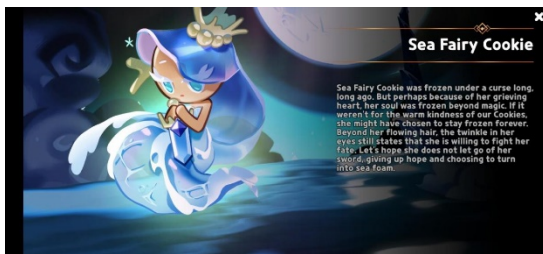


Gambar 5. Sea Fairy Mengeluarkan Kemampuannya
(Sumber: Gim Cookie Run Kingdom, diakses Januari 2022)

Secara fisik, adonan Sea Fairy berwarna coklat muda, cenderung pucat bila dibandingkan dengan Gingerbread Man pada umumnya; memiliki mata berwarna biru muda dengan bulu mata putih yang lentik, rambutnya berwarna biru muda dengan bentuk seperti gelombang air yang bergerak, mirip dengan ombak laut, poninya membung tinggi di salah satu sisi, dan di sisi lain poninya menutup sebagian dari mata kanannya. Sea Fairy mengenakan gaun biru muda tanpa lengan dengan bentuk yang juga menyerupai ombak, gaun ini

panjang hingga menutupi kakinya. Sea Fairy juga memakai hiasan mahkota dari cangkang kerang dengan mutiara di atas kepalanya serta memegang belati biru pendek dengan permata berbentuk belah ketupat.

Bila dilihat dari keterangan pada gimnya, Sea Fairy juga terinspirasi dari dongeng putri duyung, karena pada deskripsi ceritanya, disebutkan bahwa Sea Fairy akan menjadi buih di laut ketika ia kehilangan harapan dan saat melepas pedangnya. Hal ini terdapat pada dongeng putri duyung yang asli, dimana pada dongeng, putri duyung akan berubah menjadi buih laut jika pangeran tercinta menikah dengan orang lain; untuk mencegah hal ini, saudara perempuan sang putri duyung memberinya belati untuk digunakan untuk membunuh pangeran sebelum dia bisa menikah. Putri duyung tidak bisa memaksa dirinya untuk membunuhnya dan malah membuang belati, segera setelah itu meleleh menjadi buih laut. Sea Fairy kadang-kadang disebut sebagai Sea Nymph Cookie, sekali lagi berkaitan dengan putri duyung. Secara sifat, dikarenakan Sea Fairy tidak mendapatkan cerita sendiri dapat dilihat dari *quotes* dalam gimnya, Sea Fairy memiliki karakter yang cenderung penyabar, pendiam dan juga sangat percaya akan takdir, karena ucapan karakternya yang tidak jauh dari takdir dan penantian.



Gambar 6. Deskripsi *Sea Fairy* pada Gim.
(Sumber: Gim Cookie Run Kingdom, diakses Januari 2022)

Analisis Frost Queen Cookie

Frost Queen merupakan kukis *legendary* kedua yang keluar pada 18 November 2021 pada update *The Frost Witch & the Lantern in the Snow*, bersamaan dengan Cotton Cookie (*epic*). Frost Queen kukis muncul pertama kali di CRK, ia merupakan kukis eksklusif yang hanya dimiliki CRK dan bukan judul-judul Cookie Run sebelumnya. Frost Queen adalah kukis kategori *magic* dengan posisi *middle*. Frost Queen termasuk kukis yang menjadi incaran pemain karena kemampuan yang dimilikinya, serangan yang dimiliki Frost Queen bersifat area dan bisa membekukan musuh, membuat tidak dapat bergerak selama beberapa detik, dan setelah kondisi beku itu pecah, musuh akan mendapat *damage* tambahan yang cukup besar. Kemampuan ini membuat Frost Queen menjadi idola pemain pada fitur arena dan juga Mayhem.



Gambar 7. *Frost Queen* Mengeluarkan Kekuatannya
(Sumber: Gim Cookie Run Kingdom, diakses Januari 2022)

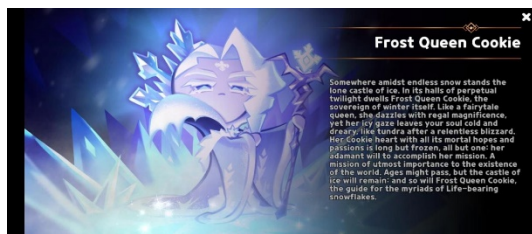
Secara fisik, adonan dasar Frost Queen berwarna biru muda pucat, sangat jauh dengan warna kukis Gingerbread Man pada umumnya; namun bentuk tubuh yang terlihat seperti kepala dan tangan masih sama dengan Gingerbread Man. Dia memiliki mata cenderung agak kecil dengan warna bola mata biru muda, bulu mata putih lebat dan alis putih yang cukup tebal. Rambutnya berwarna putih dengan sentuhan biru muda, diikat konde ke belakang dengan poni menjuntai di salah satu sisinya. Frost Queen menggunakan kostum yang menutupi tubuhnya berupa *coat* berwarna kombinasi biru muda dan putih tebal dengan kerah tinggi yang membentuk lengkungan salju, *coat* ini juga dilengkapi dengan bulu di ujung tiap bagiannya serta motif *snowflakes* di bagian bawah dan tengah. Aksesori yang dipakainya berupa tusuk konde berbentuk *snowflakes*, dan sebuah bros. Frost Queen juga membawa sebuah tongkat sihir tinggi dengan warna senada yakni biru muda dengan sentuhan gradasi biru tua.

Bila dilihat dari keterangan pada gimnya, Frost Queen ini mengadaptasi langsung Snow Queen dari dongeng Hans Christian Andersen, dimana pada dongeng aslinya, Snow Queen digambarkan sebagai ratu penguasa musim salju yang memiliki istana salju, ia menculik seorang anak yang kemudian ia bawa ke istananya, hingga pada akhirnya sahabat si anak datang untuk menjemputnya. Cerita ini juga tergambar pada *event* Frost Queen walau dengan akhir yang berbeda, pada gim, Frost Queen digambarkan menolong Sorbet Cookie yang sakit-sakitan dengan membawanya ke istana miliknya. Cotton yang merupakan sahabat Sorbet mencari dan menyusul Sorbet. Cotton berusaha menolong Sorbet yang hampir sudah tidak memiliki waktu dengan bantuan petunjuk dari Frost Queen yang merupakan penjaga alam di wilayah bersalju itu; walau pada akhirnya Sorbet tetap tidak bisa tertolong. Secara sifat, Frost Queen digambarkan tenang, cenderung tampak dingin tapi ternyata memiliki sisi lembut yang hanya diketahui beberapa kukis saja (seperti Cotton). Semasa ia hidup sebagai kukis biasa, Frost Queen digambarkan sebagai seorang dokter kukis bernama Frost Cookie yang memiliki kemauan kuat bahkan hingga alam menjemputnya dalam kematian dan menjadikannya Frost Queen yang dikenal sekarang.



Gambar 8. Cerita Latar Belakang Frost Queen (Sumber: Gim Cookie Run Kingdom)

Pada deskripsi karakter dalam gim, Frost Queen dijabarkan dengan kalimat 'seperti ratu pada dongeng' yang merujuk pada dongeng Snow Queen, dan juga dideskripsikan sebagai *guide* bagi para *snowflakes* yang ingin kembali ke alamnya seperti Sorbet.





Gambar 9. Deskripsi Frost Queen dalam Gim (Sumber: Gim Cookie Run Kingdom, diakses Januari 2022)

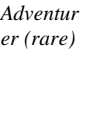








Kedua kukis di atas merupakan kukis favorit pemain hingga saat penelitian ini dibuat, hal yang membuat pemain memburu kedua kukis tersebut tidak bisa dipungkiri adalah kemampuan yang dimiliki kedua kukis tersebut, hal ini juga dikemukakan oleh Andelina pada penelitiannya dengan gim berbasis *tower defense* yang menemukan hasil yang sama, yakni ketenaran suatu karakter lebih dikarenakan oleh kemampuan yang dimiliki oleh karakter itu sendiri. Hal yang sama juga terjadi pada CRK, dimana kemampuan sebuah kukis akan menentukan ia menjadi karakter yang diburu pemain atau tidak [6].








Dari dua sampel di atas dapat dilihat bahwa pada penciptaan desain visual kukis pada CRK terdapat beberapa elemen yang dicampurkan dengan bentuk dasar adonan kukis, yakni dongeng yang disertai penambahan elemen alam seperti air dan es (sesuai dengan karakter dalam dongeng terkait), kostum yang digunakan kukis cenderung mengikuti elemen-elemen tersebut, namun pencampuran mitos dan elemen ala ini belum tentu diterapkan pada semua kukis. Dengan penjabaran dalam bentuk tabel seperti di bawah, kukis pada tabel diurutkan berdasarkan kelangkaannya dalam gim dan kemudian dibedah secara sederhana untuk mengetahui elemen




dasar dan detail dari elemen-elemen lain yang ditambahkan ke dalam penciptaannya.

Tabel 1. Cookies Dengan Berbagai Macam Elemen Kostum Cookies Diurutkan Berdasarkan Tingkat Kelangkaannya

Nama Kukis	Adonan (dough)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum
 Angel (commo)	Coklat muda kekuningan	2	Malaikat	Ada, seperti rok, memiliki sayap
 Beet (commo)	oklat kekuningan	1	Buah Bit	Ada, hoodie berbentuk bit, jubah berwarna hijau
 Muscle (commo)	oklat muda, seperti GingerBrave	2	Otot (Muscle) egulat	Ada, topeng pegulat, celana ketat pendek
 Ninja (commo)	oklat muda, seperti GingerBrave	1	Ninja	Ada, pakaian ninja satu badan, disertai topeng
 Wizard (commo)	Coklat muda, seperti GingerBrave	1	Penyihir	Ada, jubah, syal, topi kerucut khas penyihir
 Strawberry (commo)	Coklat muda, seperti GingerBrave	2	Buah strawberry Permen lolipop	Ada, hoodie berbentuk strawberry pada bagian kepala.
 Princess (rare)	Coklat muda, seperti GingerBrave	1	Putri	Ada, gaun ballroom, mahkota
 Avocado (rare)	Coklat agak gelap	2	Buah alpukat Pekerja konstruksi	Ada, baju gaya overall, goggles
 Knight (rare)	Coklat muda kekuningan	1	Kesatria zirah jaman medieval	Ada, baju zirah

Nama Kukis	Adonan (<i>dough</i>)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum	Nama Kukis	Adonan (<i>dough</i>)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum
<i>Devil (rare)</i> 	Merah	1	Iblis/setan	Ada, <i>hoodie</i> di kepala, sayap	<i>Onion (rare)</i> 	Coklat kekuningan pucat	3	Bawang bombay ungu Hantu Anak kecil	Ada, piyama putih, boneka
<i>Adventurer (rare)</i> 	Coklat muda seperti <i>GingerBrave</i>	1	<i>Indiana Jones</i>	Ada, topi, kemeja, celana panjang	<i>Custard Cookie III (rare)</i> 	Coklat muda dengan <i>blush</i> berwarna coklat	2	<i>Custard Pangeran /raja</i>	Ada, baju putih, celana model balon, jubah
<i>Blackberry (rare)</i> 	Coklat muda kekuningan	1	<i>Maid/pelayan</i>	Ada, baju <i>maid</i> dengan hiasan kepala	<i>Werewolf (epic)</i> 	Coklat muda pucat kekuningan	1	Manusia Serigala	Ada, kaos, celana panjang yang robek di bagian bawah, kaos
<i>Pancake (rare)</i> 	Coklat muda, dengan <i>blush</i> coklat lebih tua pada pipi	2	<i>Pancake Tupai terbang</i>	Ada, <i>hoodie</i> pada kepala, jubah terbang, overall coklat	<i>Dark Choco (Epic)</i> 	Coklat gelap	3	Dark <i>chocolat</i> Biskuit coklat dengan krim putih (seperti oreo), Ksatria kegelapan pada era <i>medieval</i>	Ada, jubah hitam panjang dan lebar, pakaian serba hitam
<i>Cherry (rare)</i> 	Coklat muda terang	3	Buah ceri merah <i>Red Riding Hood Bom</i>	Ada, jubah merah dengan <i>hoodie</i> , rok merah dengan kaos kaki putih	<i>Alchemist (rare)</i> 	Coklat muda kuning	1	Peneliti kimia	Ada, jubah pendek, dalaman hitam, topi
<i>Gumball (rare)</i> 	Coklat muda kemerahan	2	Bola-bola permen karet, Seniman	Ada, <i>jumpsuit</i> biru, helm yang penuh cat.	<i>Purple Yam (Epic)</i> 	Ungu gelap	3	Ubi ungu, Generalis asi orang kulit hitam, Gladiator	Ada, celana dan armor gladiator
<i>Carrot (rare)</i> 	Coklat agak gelap, dengan <i>blush</i> lebih gelap pada pipi	2	Wortel, Petani	Ada, kemeja hijau, <i>overall</i> coklat	<i>Kumihō (epic)</i> 	Coklat muda	1	Siluman rubah (<i>kumihō</i>)	Ada, <i>hanbok</i> yang dimodifikasi
<i>Clover (rare)</i> 	Coklat muda cenderung pucat	3	Daun Semanggi, Mitos keberuntungan, <i>Bard</i> (penyair +penyanyi yang menceritakan kisah tentang pahlawan dan dongeng)	Ada, jubah hijau, topi lancip berwarna hijau	<i>Red velvet (epic)</i> 	Coklat kemerahan gelap	2	Kue <i>Red Velvet</i> Petarung	Ada, celana putih, Jaket merah, sarung tangan, armor pelindung bahu
					<i>Raspberry (epic)</i> 	Coklat kemerahan	2	Buah <i>raspberry</i> Pemain anggar Zaman <i>medieval</i>	Ada, jubah merah, <i>caravat</i> , celana putih

Nama Kukis	Adonan (<i>dough</i>)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum	Nama Kukis	Adonan (<i>dough</i>)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum
<i>Mala Sauce (epic)</i> 	Coklat muda kemerahan	3	Bumbu mala Viking Star anise (bunga lawang)	Ada, topi viking, baju coklat muda pucat, celana coklat tua	<i>Espresso (epic)</i> 	Coklat gelap	2	Kopi espresso Penyihir	Ada, jubah penyihir, coat
<i>Tea Knight (epic)</i> 	Coklat kekuningan	2	Teh Ksatria	Ada, armor besi, jubah	<i>Latte (epic)</i> 	Coklat		<i>Latte</i> Penyihir	Ada, topi, baju penyihir
<i>Milk (epic)</i> 	Coklat susu muda	2	Susu putih Ksatria templar	Ada, setelan putih, syal	<i>Licorice (epic)</i> 	Abu abu	2	Permen akar manis (<i>licorice/liquorice</i>) Penyihir Dewa kematian	Ada, jubah penyihir berhoodie
<i>Madeline (epic)</i> 	Coklat muda kekuningan	2	Kue <i>madeline</i> Ksatria	Ada, armor ksatria	<i>Pumpkin Pie (epic)</i> 	Coklat muda GingerBrave	3	Pie labu Labu parang Gothic Lolita Halloween	Ada, gaun lolita dress dengan hiasan kepala
<i>Strawberry Crepe (epic)</i> 	Coklat muda pucat	3	Crepe strawberry Tangan robot/mesin	Ada, coat, celana panjang, armor digunakan saat beraktifitas	<i>Twizzly Gummy (epic)</i> 	Coklat kemerahan tua	2	Permen gummy panjang <i>Outlaw</i>	Ada, <i>crop top</i> , <i>hotpants</i>
<i>Moon Rabbit (epic)</i> 	Coklat sangat muda	3	Mochi Kelinci Mitos kelinci bulan	Ada, syal baju warna warni, celana balon, kaos kaki	<i>Pastry (epic)</i> 	Coklat muda kekuningan	2	Pastry Biarawati	Ada, baju panjang biarawati yang dimodifikasi, veil
<i>Cocoa (epic)</i> 	Coklat	2	Cocoa drink (Minuman coklat) Marshmallow Hangat	Ada, baju gaun putih dan coat putih tebal	<i>Rye (epic)</i> 	Coklat muda	2	<i>Rye</i> (gandum hitam)Koboi	Ada, pakaian koboi beserta topi
<i>Snow Sugar (epic)</i> 	Coklat muda kekuningan	1	Kue <i>gem rose</i> Anak kecil	Ada, coat biru muda, <i>Ear muff</i>	<i>Vampire (epic)</i> 	Coklat muda	1	<i>Vampire</i>	Ada, tuxedo hitam dengan kerah putih, celana Panjang putih, <i>coat</i>
					<i>Lilac (epic)</i> 	Coklat agak gelap	2	Bunga lilac Penari perut <i>Assasin</i>	Ada, <i>veil</i> , baju penari perut (<i>bedlah</i>)
					<i>Cotton (epic)</i> 	Krem muda, cenderung pucat	2	Kapas Gembala domba	Ada, baju terusan tebal dari bahan bulu

Nama Kukis	Adonan (<i>dough</i>)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum	Nama Kukis	Adonan (<i>dough</i>)	Jumlah Elemen Pembentuk	Elemen Pembentuk	Kostum
<i>Cream Puff (epic)</i> 	Krem	3	Kue sus Penyihir Murid	Ada, gaun coklat muda panjang, <i>coat</i> biru, topi coklat muda				(Dari the little mermaid) Mutiar hitam	mahkota, hiasan mutiara di kepala
<i>Almond (epic)</i> 	Coklat muda	2	Kacang almond Detektif	Ada, kemeja, celana Panjang, dasi, <i>shoulder holster</i> , coat coklat muda					
<i>Mint Choco (epic)</i> 	Coklat	2	Coklat <i>mint</i> Pemain biola	Ada, tuxedo putih dengan celana coklat tua					
<i>Pomegranate (epic)</i> 	Coklat muda	2	Buah delima Pendeta kuil korea (<i>mudang</i>)	Ada, baju <i>mudang</i> berwarna merah					
<i>Parfait (epic)</i> 	Coklat krem	2	Es krim <i>parfait</i> Penyanyi dan gitaris Idola/artis	Ada, rok terusan					
<i>Fig (epic)</i> 	pink	2	Buah Fig Cervitaur (campuran antara manusia dengan rusa)	Ada, topi, pelindung bahu, penutup dada					
<i>Hollyberry (Ancient)</i> 	Coklat muda	2	<i>Hollyberry</i> Ksatria	Ada, armor, rok					
<i>Pure Vanilla (Ancient)</i> 	Coklat muda pucat	3	Vanilla <i>Cone</i> es krim Pendeta	Ada, jubah krem dan pakaian putih					
<i>Dark Cocoa Cookie (Ancient)</i> 	Coklat gelap cenderung hitam	2	Coklat pekat Ksatria	Ada, mahkota, jubah, pakaian zirah					
<i>Black Pearl (Legendary)</i>	Abu-abu pucat	3	Laut Mermaid Ursula	Ada, gaun hitam, sayap kelelawar hitam,					

(Sumber: Data Pribadi, 2022)

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa walau menggunakan elemen dasar yang sama, yakni *dough* kukis *gingerbread man*, pencampuran dengan berbagai elemen ke dalamnya bisa menciptakan beragam variasi kukis yang berbeda antara satu sama lain. Selain gim, beberapa karakter CRK muncul juga di media lain yakni animasi promosional, buku cerita anak dan juga *merchandise*. Video animasi ini muncul untuk beberapa hal, yakni *intro* dalam gim, *intro video* untuk kukis pada fitur *gacha* di dalam gim, dan juga untuk kepentingan promosi CRK. CRK memiliki beberapa *video* dalam bentuk animasi 2D dan juga 3D. CRK juga memiliki animasi cerita singkat pada *platform Youtube* resminya yang berjudul *Gnomed*. Pada *video* ini diambil dari sudut pandang para Sugar Gnomes dan bercerita tentang keseharian mereka dengan para kukis, untuk mengenal lebih dekat para kukis dan kesehariannya. Sama seperti IP lain pada umumnya, CRK atau *Cookie Run* secara IP, memiliki *merchandise* untuk memenuhi permintaan penggemar, mereka juga memiliki toko resmi di *en.cookieunstore.com*. *Cookie Run* juga sering melakukan kolaborasi dengan produk-produk dan IP lain, *Cookie Run* pernah melakukan kolaborasi dengan brand seperti *Dunkin Donut* (Thailand), *Tous les Jours* (di beberapa negara, termasuk Indonesia), *7th Eleven* di Korea untuk produk susu, *Sonic The Hedgehog*, *Disney* dan yang terakhir adalah dengan grup idola Korea, *BTS*.

Petualangan para kukis ini juga diterbitkan dalam buku pengetahuan. Pada buku-buku ini cerita tidak lagi berpusat pada gimnya sendiri, namun pada tema yang diusung oleh buku, kukis ada untuk menjelaskan tema-tema tersebut dilengkapi dengan penggambaran sifat dan relasi antar kukis yang sesuai dengan gimnya. Buku cerita edukasi ini sudah terjual lebih dari 4 juta kopi di Korea dan sudah dilisensi di Indonesia, Taiwan dan Thailand. Buku ini juga sering memenangkan penghargaan di kategori "*Excellent Children's Books*".



Gambar 15. Buku Edukasi *Cookie Run*
(Sumber: <https://edukasi.kompas.com/>)

KESIMPULAN

Dari pemaparan dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa: 1.) Penggunaan teknik *manga matrix* dan antropomorfisme dalam penciptaan karakter dapat membuat kombinasi-kombinasi yang sangat variatif pada penciptaan desain karakter, bahkan dapat mencampurkan elemen-elemen yang tidak ada hubungan sama sekali bukan satu kesatuan/tidak berhubungan pada sebuah desain karakter. Hal ini dapat dilihat pada tabel pembedahan karakter *cookies*. 2.) Penambahan elemen *nonvisual* seperti cerita (*backstory*) dan juga sifat, dapat memperkuat desain visualisasi karakter, hal ini dapat dilihat pada pembedahan sampel karakter. 3.) Gaya desain yang digunakan dalam pembuatan desain karakter tidak selamanya harus mengikuti pop kultur yang sedang naik daun, karena terbukti dengan desain yang unik dan kuat dapat membuat karakter menjadi ikonik, diingat dan disukai oleh penggemarnya.

SARAN

Bagi penelitian selanjutnya hasil penelitian ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi penelitian mengenai pengembangan penciptaan karakter menggunakan teknik *antropomorfise*. Dapat juga dikembangkan dengan membandingkan Cookie Run Kingdom dengan gim lain yang menggunakan teknik penciptaan desain yang sama (atau berbeda), untuk mendapatkan secara lebih pasti mengenai minat pemain terhadap jenis desain karakter yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. . Pratama, "Industri Game Indonesia diramal Terus Tumbuh, Smartphone Pemicunya," *Kompas.com*, 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/11/07/08020077/industri-game-indonesia-diramal-terus-tumbuh-smartphone-pemicunya?page=all> (accessed Mar. 29, 2022).
- [2] Devsister, "Cookie Run: Kingdom - Apps on Google Play." <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.devsisters.ck&hl=en&gl=US> (accessed Mar. 29, 2022).
- [3] P. Safariani, "Penyebaran Pop Culture Jepang Oleh Anime Festival Asia (Afa) Di Indonesia Tahun 2012-2016," *eJournal Ilmu Hub. Int.*, vol. 5, no. 3, pp. 729–744, 2017, [Online]. Available: [http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Ejournal Putri Safariani \(08-08-17-07-14-28\).pdf](http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Ejournal_Putri_Safariani_(08-08-17-07-14-28).pdf).
- [4] E. Delgado-Ballester, M. Palazón, and J. Peláez, "Anthropomorphized vs objectified brands: which brand version is more loved?," *Eur. J. Manag. Bus. Econ.*, vol. 29, no. 2, pp. 150–165, 2020, doi: 10.1108/EJMBE-04-2019-0063.
- [5] T. Wahab and H. Y. S. Nugroho, "Visualisasi Desain Karakter Satelit Palapa Sebagai Media Edukasi Melalui Komik," 2020.

- [6] I. R. Andelina and R. Souwandi, "Analisis Anthropomorphism Dalam Desain Karakter Gim Arkknights," vol. 14, no. 2, pp. 175–189, 2021.
- [7] Devsister, "DEVSISTERS," *Devsister*. <https://www.devsisters.com/en/story/> (accessed Mar. 29, 2022).
- [8] I. R. Andelina, "Kajian Desain Karakter Persona 4 Berdasarkan Pendekatan Archetype Dan Manga Matrix," *Narada J. Desain dan Seni*, vol. 7, no. 1, p. 61, 2020, doi: 10.22441/narada.2020.v7.i1.005.
- [9] T. Alvini and T. Guntur, "Perancangan Karakter Antropomorfik Eka Dasa Rudra," *J. Tingkat Sarj. Senirupa dan Desain*, vol. 1, no. 2, pp. 1–7, 2014.
- [10] K. Y. Putra, "Pengalaman Konsumen Dalam Pembelian Karakter Pada Sistem Gacha Dalam Game Genshin Impact," no. 1, p. 1, 2021, [Online]. Available: <http://repository.bakrie.ac.id/5334/1/00.Cover.pdf>.

Keterlibatan *Audiens* Dalam Narasi Visual Video Musik Berbasis *Virtual Reality*

Anggi Almira Rahma

Desain Komunikasi Visual, Universitas Mercu Buana, Jakarta Barat, Indonesia

Email: anggi.almira@mercubuana.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: anggi.almira@mercubuana.ac.id

Abstrak: *Virtual Reality* saat ini sudah menjadi media yang cukup *mainstream* di luar negeri. Banyak desainer, musisi, ataupun seniman lainnya yang menggunakan media ini untuk menunjukkan karyanya. Tujuannya adalah tidak hanya untuk memberikan sentuhan inovasi dan teknologi pada karyanya, namun juga untuk melibatkan audiens secara aktif dalam karyanya. Keterlibatan audiens dalam narasi visual video musik berbasis VR merupakan objek penelitian ini. Metode yang digunakan untuk menyampaikan narasi visual yang dikemas dalam media VR akan sangat berbeda dengan media layar. Media VR tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan namun juga melibatkan audiens secara utuh ke dalam dunia maya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas bagaimana cara melibatkan audiens dalam sebuah cerita agar dapat mengikuti dan memahami alur yang ingin disampaikan dengan menggunakan media VR. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun studi kasus yang digunakan yaitu *video* musik dengan judul “The Hills” karya dari penyanyi The Weeknd dan Eminem. Penelitian objek dilakukan dengan analisis konten visual *video* dan cara penyampaian pesan melalui media VR. Analisis pembahasan dilakukan dengan pendekatan teori narasi visual. Hasil dari penelitian ini berupa penjelasan deskriptif bagaimana pengguna terlibat secara aktif dalam dunia virtual dengan konten video musik. Konten VR video musik masih jarang diproduksi dan dipublikasikan sehingga penelitiannya pun sangat terbatas. Hal itu membuat penelitian ini menjadi menarik dan patut untuk didiskusikan lebih lanjut.

Kata Kunci: Narasi Visual; Video Musik; *Virtual Reality*

Abstract: *Virtual Reality* has now become a fairly *mainstream* media abroad. Many designers, musicians or other artists use this medium to show their work. The goal is not only to give a touch of innovation and technology to his work, but also to actively involve the audience in his work. Audience involvement in VR-based music video visual narratives is the object of this research. The method used to convey visual narratives packaged in VR media will be very different from screen media. VR media not only functions to convey messages but also engages the audience as a whole into the virtual world. The purpose of this study is to discuss how to involve the audience in a story so that they can follow and understand the flow that is to be conveyed using VR media. This study uses a qualitative method with a case study approach. The case study used is the music video entitled "The Hills" by singers The Weeknd and Eminem. Object research is carried out by analyzing the visual content of the video and the way messages are conveyed through VR media. Discussion analysis was carried out using a visual narrative theory approach. The results of this study are in the form of descriptive explanations of how users are actively involved in the virtual world with music video content. VR music video content is still rarely produced and published, so the research is very limited. This makes this research interesting and worthy of further discussion.

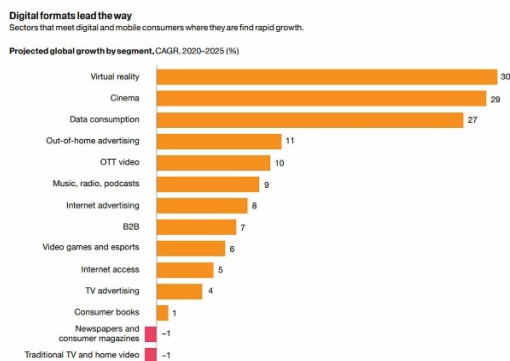
Keywords: Music video; *Virtual Reality*; Visual Narrative

PENDAHULUAN

Virtual Reality atau VR adalah salah satu teknologi yang seolah-olah dapat memindahkan manusia ke dunia maya. VR merupakan media teknologi yang berkembang dan menyebar ke seluruh dunia dengan sangat cepat. Berdasarkan data yang diberikan oleh PricewaterhouseCoopers (PwC), pertumbuhan teknologi VR sangat pesat hingga tahun 2025 [10]. Namun pertumbuhan pesat

tersebut tidak diimbangi dengan konten VR yang ada di masyarakat, maka industri ini lebih meningkatkan fokusnya pada bidang hiburan teknologinya, namun PwC memproyeksikan bahwa hingga tahun 2025, konten VR akan tetap yang paling cepat pertumbuhannya dalam industri media dan hiburan dibandingkan dengan media lainnya. Sebagai respon dari data dan riset-riset lainnya

mengenai perkembangan teknologi dan permintaan konten media VR, maka mulai banyak pelaku industri kreatif dan hiburan memanfaatkan momentum ini. Saat ini sudah sangat banyak konten VR yang dapat diakses di *YouTube*. Selain konten video, konten VR juga mencakup *game* dan edukasi yang dapat ditemukan di *media Stream*, *Google Play*, atau *App Store*. Meskipun konten VR sudah cukup banyak, namun *video* musik dengan teknologi VR belum massif dikembangkan. *Video* musik pertama yang menggunakan teknologi VR dan dipublikasikan ke *platform YouTube* adalah milik penyanyi Bjork asal Islandia dengan judul “Stonemilker” pada tahun 2015.



Gambar 1. Data Pertumbuhan Teknologi Oleh PwC [10]

Setelah *video* musik tersebut berhasil mengguncang industri musik saat itu, mulai bermunculan *video* musik dengan teknologi VR di tahun-tahun berikutnya. Salah satu *video* musik berbasis VR yang menarik dibahas adalah *video* musik milik The Weeknd bersama dengan Eminem yang berjudul “The Hills”. Hal tersebut menjadi menarik karena pada umumnya *video* musik dibuat mengikuti durasi lagu namun lain halnya dengan *video* musik “The Hills”. *Video* musik tersebut tidak menampilkan lagu secara utuh, melainkan hanya bagian *reff* dan berdurasi 1 menit 51 detik. Selain durasinya yang cukup singkat, *video* musik tersebut juga memiliki cara penyampaian cerita yang sangat khas dalam *media* VR.

Narasi visual atau penyampaian cerita melalui visual di setiap media pasti memiliki caranya masing-masing. Begitupun dengan *media* VR. *Virtual Reality* sebagai salah satu *media* digital yang dapat memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk menjelajah dunia virtual secara 360° memiliki cara tersendiri untuk menyampaikan cerita. VR melibatkan kontrol indera penglihatan dan pendengaran untuk menciptakan pengalaman yang imersif dan menempatkan *audiens* di lingkungan virtual yang menyerupai kenyataan [9]. Apa yang harus *audiens* lihat, bagaimana mengarahkan pandangan *audiens* ke titik tertentu, dan bagaimana *audiens* mau mengikuti arahan dari *video* tersebut menjadi hal-hal penting dan menarik untuk didiskusikan. Jika *audiens* tidak mau mengikuti arahan yang telah dibuat atau *audiens* tidak tahu apa yang harus dilihat dalam dunia virtual, maka pesan atau cerita yang ingin disampaikan tidak dapat diterima secara utuh oleh *audiens*.

Penyampaian cerita dengan metode yang tepat menggunakan *media* VR tidak hanya membuat *audiens* mengerti dengan cerita namun juga merasa larut (*immerse*) ke dalam dunia virtual tersebut. Pada studi kasus ini, *video* musik “The Hills” menggunakan pergerakan kamera untuk mengarahkan *audiens* ke titik yang ingin dituju pencerita. Selain itu terdapat juga elemen-elemen lainnya seperti kembang api dan ledakan yang secara tidak langsung menjadi target utama untuk dilihat *audiens* dalam VR. Berdasarkan hal tersebut, melalui perspektif akademis menangkap sesuatu yang menarik untuk didiskusikan, bahwa studi kasus tersebut dapat memberikan metode ataupun pendekatan kreatif dalam menyampaikan narasi visual. Fokus diskusi diarahkan pada satu pertanyaan untuk menemukan hasil yang relevan, yakni bagaimana cara melibatkan *audiens* dalam sebuah cerita agar dapat mengikuti dan memahami alur yang ingin disampaikan dengan menggunakan *media* VR.

Penelitian sejenis yang terkait dengan narasi visual dalam *video* musik berbasis VR sebelumnya pernah dibuat oleh [11] yang berjudul “Examining 360° Storytelling in Immersive Music Video” dan [5] yang berjudul “Visual Narrative and Virtual Reality”. Penelitian [11] fokus pada tingkat kedalaman persepsi *audiens* dengan menggunakan *media* VR dan konten *video* musik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [5] fokus pada keterlibatan pengguna dalam *video* 360° yang disebut *Benogo Project*. Pada *project* tersebut, [5] meneliti tentang bagaimana *audiens* dapat terlibat dalam gambar, bagaimana VR dapat meningkatkan keterlibatan, dan bagaimana cerita mempertahankan keterlibatan.

Berdasarkan penjabaran dari penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan sesuatu yang original dan berbeda dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Pada riset ini, penulis mencoba menggali dan bereksplorasi dengan *media* teknologi VR dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif yang pendekatannya dilakukan melalui studi kasus salah satu *video* musik (The Hills oleh The Weeknd feat. Eminem). Penulis mencoba melihat bagaimana keterlibatan *audiens* dan narasi visual dalam *video* musik berbasis VR tersebut. Dari beberapa tinjauan tersebut, penulis akan melakukan penelitian untuk mengembangkan ilmu desain komunikasi visual dalam teknologi multimedia serta menggunakan referensi pada topik yang sejalar/sejenis ini.

Dengan menimbang latar belakang di atas, maka dirumuskan beberapa masalah dan pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana bentuk narasi visual berbasis VR dalam *video* musik “The Hills”? (1) dan bagaimana bentuk keterlibatan *audiens* dalam *video* musik berbasis VR yang berjudul “The Hills”? (2). Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka ditentukan batasan-batasan penelitian, yaitu menganalisis konten narasi visual yang terdapat dalam *video* musik “The Hills” dan bentuk keterlibatan *audiens* ketika merasakan pengalaman VR

dalam *video* musik tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap bentuk narasi visual dan keterlibatan audiens dalam *video* musik berbasis VR yang berjudul “The Hills”.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelusuran dan pandangan dari beberapa literatur sebagai upaya pertimbangan metode penelitian. Metodologi kualitatif merupakan pendekatan yang relevan dalam kasus penelitian ini. Pada penelitian kualitatif dikenal dengan beberapa jenis metode. Jenis metode yang digunakan adalah Studi kasus dengan meriset satu objek penelitian (*video* musik “The Hills”). Metode studi kasus berdasarkan pendekatan tersebut diharapkan mencapai tahap pemaknaan yang lebih mendalam mengenai keterlibatan audiens dalam narasi visual *video* musik berbasis VR. Penulis memilih metode kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan hasil penelitian yang ingin dicapai berupa data deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dan referensi. Pengumpulan data dalam penelitian ini lebih menekankan pada data empiris yang terjadi di lapangan. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: tahap pengidentifikasian, tahap pengolahan, tahap penafsiran [2]. Pada tahap pertama dilakukan identifikasi data dengan mengumpulkan data verbal dan visual yang diperoleh melalui studi pustaka, observasi, wawancara dan audio & visual. Segala data yang ditemukan di lapangan dikelompokkan ke dalam berbagai folder sesuai dengan jenisnya. Data-data serta folder-folder yang telah dibuat diberi judul untuk membantu proses pencariannya ketika dibutuhkan.

Pada tahap kedua dilakukan klasifikasi serta pengolahan data. Proses klasifikasi data dilakukan dengan menggunakan sistem koding. Tahap ini dimulai dengan memilih atau mengelompokkan data penelitian yang telah diidentifikasi sesuai dengan jenis dan sifat data, setelah itu diadakan seleksi data. Seleksi data dilakukan dengan menyisihkan data yang kurang relevan dan berkontribusi atas kebutuhan data pada pokok bahasan.

Tahapan selanjutnya melakukan uji validitas terhadap data-data yang ditemukan. Pada penelitian ini, validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi metode/teknik pengumpulan data dan triangulasi sumber. Triangulasi metode dilakukan dengan melihat kesesuaian data dari tiga jenis teknik pengumpulan data, yaitu dari observasi, wawancara, dan dokumen. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan dengan melihat kesesuaian informasi yang disampaikan oleh narasumber yang diwawancarai.

Tahap terakhir dilakukan analisis data sesuai dengan teori-teori yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menekankan pada analisis keterlibatan audiens dalam narasi visual *video* musik berbasis *Virtual*

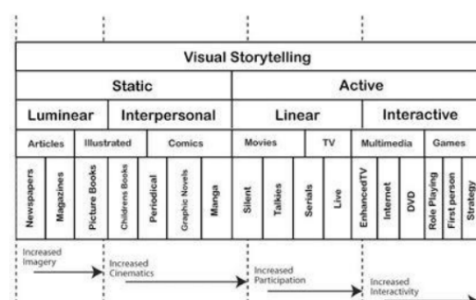
Reality (Studi kasus: *video* musik The Weeknd feat. Eminem – The Hills). Dalam hal ini teori narasi visual dan *Virtual Reality* digunakan untuk membedah kasusnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang baru dilakukan oleh penulis. Pada riset ini, penulis mencoba menggali dan bereksplorasi dengan media teknologi VR dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Penulis mencoba melihat bagaimana keterlibatan audiens dan narasi visual dalam *video* musik berbasis VR tersebut. Dari beberapa tinjauan tersebut, penulis melakukan penelitian untuk mengembangkan ilmu desain komunikasi visual dalam teknologi multimedia serta menggunakan referensi pada topik yang sejalar/sejenis ini.

a. Narasi Visual

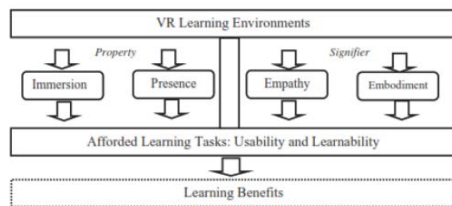
Narasi visual merupakan serangkaian gambar atau bisa juga berbentuk tanda (*signage*) yang menghasilkan sebuah makna dan bertujuan untuk menceritakan sebuah kisah [5]. Narasi visual dalam *video* tentunya akan sangat berbeda dengan yang ada pada media gambar, seperti buku cerita atau komik. Cara penyampaian narasi dalam sebuah *video* atau film akan lebih menggunakan persepsi audiens karena penggunaan elemen-elemen yang dinamis, bukan gambar diam seperti narasi visual dalam komik. Menurut [1], terdapat 2 jenis narasi visual, yaitu narasi visual statis dan aktif. Narasi visual statis mengandung gambar atau teks diam di dalamnya, sementara narasi visual aktif mengandung gambar dan teks yang bergerak, dinamis dan merupakan gabungan dari beberapa media. Berikut bagan penjelasannya.



Gambar 2. Pembagian Jenis Narasi Visual Dalam Buku “Visual Storytelling: The Art and Technique” [1]

Perkembangan teknologi berperan penting dalam keterlibatan audiens. Semakin maju teknologi, maka manusia juga semakin memahami dan dapat memberikan persepsi pada sebuah [4]. Menurut [5], terdapat 2 jenis pengalaman visual, yaitu penerimaan pasif dan persepsi aktif. Saat audiens ada di dalam sebuah ruangan dan melihat ke sekeliling ruangan tanpa melakukan apapun, informasi yang diterima audiens menjadi pasif. Namun ketika audiens tertarik pada sebuah objek dalam ruangan tersebut dan menginginkan informasi lebih mengenai objek itu, maka audiens menjadi aktif terlibat. Jika kita berbicara tentang media apa yang dapat melibatkan audiens secara aktif, maka VR merupakan salah satu

medianya. Perancangan VR yang dilakukan oleh [7], memperkuat pernyataan dari [5] bahwa pengendalian arah pada VR yang dapat dilakukan oleh audiens juga akan berpengaruh terhadap sinkronisasi lingkungan yang dilihat oleh pengguna [6]. Hal tersebut membuat persepsi pengguna benar-benar larut (*immerse*) dalam lingkungan virtualnya.



Gambar 3. VR Learning Environments [9]

b. Keterlibatan Audiens dalam VR

Melalui teknologi VR, seseorang dapat berinteraksi secara fisik dalam lingkungan virtualnya dengan mengeksplorasi, terlibat, dan terjun secara visual. Pembuat konten harus membuat narasi visual yang dapat mengelabui audiens agar percaya bahwa mereka berada di ruang yang sama dengan apa yang mereka lihat di dunia virtual. Realitas virtual atau VR adalah tentang pengalaman imersif, interaktif, dan kontrol diri atas semua indra penglihatan dan pendengaran secara bersamaan [4]. Namun perlu diperhatikan bahwa konten narasi dan lingkungan virtual dalam VR harus seimbang. Audiens harus mampu mengeksplorasi konten dan menikmati alurnya tanpa terganggu dengan dunia virtual yang diciptakan. Narasi dalam VR bisa memiliki berbagai kemungkinan, karena setiap audiens yang ada pada satu lingkungan virtual mungkin untuk menciptakan cerita yang berbeda tergantung pada pilihan dan arah yang mereka buat dalam VR [3]. Berikut ini merupakan bagan penjelasan tentang keseimbangan antara narasi dan dunia virtual.



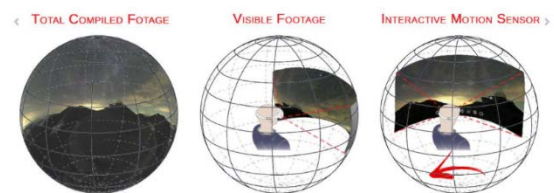
Gambar 4. Pemetaan Hubungan Konten [5]

c. Video Musik sebagai Konten VR

Setelah kita membahas mengenai narasi visual dan keterlibatan audiens di dalam VR, ini adalah saatnya untuk membahas konten narasi visual dalam VR. Banyak hal yang dapat dijadikan konten VR, salah satu yang menarik adalah *video* musik. Pada umumnya audiens

melihat *video* musik melalui layar 2D, lalu bagaimana jika *video* musik diadaptasi ke dalam format VR? Penelitian mengenai hal tersebut sudah pernah dilakukan oleh [11] dalam karya tulis tugas akhirnya yang berjudul “*Examining 360° Storytelling in Immersive Music Videos*”. Pada karya tulis tersebut, [11] menyatakan bahwa penggunaan *Head Mounted Display* (HMD) dapat menangkap perhatian audiens secara utuh. HMD adalah sebuah perangkat berbentuk *Goggle* yang dapat audiens gunakan untuk melihat konten video 360° atau VR secara menyeluruh tanpa ada distraksi dari dunia nyata.

Dalam membuat narasi visual, khususnya untuk *video* musik, yang imersif melalui teknologi VR, pembuat konten harus menempatkan diri pada posisi audiens dan memahami pengalaman kognitif, emosional, dan fisik mereka. Pembuat konten perlu menekankan pada metode perancangan yang berpusat pada pengguna (*user centered design*) berdasarkan pengalaman audiens dan menjadikan hal tersebut pedoman dalam membuat cerita [10].



Gambar 5. Skema Audiens dengan Lingkungan Virtual [4]

Pada dasarnya, *video* musik adalah sebuah cerita [8]. Tassarolo (2001) menyatakan bahwa keberhasilan sebuah lagu terletak pada kemampuan integrasi audio dan visual [7]. Hal tersebut sulit untuk dilakukan karena pada umumnya kemampuan visual manusia lebih menonjol daripada pendengaran. Gambar dapat memberikan ‘getaran’ pada musik untuk meningkatkan emosi *audiens*. Posisi kamera dan sudut pandang *audiens* dalam *video* musik berbasis VR menjadi hal yang sangat penting agar narasi visual dapat tersampaikan secara utuh.

Pada *video* musik berbasis VR “The Hills”, *video* diawali dengan sudut pandang kamera diarahkan menghadap The Weeknd. Posisi kamera berada di atas manusia normal yang berarti sudut pandang audiens sebagai orang ketiga, bukan orang pertama (sudut pandang orang pertama biasanya menggunakan *eye level angle*). Suasana virtual yang dibangun adalah lingkungan tengah kota dengan kabut dan asap tebal sehingga membatasi daya pandang *audiens*.



Gambar 6. Awal video musik “The Hills” [14]

Pada awal permulaan *video*, kamera berjalan mengikuti penyanyi. Tidak ada yang menarik dari narasi visual tersebut. Namun suara ledakan menjadi pemicu *audiens* untuk lebih terlibat dalam *video* musik tersebut. Perhatian *audiens* tertuju pada suara dan visual dari ledakan mobil yang berada di belakang kamera. Suara ledakan secara tidak langsung mengarahkan *audiens* untuk melihat dan mencari ke sekitar lingkungan virtual tentang apa yang sedang terjadi.



Gambar 7. Narasi Visual pada Video Musik “The Hills” [14]

Setelah audio dan visual ledakan mobil mereda, kemudian bermunculan meteor yang mengarahkan *audiens* ke arah langit. Ini merupakan trik yang baik untuk mengarahkan perhatian *audiens* dalam VR. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa *audiens* memiliki kebebasan bernavigasi dalam VR sehingga jika pembuat konten tidak mengarahkan perhatian *audiens* secara terstruktur, penyampaian narasi pun akan terhambat dan daya imersif yang dimiliki media VR dapat menurun.

Pada menit 1:05, arah pandang kamera dipaksa berputar dan berjalan menjauh membelakangi ledakan mobil. Namun api ledakan mobil yang membentuk burung-burung api membuat *audiens* tertarik untuk melihat kembali ke belakang. *Video* ditutup dengan adanya meteor besar yang jatuh dari arah belakang hingga seolah-olah menghantam *audiens*.



Gambar 8. Akhir Video Musik “The Hills” [14]

Pengarahan gerak kamera, elemen visual yang dinamis pada *video* 360° dan didukung oleh audio yang sesuai dengan visual dari *video* musik yang ditampilkan merupakan cara bernarasi yang menarik dan secara tidak langsung ikut melibatkan *audiens* dalam *video* musik tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan di awal bab, *audiens* dikatakan terlibat secara aktif jika *audiens* memiliki ketertarikan untuk melihat dan menggali informasi lebih dalam mengenai objek dalam lingkungannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa keterlibatan *audiens* dalam narasi visual melalui media *Virtual Reality* memiliki cara yang unik dan spesifik. Pembuat konten harus menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada *video*

untuk mengarahkan *audiens* agar dapat menyampaikan cerita secara urut dan utuh. Media *Virtual Reality* memiliki keunggulan dalam hal keterlibatan *audiens* yaitu memiliki daya imersif yang tinggi dan memungkinkan *audiens* untuk melakukan eksplorasi dunia maya secara utuh. Proses mengarahkan *audiens* melalui *Virtual Reality* tidak hanya melibatkan visual, namun dukungan dari audio juga sangat diperlukan agar *audiens* dapat larut (*immerse*) secara utuh ke dalam narasi visual yang disajikan.

SARAN

Penelitian ini menarik untuk diteliti lebih lanjut untuk melihat respon *audiens* dari keterlibatannya dalam *video* musik ini. Penggunaan *Head Mounted Display* (HMD) juga akan lebih mendukung penelitian ini agar menghasilkan data yang lebih valid mengenai daya imersif teknologi VR jika diperuntukkan dalam konten *video* musik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Caputo, T. C. (2003). *Visual Storytelling: Caputo, T. C. (2003). Visual Storytelling: The Art and Technique*. New York: WatsonGuptill Publications
- [2] Murray, J. H. (2017). *The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge, Ma, USA: The MIT Press.
- [3] M. Subana, S. (2005). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- [4] Rahma, A. A. (2020). Perancangan Narasi Visual Simulasi Peran Bakteri dalam Pencernaan Manusia Berbasis *Virtual Reality* untuk siswa SMP. Bandung: Institut Teknologi Bandung. Diambil kembali dari digilib.itb.ac.id.
- [5] Carroll, F., Smyth, M., & Dryden, L. (2004). Visual-Narrative and *Virtual Reality*. *IVLA Conference* (pp. 1-9). Pilansberg, South Africa: International Visual Literacy Association.
- [6] Cohn, N., & Magliano, J. P. (2019). Editors' Introduction and Review: Visual Narrative Research: An Emerging Field in Cognitive Science. *Topics in Cognitive Science*, 1–27.
- [7] Tassarolo, M. (2001). The Perception of the Song and Its Video Clip . *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 1-7
- [8] Rahma, A. A., & Mutiaz, I. R. (2020). Pemanfaatan Media Audio Visual untuk Meningkatkan Keterlibatan *Audiens* dalam Belajar. *DESKOMVIS*, 56-63.
- [9] Shin, D.-H. (2017). The role of affordance in the experience of *virtual reality* learning: Technological and affective affordances in *virtual reality*. *Telematics and Informatics* , 1826-1836.
- [10] AR, M. (2021, July 21). *Articles: Virtual Reality*. Retrieved from monsterar.net: <https://monsterar.net/2021/07/21/pendapatan-konten-vr/> .Diakses pada 15 Januari 2023

- [11] Juul, L. (2018, June 27). Examining 360° Storytelling in Immersive Music Video. Sweden. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1480710/FULLTEXT01.pdf> . Diakses pada 15 Januari 2023
- [12] Marr, B. (2020, December 18). *Innovation: Enterprise Tech*. Retrieved from forbes.com: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/12/18/the-future-of-virtual-reality-vr/?sh=3cb22cd327be> .Diakses pada 15 Januari 2023
- [13] Newton, K., & Soukup, K. (2016, April 6). *The Storyteller's Guide to the Virtual Reality Audience*. Retrieved from medium.com: <https://medium.com/stanford-d-school/the-storyteller-s-guide-to-the-virtual-reality-audience-19e92da57497> .Diakses pada 15 Januari 2023
- [14] Weeknd, T. (2015, October 21). *The Weeknd - The Hills remix feat. Eminem (A Virtual Reality Experience)*. Retrieved from youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=2fhjdtQDcOo> .Diakses pada 15 Januari 2023

Padu Padan Wastra Indonesia Pada Kreativitas Gen Z

Lira Angger Narwastu¹, Agus Dody Purnomo²

¹Desain Interior, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

Email: liraangger@student.telkomuniversity.ac.id

²Desain Interior, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

Email: agusdody@telkomuniversity.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: liraangger@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Indonesia memiliki beragam kekayaan budaya yang luar biasa. Salah satu warisan leluhur yakni Wastra Indonesia. Berbagai jenis Wastra Indonesia dihasilkan dengan teknik dan corak yang unik menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini juga menginspirasi masyarakat urban khususnya Gen Z dalam berkreasi memadupadankan Wastra Indonesia dengan *style* kekinian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji fenomena terkait kreativitas Gen Z dalam berkreasi dengan Wastra Indonesia. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif melalui studi literatur dan analisis data melalui dokumentasi foto. Hasil kreativitas Gen Z dalam mengangkat berbagai jenis Wastra Indonesia ditampilkan sangat menarik. Wastra Indonesia yang identik dengan kesan tradisional dan kuno mampu dipadupadankan dengan *style* modern yang lebih dinamis. Gen Z yang lahir di era teknologi *internet* mampu menjadi inspirasi bagi pengembangan *trend* Wastra Indonesia ke depan. Walaupun *trend* mode internasional marak, namun kehadiran kreasi padu padan Wastra Indonesia oleh Gen Z tetap menunjukkan identitas bangsa.

Kata Kunci: Generasi Z; Indonesia; Kreativitas; Wastra

Abstract: Indonesia has an incredible variety of cultural wealth. One of the ancestral legacies is Indonesian Wastra. Indonesian Wastra variety is produced with techniques and unique features to its unique appeal. It also inspired urban societies, especially Gen Z, to make the Indonesian Wastra with its current styles. This study examines the phenomenon associated with Gen Z creativity in creating with Indonesian Wastra. Research methods employ qualitative methods through literature and data analysis through photographic documentation. The results of Gen Z's creativity in raising a variety of Indonesian Wastra are fascinating. Indonesian Wastra, identical to the traditional and ancient impressions, could be consolidated with a more dynamic modern style. Gen Z, born in an age of Internet technology, is an inspiration for developing the Indonesian Wastra trend towards the future. Even though international trends in fashion are rife, the presence of Indonesian Wastra mix and match between Gen Z remains a national identity.

Keywords: Creativity; Generation Z; Indonesia; Wastra

PENDAHULUAN

Indonesia dengan deretan pulau yang membentang dari Sabang sampai Merauke memiliki keragaman budaya yang luar biasa. Masing-masing pulau terdapat keunikan dan kekhasan budaya yang berbeda. Salah satu warisan budaya yang ada hingga saat ini adalah kain tradisional atau sering dikenal dengan 'wastra'. Istilah wastra menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, yakni kain tradisional yang memiliki makna dan simbol tersendiri yang mengacu pada dimensi warna, ukuran, dan bahan, istilah wastra berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti kain. Kain yang dibuat dari hasil karya tangan yang memiliki motif dan proses pembuatan yang sarat makna [3]. Wastra memiliki banyak ragam yang tersebar di seluruh daerah di Indonesia. Wastra di tiap daerah mempunyai motif dan bentuk yang beragam. Masing-masing motif

memiliki makna / filosofi tersendiri. Bentuk wastra antaralain: kain batik, kain jumputan, kain tenun, kain ulos, dan songket. Wastra Indonesia umumnya dibuat dengan berbagai teknik yang dilakukan secara tradisional. Hal ini menjadi keunikan tersendiri, bahkan beberapa negara sangat mengagumi teknik produksi wastra tersebut. Salah satu negara di Eropa yakni Belanda. Tidak heran jika sampai sekarang orang-orang Belanda kagum akan Wastra Indonesia karena motifnya yang unik, proses pembuatan dan teknologi yang dipakai juga tidak mudah [15]. Tidak hanya Belanda yang tertarik akan wastra namun masyarakat Eropa lainnya bahkan berbagai bangsa di dunia. Mereka sangat mengapresiasi Wastra Indonesia. Tanggapan yang berbeda justru di negeri sendiri dimana Wastra Indonesia kurang mendapat perhatian oleh warga khususnya masyarakat urban. Sebagai

masyarakatnya masih menganggap bahwa wastra identik dengan benda tradisional, kekunoan, ketinggalan jaman, tidak praktis, dan lain-lain. Mereka lebih memilih produk-produk kain yang *branded* dan *fashionable*. Pemakaian wastra masih sebatas pada acara-acara resmi, seperti pesta pernikahan, acara kenegaraan atau acara-acara adat. Tidak heran jika saat ini para pecinta dan penggiat wastra masih berusaha melakukan kampanye untuk mengajak warga mencintai Wastra Indonesia dan memakainya dalam beraktivitas rutin. Seperti yang dilakukan Monique Hardjoko dengan Gerakan Rasa Wastra Indonesia [14]. Selain itu juga ada Komunitas Swara Gembira dengan tagar #berkainbersama dan #berkaingembira.

Sementara kesadaran akan ketertarikan terhadap wastra muncul pada generasi Z atau yang lebih akrab disebut 'gen Z'. Gen Z merupakan generasi yang lahir pada era teknologi *internet*, aplikasi media sosial sehingga mereka sangat akrab dengan penggunaan telepon selular [4]. Tidak heran jika generasi ini tidak terpisahkan dengan teknologi *gadget*. Gen Z terbiasa melakukan aktivitasnya dengan bantuan teknologi seperti *smartphone*, sosial media, dan lainnya [5]. Wastra bagi gen Z menjadi media yang menarik dalam berkreasi memadupadankan penampilan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena Wastra Indonesia terkait kreativitas generasi Z dalam memadupadankan menjadi *style* kekinian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi pada masyarakat urban untuk menghargai wastra sebagai kekayaan budaya di tanah air. Dan diharapkan masyarakat juga merasa bangga bisa tampil mengenakan wastra dalam beraktivitas sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka dan foto. Foto dipakai sebagai data kajian, bersumber dari media sosial yakni instagram dan dokumentasi peneliti. Sedangkan sumber literatur diambil dari jurnal ilmiah, makalah seminar, dan buku. Dalam penelitian kualitatif, sumber tertulis maupun foto merupakan sumber data yang berharga [1]. Data foto kemudian dianalisis terkait penggunaan wastra dalam padu padan Gen Z. Analisis yang dilakukan meliputi jenis wastra, corak warna, dan produk aksesoris/pelengkap yang dipakai oleh Gen Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Padu Padan Batik

Batik merupakan salah satu jenis wastra yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Istilah batik berasal dari kata "*amba*" (dalam Bahasa Jawa) artinya tulis, dan "*nitik*" yang berarti titik [6]. Kedua kata tersebut digabungkan menjadi batik, maksudnya menulis dengan lilin/malam. Proses pembuatan batik yang menggunakan alat canting yang berisi lilin, kemudian menuliskan atau menerakan lilin pada kain seakan-akan menulis titik-titik [12].

Pembuatan batik dikenal di Nusantara sejak jaman prasejarah walaupun masih dalam bentuk pra-batik.

Kemudian mengalami perkembangan yang cukup signifikan pada jaman klasik Hindu di Indonesia. Dalam kitab Pararaton, batik disebut-sebut sebagai bahan pakaian. Beberapa arca peninggalan kejaan Singosari dan Majapahit juga menggambarkan busana yang dipakai berupa batik, misalnya pada arca Dewi Durga jaman Singosari terdapat motif batik. Batik semakin dikembangkan pada jaman Islam, dan mengalami masa keemasannya saat Kerajaan Mataram Islam [6]. Batik dipakai sebagai busana tradisional oleh kalangan ningrat keraton saat itu.

UNESCO sudah mengakui batik sebagai Warisan Budaya Tak Benda milik Indonesia, maka semakin meningkat popularitasnya. Begitu pula dengan adanya perkembangan industri, mempengaruhi dalam proses produksinya. Berbagai jenis batik yang dihasilkan, antara lain: batik tulis, batik cap, dan batik lukis. Sementara yang diproduksi massal melalui printing dikenal dengan kain motif batik, sementara itu yang termasuk kategori wastra adalah batik tulis dan batik cap, karena dikerjakan melalui proses dengan menerakan lilin. Beberapa daerah yang terkenal dengan batiknya, antara lain: Lasem, Pekalongan, Surakarta, Yogyakarta, Cirebon, dan Garut. Masing-masing terkenal dengan motif dan kekhasan warnanya. Batik Lasem dengan ciri khas akulturasi budaya Jawa dan Tiongkok yang menghasilkan Batik Tiga Negeri. Sedangkan Surakarta dan Yogyakarta terkenal dengan motif-motif keraton dengan warna khas sogan. Pekalongan dan Cirebon terkenal dengan batik pesisiran dengan warna-warni. Serta Garut terkenal dengan motif Merak *Ngibing*.

Keragaman wastra batik sangat menarik perhatian gen Z sehingga mereka mencoba bereksperimen memadupadankan batik dengan pakaian *modern*. Gen Z memiliki cara dalam berkreasi, memadukan kain batik dengan pakaian masa kini. Salah satu contohnya dengan menggunakan batik Lasem biru yang dipadukan dengan pakaian *modern* seperti kemeja putih, tas jinjing hitam, serta sepatu *boots* hitam yang identik dengan budaya Barat (lihat gambar 1). Kain batik Lasem yang dipakai dengan cara dililit/*wiru*. Gaya *wiru* pada wanita dan pria pun sedikit berbeda. Pada wanita, kain di*wiru* dari arah kiri ke kanan dengan *wiru* yang berada di bagian depan tengah. Sedangkan pada pria, kain di*wiru* dari kanan ke kiri dan biasanya *wiru* atau lipatannya lebih lebar dibanding Wanita [10]. Pemakaian kain batik Lasem sebagai bawahan memberikan kesan yang lebih feminin. Perpaduan batik yang berwarna biru dengan kemeja putih polos juga membuat kain batik tampak lebih menonjol dan kontras, sehingga batik Lasem menjadi pusat perhatian. Penggunaan sepatu *boots* sebagai penunjang gaya juga memberikan kesan yang lebih *edgy*.



Gambar 1. Perpaduan Kain Batik Lasem dengan Pakaian *Modern*
(Sumber: [instagram.com/remajanusantara](https://www.instagram.com/remajanusantara), 2022)



Gambar 2. Perpaduan Kain Batik dengan Kemeja yang Dililit dengan Kain Jumputan.
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2021).

Penampilan *style* tersebut berkesan lebih kekinian. Sepatu *boots* identik dengan *style* anak muda. Perpaduan ini juga membuat tampilan tersebut tampak lebih kasual dan fleksibel, sehingga tampilan ini dapat digunakan sebagai penampilan sehari-hari, namun bisa juga dijadikan sebagai pakaian formal. Tas jinjing hitam, senteng coklat yang dijadikan sabuk, serta aksesoris gelang sebagai penunjang *style* membuat tampilan lebih rapi, cantik, dan formal.

Padu Padan Kain Jumputan

Selain wastra batik, para leluhur juga mewariskan salah satu teknik kreatif dalam mengolah wastra, yakni jumputan. Kain jumputan atau di beberapa daerah dikenal dengan istilah kain sasirangan, kain batik celup ikat, kain pelangi. Batik jumputan merupakan batik yang diolah dengan teknik mencelupkan kain pada warna sesuai pola yang sudah dibentuk [8]. Teknik celupnya pun bermacam-macam, ada teknik *pinching* atau teknik mencelup dengan cara menjumput atau mencubit bagian kain dan mengikatnya dengan tali. Teknik *ombre* atau teknik yang menghasilkan gradasi pada kainnya akibat lama cepatnya waktu pewarnaan ketika dicelup dan rembesan warna ke dalam pewarna. Teknik *shibori* atau teknik mencelup dengan melipat-lipat kain sehingga lipatan kain nantinya akan membentuk suatu pola. Teknik *pole* atau teknik menggulung kain dengan bantuan benda lain dan kemudian diikat pada sebuah tali dan nantinya bekas tali ini yang akan membentuk pola pada kain, serta teknik kombinasi atau teknik mencelup kain dengan mengkombinasikan beberapa teknik celup [13].

Padu padan wastra jumputan dengan kemeja *modern* (lihat gambar 2), kain jumputan khas Solo berwarna pink dikreasikan sebagai sebuah lilitan seperti *kemben*. Kemeja putih *modern* yang dipadukan dengan bawahan kain motif.

Tampilan ini memperlihatkan bahwa wastra tak hanya bisa digunakan sebagai bawahan, namun dengan kreatifitasnya gen Z mampu memanfaatkan wastra sebagai salah satu kombinasi dan penunjang atasan pakaian yang kekinian. Kemeja putih polos dibuat *layer* dengan kain jumputan berwarna pink muda membuat tampilan ini terlihat lebih modis. Penggunaan teknik *layering* atau menumpuk baju ini juga membuat penggunaan kain menjadi tidak membosankan. Pemakaian kain motif berwarna cerah sebagai bawahan semakin mempermanis serta membuat penampilan terlihat lebih anggun. Padu padan ini memberikan pesona tersendiri dalam penggunaan wastra dengan nuansa yang lebih *modern*.

Padu Padan Kain Tenun

Kain tenun adalah salah satu Wastra Indonesia yang pesonanya sudah dikenal umum bahkan sampai ke luar negeri. Indonesia memiliki beragam macam tenun, ada Tenun Songket (Sumatera), Tenun Tolaki (Sulawesi), dan Tenun Buton. Sedangkan Bali dengan kain Endeknya, Jawa dengan Tenun Ikat Baduy dan Tenun Gedog, Maluku dengan Tenun Tanimbar, serta Papua dengan Tenun Maybrat [14]. Pengerjaan kain tenun pun cukup memakan waktu, karena prosesnya yang rumit serta harus menjalani beberapa tahap pengerjaan. Hal ini membuat kain tenun memiliki nilai seni yang tinggi.

Kain tenun juga dihadirkan dalam padu padan wastra di masa kini. Salah satu contohnya adalah padu padan kain Tenun Buton khas Sulawesi Tenggara. Tenun Buton telah lama digunakan dalam kebudayaan orang Buton. Tenun ini memiliki kekhasan dan menjadi identitas Buton. Karakteristik tenun ini terdapat pada coraknya yang sederhana dan berulang, namun ramai dalam pemilihan warna. Corak pada tenun laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan. Hal ini mengacu pada adanya tatanan sosial dalam masyarakat Buton. Sedangkan warna-warni pada kain tenun menggambarkan bahwa terdapat kesetaraan antara laki-laki dan perempuan [11].



Gambar 3. Padu Padan Kain Sarung Tenun Buton dengan Pakaian Ala Barat
(Sumber: [instagram.com/remajanusantara](https://www.instagram.com/remajanusantara), 2021)

Tampilan pada Gambar 3 memperlihatkan kain Sarung Tenun Buton berwarna biru tua yang dipadukan dengan kemeja biru serta *blazer* berwarna toska. Kain sarung diikat dengan ikatan bunga yang senada dengan gambar motif bunga pada kemeja. *Blazer* khas budaya Barat yang dipadu dengan kain sarung memberikan kesan yang lebih elegan dan formal. Penggunaan *blazer* ini juga semakin memperlihatkan bahwa Wastra Indonesia tidak hanya digunakan dengan atasan kebaya, namun dapat digunakan dengan berbagai atasan *modern* dan menghasilkan tampilan yang serasi. Sepatu *loafers* hitam yang saat ini sedang digandrungi oleh para gen Z pun turut membuat tampilan ini terlihat lebih *trendy*. Selain itu, pemakaian topi baret khas Perancis berwarna kuning sangat kontras dengan warna pakaian. Hal ini semakin menunjang penampilan sehingga terlihat lebih *stylish*.

Padu Padan Kain Songket

Wastra Indonesia lainnya adalah kain Songket. Songket merupakan sebuah kain tradisional yang dibuat dari serangkaian benang termasuk benang emas dan perak yang ditunen dan diuntai menggunakan jarum *leper* pada sebuah alat tenun bingkai Melayu [3]. Wastra songket diperkirakan sudah ada sejak zaman Kerajaan Sriwijaya abad ke 13-15. Kala itu, wastra songket dipakai sebagai pakaian bangsawan yang disesuaikan dengan kedudukannya [9]. Namun saat ini songket dapat digunakan oleh berbagai kalangan. Dalam kreasi padu padan wastra, songket juga turut serta dikreasikan dengan pakaian *modern*.

Padu padan wastra (lihat Gambar 4) memperlihatkan kain Songket Melayu lawas berwarna coklat yang dipadu dengan selendang hitam, kemeja ungu, *shearling sweater*, serta sepatu *loafers* berwarna hitam. Kain songket dililit lurus dan kemudian ditambahkan selendang hitam yang digunakan sebagai sabuk. Pada kemeja ungu yang dikombinasikan dengan *shearling sweater* berwarna hitam sebagai atasan memberikan kesan *modern looks*. Padu padan ini memberikan tampilan yang terlihat *simple* namun *casual*. Penggunaan *shearling sweater* bertekstur bulu yang dipadukan dengan kain Songket bercorak juga semakin membuat tampilan ini terlihat *stand out*.



Gambar 4. Padu Padan Kain Songket Melayu Lawas dengan Atasan *Modern*
(Sumber: [instagram.com/swaragembira](https://www.instagram.com/swaragembira), 2020)

Padu padan ini sangat cocok digunakan untuk aktivitas sehari-hari, seperti kuliah ataupun bekerja. Kreasi ini dapat menjadi salah satu contoh bahwa wastra lawas yang seringkali dianggap kuno tetap dapat mengikuti dinamika tren busana di masa kini.

KESIMPULAN

Keunikan dan kekhasan Wastra Indonesia merupakan potensi yang luar biasa yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Masing-masing wastra mempunyai jenis, motif, dan filosofi yang berbeda. Di mata masyarakat Eropa bahkan internasional, Wastra Indonesia mendapat apresiasi yang tinggi karena teknik produksinya yang unik. Sementara di negeri sendiri bagi sebagian masyarakat urban, wastra kurang mendapat apresiasi. Namun justru fenomena yang menjanjikan muncul pada kalangan gen Z. Wastra Indonesia menjadi sumber inspirasi bagi gen Z dalam berkreasi.

Gen Z sendiri merupakan generasi yang lahir di era teknologi *internet* mampu menunjukkan kreativitasnya dalam memadupadankan Wastra Indonesia dengan *style* kekinian. Padu padan wastra tersebut memberi bukti bahwa gen Z masih memiliki rasa kebanggaan terhadap warisan budaya nusantara. Walaupun saat ini *trend* mode internasional marak, namun gen Z dapat menghadirkan identitas bangsa melalui kreasi padu padan Wastra Indonesia. Kreativitas padu padan wastra juga menjadi sarana gen Z untuk mengekspresikan gaya *modern* dengan balutan budaya Indonesia.

Mereka dapat menginspirasi masyarakat urban untuk lebih berani berkreasi dengan Wastra Indonesia. Gen Z juga menjadi agen perubahan sekaligus alat kampanye yang efektif untuk mengajak warga lebih menghargai wastra. Kampanye melalui media yang akrab dengan gen Z, yakni media sosial, Instagram, TikTok dan lain-lain sehingga Wastra Indonesia semakin viral.

SARAN

Penelitian ini merupakan langkah awal dalam mengkaji fenomena yang berkembang saat ini.

Fenomena tentang ketertarikan gen Z terhadap keragaman Wastra Indonesia. Tentunya penelitian akan lebih lengkap lagi jika disertai dengan hasil *interview*. Untuk itu dalam pengembangan penelitian berikutnya dapat ditambahkan dengan analisis dari data tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- [2] Yudoseputro, W. (2008). Jejak-jejak Tradisi Bahasa Rupa Indonesia Lama. Yayasan Seni Visual Indonesia - IKJ.
- [3] Ardhiati, Y. (2015). *Urban Fesyen Dalam Anggitan Wastra Nusantara*. 9–11.
- [4] Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- [5] Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- [6] Iskandar, dan E. K. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia Di Era Globalisasi. *Gema*, 30(52), 2456–2472.
- [7] Lestari, B. B. (2018). Hubungan Internasional Kuno Indonesia (Konsep Perdagangan Sistem Barter di Selat Malaka dan Pemberian Nama Nusantara – Indonesia). *Majalah Ekonomi*, 14(1), 50–63.
- [8] Prihatini, T., & Sari, Y. R. A. (2022). Pembuatan Kain Jumputan Dari Kain Primisima Dengan Zat Warna Indigosol Dan Zat Warna Indigofera. *Jurnal Socia Akademika*, 8(1), 66–73. <https://aks-akk.e-journal.id/jsa/article/view/180>
- [9] Purwanti, R., & Siregar, S. M. (2016). Sejarah songket berdasarkan data arkeologi. *Siddhayatra*, 21(2), 97–106.
- [10] Rahmadani, E. A. dan, & Wuryani, F. S. (2021). Navadurga Sebagai Sumber Ide Penciptaan Motif Batik Sinjang Dipadukan Dengan Kebaya. *Kriya*, 18(2), 79–93.
- [11] Sofyani, W. O. W. (2017). Tenun Buton dalam Multikultural Wastra Nusantara. *Seri Studi Kebudayaan I*, 109–119.
- [12] Trixie, A. A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Folio*, 1(1), 1–9. <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380>
- [13] Wardhana, M. (2016). Menumbuhkan Minat pada Kain Nusantara Melalui Pelatihan Pembuatan Kain Ikat Celup (Jumputan) pada Warga Masyarakat. *Jurnal Desain Interior*, 1(2), 95. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v1i2.1908>
- [14] Yusuf, K., & Jaelani, A. Q. (2022). GERAKAN RASA WASTRA INDONESIA. *Jurnal Konvergensi*, 3(2), 333–347. <https://doi.org/https://doi.org/10.51353/kvg.v3i2>
- [15] [Aridhini, L. (2021). *Wastra Nusantara sebagai Wujud Diplomasi Budaya di Pasar Malam Belanda*. 11–15. <https://pmb.brin.go.id/wp-content/uploads/2021/12/eMagz-Masyarakat-Budaya-Edisi-Khusus-Budaya-Pop-2021-1>

Tinjauan Visual dan Makna Logo Pameran Biennale Jogja XI–XVI Equator (2011-2021)

Happy Rolitasari¹, Sudjadi Tjipto Raharjo²

¹Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Email: happy.rolitasari@gmail.com

²Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Email: sudjadi1980@gmail.com

* Penulis Korespondensi: E-mail: happy.rolitasari@gmail.com

Abstrak: Logo merupakan bagian dari identitas visual yang memiliki peran penting dalam mewakili identitas visual penyelenggara pameran. Logo tidak pernah luput dan selalu tampil pada setiap publikasi cetak maupun digital, namun keberadaannya masih jarang diperbincangkan. Dalam proses pembuatannya sebuah tampilan logo melewati proses penggalian ide, kepiawaian perancang menerjemahkan teks kuratorial dan gagasan tema pameran sehingga menemukan visualisasi logo sesuai dengan yang diharapkan. Penelitian ini mengidentifikasi tampilan visual logo Biennale berdasarkan keilmuan DKV, lingkup kajian meliputi bentuk logo, warna dan tipografi dan makna logo serta proses kreatif perancangan logo dari sisi desainernya. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data triangulasi yang ditinjau menggunakan teori desain komunikasi visual. Temuan penelitian bahwa tampilan visual logo pameran Biennale Jogja XI-XVI Equator selalu berbeda, hal ini terjadi karena konsep perancangan logo telah ditentukan oleh tim kurator sedari awal. Perbedaan kerjasama antar *agency* atau desainer individu memunculkan juga karakteristik desain logo pameran yang beragam.

Kata Kunci: Biennale Jogja Equator; Logo; Proses Kreatif

Abstract: *The logo is part of the visual identity, essential in representing the exhibition organizer's visual identity. The logo never escapes and always appears in every print and digital publication, but its existence still needs to be discussed. In creating a logo, the process of generating ideas is carried out, and the designer's expertise is translating the curatorial text and the idea of the exhibition's theme so that the visualization of the logo is as expected. This research identifies the visual appearance of the Biennale logo based on graphic design, including logo shape, color, and typography and the meaning of the logo as well as the creative process of designing the logo from the designer's point of view. The research uses qualitative research methods using triangulation data collection methods reviewed using visual communication design theory. The research finding is that the visual appearance of the Biennale Jogja XI-XVI Equator exhibition logo is always different. It happens because the curatorial team has initially determined the logo design concept. The difference in cooperation between agencies or individual designers also raises the various characteristics of exhibition logo designs.*

Keywords: Biennale Jogja Equator; Creative Process; Logo

PENDAHULUAN

Lalu lintas seni yang berlalu-lalang di Yogyakarta beserta potensi pendukung di dalamnya menjadi buah kesempatan untuk kehadiran Biennale Jogja (BJ) sebagai festival pameran dengan fokus seni rupa yang bertaraf internasional sekaligus menandai tumbuh dan berkembangnya pameran seni di Indonesia. Tahun 1988 merupakan awal permulaan pameran Biennale yang kemudian terus

dihelat setiap dua tahun sekali di Yogyakarta. Biennale memamerkan banyak karya seni dari berbagai seniman yang turut serta berpartisipasi. Konsistensi penyelenggaraan ini membuka banyak peluang serta pemikiran baru untuk perkembangan pameran yang lebih terkelola dan terkonsep. Penyelenggaraan pameran tidak hanya fokus pada seniman dan karyanya, namun juga manajerial yang mengelola agar pameran terlaksana dengan baik.

Mulai tahun 2010 Biennale Jogja memiliki agenda pameran dua tahunan yang diorganisasi oleh Yayasan Biennale Yogyakarta (YBY). Melalui pengelolaan dan visi baru YBY lahirlah Biennale Jogja seri Equator sebagai bentuk strategi berkelanjutan yang berbeda dari sebelumnya. Biennale Jogja seri Equator merupakan tema besar yang diangkat dan bekerja sama dengan satu atau lebih negara kawasan di sekitar Khatulistiwa. Dengan harapan *equator* (khatulistiwa) menjadi titik awal sekaligus *platform* bersama yang menggunakan batasan garis khatulistiwa untuk melintasi bola dunia sebagai praktik nyata menjelajahi dan membaca ulang dunia.

Semenjak dikelola oleh YBY, Biennale Jogja menegaskan posisinya dalam skena seni kontemporer. Tema utama Equator membawa 3 gagasan yang amat penting yaitu, budaya khatulistiwa sebagai konteks, khatulistiwa dan konteks sosial politik global, serta konteks delokonisasi seni [1]. Penentuan wilayah kawasan kerjasama tidak serta merta memilih dengan begitu saja, namun melalui proses panjang melalui riset mendalam. Sehingga ditemukan tema turunan yang menjadi judul pameran sesuai dengan negara atau kawasan kerjasama.

Sampai pada tahun 2021 Biennale Jogja telah digelar sebanyak 16 kali. Sedangkan Indonesia bersama Kawasan Asia Pasifik menjadi penutup rangkaian perjalanan Biennale Jogja seri Equator pertama sebagai pameran berkelanjutan dalam pengelolaan YBY. Sebagai pameran seni berskala besar, YBY memahami pentingnya identitas visual membangun sebuah *image* Biennale Jogja seri Equator untuk mendapat atensi dan eksistensi, khususnya dalam hal mempromosikan acara.

Logo merupakan bagian kecil dari identitas visual yang divisualisasikan oleh perancang dan memiliki peran cukup penting untuk mewakili identitas penyelenggara pameran. Logo tidak pernah luput dan selalu tampil pada setiap publikasi cetak maupun digital, namun barangkali keberadaannya saat ini jarang diperbincangkan [2]. Sedangkan dalam membuat sebuah tampilan identitas visual melewati proses-proses penggalian ide, kepiawaian perancang menerjemahkan bahasa kuratorial dan gagasan tema hingga menemukan visualisasi sesuai dengan yang diharapkan. Sementara itu, logo menjadi aset utama yang digunakan berkaitan dengan penawaran kerjasama dengan seniman, pendukung dana, administrasi dari sebelum waktu pameran dimulai sampai setelah penyelenggaraan selesai.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tampilan secara keseluruhan meliputi bentuk logo beserta makna atau filosofi yang melandasi visualisasi logo dan elemen visual pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif untuk menjawab rumusan permasalahan. Menurut Soewardikoen, kualitatif mengacu pada sifat postpositivisme sebagai landasan metode penelitian untuk meneliti kondisi obyek yang

alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci [3]. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara dan dokumentasi) data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

a. Observasi

Peneliti sebagai *human instrument* yang terlibat dalam kepanitian pameran Biennale Jogja XVI 2021. Dengan demikian, secara tidak langsung menjadi sumber kekuatan pengamatan yang begitu berarti, peneliti memiliki pemahaman secara fungsi menggunakan logo sebagaimana mestinya, namun peneliti tetap harus melakukan observasi terhadap logo Biennale seri Equator secara keseluruhan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap perancang logo atau orang-orang yang terlibat dalam pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021) untuk mendapatkan perolehan data yang tidak hanya dari sudut pandang perancang, namun juga mewakili pihak penyelenggara.

c. Dokumentasi

Pengumpulan sumber data berupa studi dokumen yang dapat berbentuk tulisan, gambar, video, atau karya yang mendukung sesuai dengan obyek yang diteliti. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan meminjam buku arsip milik Yayasan Biennale Yogyakarta yaitu katalog Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021) serta buku terbitan terkait tentang Biennale Jogja Equator, *newsletter*, arsip-arsip data yang dapat diakses melalui internet, *website*, sosial media Biennale Jogja [4].

Analisis data dilakukan setelah peneliti menguraikan hasil penelitian yang didapatkan yaitu dengan menghubungkan antara rumusan masalah dan kerangka teori dengan data yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan analisis dasar DKV Surlianto Rustan dan hasil analisisnya dideskripsikan dengan menjabarkan keseluruhan data yang diperoleh untuk menemukan tinjauan proses kreatif logo perancangan pameran Biennale Jogja XI – XVI Equator (2011-2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Logo Biennale Jogja Equator

Penelitian ini mengambil sampel pada publikasi poster pameran Biennale Jogja Equator karena setiap poster mencantumkan logo sebagai identitas visual untuk menandai masing-masing perhelatan. Berikut ini temuan objek penelitian 6 logo pada Pameran Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021):



Gambar 1. Poster Biennale Jogja Equator (Rolitasari, 2022)

a. Bentuk Logo Equator #1



Gambar 2. Logo Biennale Jogja Equator #1 (Rolitasari, 2022)

- 1) Bentuk visual berupa *logotype* tanpa elemen gambar, yang diposisikan miring kekanan dengan turunan warna biru.

BIENNALE JOGJA XI – EQUATOR # 1
SHADOW LINES: INDONESIA MEETS INDIA
26.11.2011 – 8.1.2012

- 2) Logo ini dirancang oleh Mie Cornoedus dengan konsep logo yang dikutip dari karya tesis [5] melalui kerja sama dengan India ingin membangun dialog budaya bangsa seputar khatulistiwa. Bentuk identitas visual direpresentasikan sebagai peta dua dimensi yang menggambarkan gabungan kepulauan Indonesia dan India dalam kawasan Asia Selatan yang bermuara di Pulau Jawa. Inilah sebabnya, titik pada peta tidak diposisikan sama seperti peta konvensional. Sedangkan pada bagian kanan bawah terdapat *logotype* yang sengaja dibuat rotasi miring. Baik abstraksi peta dua dimensional, teks dan garis-garis *horizontal* disusun sedikit diagonal. Sedangkan warna pada peta biasanya digunakan untuk membedakan objek, memberi kualitas-kuantitas simbol peta dan untuk keperluan estetika peta.

b. Bentuk Logo Equator #2



Gambar 3. Logo Biennale Jogja Equator #2 (Rolitasari, 2022)

- 1) Bentuk visual logo terdiri dari dua macam yaitu *logotype* disebelah kiri sebagai judul pameran, sedangkan sebelah kanan berupa kombinasi logo yang memuat nama pameran Equator. Kedua logo menggunakan unsur warna kuning kecoklatan pada judul pameran dan 6 lingkaran.
- 2) Bentuk verbal tertulis:
(kiri) judul pameran: “NOT A DEAD END”
(kanan) nama pameran Equator: “BIENNALE JOGJA XII EQUATOR #2
- 3) Logo ini dirancang oleh Anang Saptoto (Koordinator Tim Desain) dengan konsep logo mengambil dari sampel salah satu foto hasil dokumentasi dari Direktur dan Kurator yang melakukan survei ke kawasan Arab. Pemilihan warna kuning keemasan merepresentasikan warna-warna yang mendekati kekhasan Jazirah Arab, seperti warna tanah gurun, warna suhu panas. Sedangkan banyaknya lingkaran untuk menandai persebaran wilayah kerjasama dalam perhelatan Biennale Jogja Equator.

c. Bentuk Logo Equator #3



Gambar 4. Logo Biennale Jogja Equator #3 (Rolitasari, 2022)

- 1) Bentuk Visual Logo pameran Equator berupa kombinasi logo huruf dan elemen garis dengan posisi bersilang kekanan dan kekiri membentuk angka romawi XIII. Sedangkan logo judul berada di kanan memuat judul, tanggal pameran serta negara kerjasama. Kedua logo sama-sama menggunakan warna biru tua dan warna hijau hanya terdapat pada garis silang.
- 2) Bentuk verbal tertulis:
(kiri) nama pameran Equator Equator #3
BIENNALE JOGJA XIII
(kanan) tertulis judul, tanggal pameran dan negara kerjasama
Hacking Conflict.
1 November – 10 Desember 2015 Indonesia Meets Nigeria
- 3) Logo dirancang oleh Yazied Syafaat (Srengenge Idea Labs) yang sekaligus menjadi seniman dalam pameran tersebut. Konsep logo “*Hacking Conflict*” ingin menampilkan keteraturan dalam kekeosan yang dihadapi oleh Indonesia maupun Nigeria. Tata letak dibuat seperti gaya desain punk anti kemapanan atau kolase yang tidak beraturan untuk merepresentasikan keos. Namun terkesan ada pergerakan (*irama*) dari aturan angka romawi yang susunannya semakin mengecil sehingga tampak estetis. Pemilihan warna hijau untuk mewakili warna bendera dan timnas Nigeria sebagai kawasan kerjasama. Sedangkan

warna biru tua memaknai keselarasan, bahwa dari kekeosan ini ada ketenangan.

d. Bentuk Logo Equator #4



Gambar 5 : Logo Biennale Jogja Equator #4 (Rolitasari, 2022)

1) Bentuk Visual

Logo judul pameran (kiri) berupa kombinasi huruf dan elemen garis vertikal berwarna kuning melintang huruf (*strikethrough*) ST dan LESSNESS. Logo Equator #4 (kanan) berupa perpaduan huruf dan elemen gambar sebagai maskot dengan *background* warna kuning.

2) Bentuk Verbal

(kiri) judul pameran
STAGE OF HOPELESSNESS
(kanan) nama pameran Equator
EQUATOR #4
BIENNALE JOGJA XIV
#MEETSBRAZIL

3) Logo dirancang oleh Libstud; Farid Stevy Asta, Elang dan Gilang Ruslan. Konsep logo dari perkembangan dari kampanye pada program Festival Equator bertema “*Organizing Chaos*” yang menampilkan kekacauan visual jalanan atau beberapa titik ruang publik hingga mengganggu kenyamanan sekitar. Hasilnya dikombinasikan dengan karya seniman Yunizar untuk divisualisasikan menjadi 5 ikon dalam identitas visual, salah satunya diaplikasikan pada logo. Warna yang dipakai adalah warna-warna kontras yang mengambil dari warna primer dan turunannya; merah, kuning, hijau, biru dan hitam. Sedangkan pada logo judul “STAGE OF HOPELESSNESS” yang tercoret untuk merepresentasikan kekacauan iklan-iklan yang terdapat pada visual jalanan.

e. Bentuk Logo Equator #5



Gambar 6. Logo Biennale Jogja Equator #5 (Rolitasari, 2022)

1) Bentuk visual logo judul pameran berupa kombinasi huruf dan gambar ayunan yang kaitnya lepas satu.

Sedangkan *logotype* nama pameran terletak disebelah kanan. Kedua logo hanya menggunakan warna biru tua saja.

2) Bentuk Verbal

(kiri) bertuliskan judul pameran:
DO WE LIVE
IN THE SAME
PLAYGROUND?

(kanan) bertuliskan nama pameran Equator:
BIENNALE JOGJA XV 2019

3) Logo dirancang oleh Atalya Advena sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh kurator pameran. Diwujudkan sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah mengesampingkan kota-kota ‘pinggiran’ logo diwujudkan dengan mengambil komposisi menyerupai logo-logo pemerintah namun sengaja dibentuk rusak, *low resolution*, dan dibuat *threshold fotocopyan* dengan gaya desain yang oldskul dan layout yang lawas. Sedangkan ilustrasi yang dipakai merupakan karya salah satu seniman yang terlibat.

f. Bentuk Logo Equator #6



Gambar 7. Logo Biennale Jogja Equator #6 (Rolitasari, 2022)

1) Bentuk Visual

(kiri) Logo judul pameran berupa kombinasi teks dan elemen gambar.

(kanan) Logo nama pameran Equator berupa logo teks dengan jenis huruf yang sudah termodifikasi. Keduanya hanya menggunakan satu warna hitam dengan *background* berwarna *orange*.

2) Bentuk Verbal

(kiri) bertuliskan judul pameran:
ROOTS <> ROUTES

(kanan) bertuliskan nama pameran Equator:
BIENNALE JOGJA XVI EQUATOR #6 2021

3) Logo dirancang oleh Tim Banteng; Doni Maulistya (Koord), Wulang Sunu (Pankun Studio) dan, Garuda Palaka (Pankun Studio).

Menampilkan direksi dengan kesan *playful, fun* dan *adventurous* yang berasal dari tiga poin kuratorial pameran sebagai perjumpaan budaya yang menyenangkan, diskursus mengenai dekolonisasi seni dan kebudayaan, serta kritik atas permasalahan kontemporer. Keseluruhan identitas visual pada ilustrasi dan hurufnya digambar manual dengan teknis *hand drawn* untuk memberi kesan natural dan karakteristik melalui pembacaan kehidupan di Oseania yaitu masyarakat Micronesia, Melanesia, dan Polinesia.

Supergrafis berupa 23 ikon ilustrasi yang merupakan bentuk dari hasil *microscopic* biota laut sebagai perwujudan melihat problematika paling kecil atau kontemporer di Oceania. Dari salah satu aset

supergrafis ini diturunkan menjadi bentuk ilustrasi pada logo dengan perwujudan mata menggambarkan kepaiawaian mereka mencermati alam. Bentuk ini terinspirasi dari ombak yang bergerak, menggunakan garis-garis tegas seperti pada peta *matang chart* yang digunakan masyarakat Micronesia untuk mencatat arus dan gelombang hingga letak pulau di tengah laut lepas berlayar.

Penggabungan judul dengan logogram memilih menggunakan huruf yang digambar tangan untuk menciptakan kesan yang natural serta adaptif. "Roots" ditempatkan pada bagian belakang logogram mewakili semua yang ada di awal. Tanda kurung sudut (*angle brackets*) yang dibentuk juga dari turunan karakter aset supergrafis. Lalu "Routes" di sisi depan untuk mewakili semua yang terjadi di masa mendatang.

Sedangkan warnanya mengadaptasi dari warna langit di atas lautan wilayah Oseania saat pagi, siang dan lembayung sore. Warna oranye yang digunakan untuk kebutuhan program utama pameran termasuk pada logo. Lalu warna biru yang digunakan untuk kebutuhan program bilik negara. Serta warna ungu untuk kebutuhan program pameran arsip.

2. Analisis Desain Komunikasi Visual

Analisis berdasarkan teori Desain Komunikasi Visual meliputi bentuk logo, unsur warna dan tipografi sebagai berikut:



Gambar 8. Struktur analisis logo (Rolitasari, 2022)

a. Analisis Bentuk Logo

Berdasarkan bentuk 6 tampilan logo ditemukan bahwa masing-masing logo mencantumkan tulisan nama pameran Equator romawi, nama *equator* itu sendiri, serta judul pameran. Apabila dicermati dari perkembangan logo Equator, dapat dikatakan bahwa logo Equator #1 menjadi logo yang paling lengkap dan sangat jelas mencakup keseluruhan informasi. Tetapi karena logo tersebut tunggal dan secara ukuran cukup lebar maka memerlukan ruang yang banyak agar bisa terbaca dengan jelas. Logo semacam ini cocok untuk digunakan sebagai judul *cover* buku.

Mulai Equator #2 sampai dengan Equator #6 logo dibedakan menjadi logo nama pameran romawi dan judul karya supaya lebih jelas keterbacaannya. Begitu pun juga ketika diaplikasikan pada media sesuai dengan kebutuhannya. Sementara itu, tulisan negara kerja sama hanya terdapat pada logo Equator #3, Equator #3, dan Equator #4. Tanggal pameran hanya tertulis pada logo Equator #1, Equator #5 dan Equator #6. Secara keseluruhan penempatan nama pameran sangat variatif tiap logo Equator dan tidak ditemukannya konsistensi [6].

b. Analisis Warna Logo

Dari 6 tampilan logo Biennale Jogja ditemukan hasil bahwa masing-masing unsur logo menggunakan warna yang *variatif*. Unsur warna hitam hanya terdapat pada logo Equator #2, Equator #4, dan Equator #6. Namun warna yang ada pada logo judul dan pada logo nama pameran selaras saling berhubungan.

c. Analisis Tipografi Logo

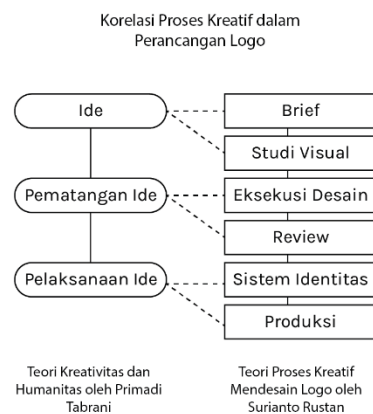
Dari 6 tampilan logo ditemukan bahwa pada Equator #1 sampai dengan Equator #5 menggunakan tipografi *sans serif* sedangkan Equator #6 menggunakan tipografi *script* atau *hand drawn*. Dengan tipe huruf *sans serif* membuat logo mudah secara keterbacaan.

Secara keseluruhan hasil analisis Desain Komunikasi Visual dapat disimpulkan bahwa perancangan logo Biennale Jogja Equator XI-XVI memenuhi teori Desain Komunikasi Visual karena terdapat unsur bentuk logo, unsur warna dan unsur tipografi. Dari segi visual bentuk antar logo beragam dan tidak ada kesamaan secara konsistensi berdasarkan unsur bentuk logo, unsur warna dan unsur tipografi. Selain itu, mulai Equator #2 bentuk logo terbagi menjadi dua yaitu nama pameran Equator dan judul pameran. Hal ini membuat logo jauh lebih efektif secara fungsional ketika diaplikasikan dalam berbagai media [7].

Penyebutan nama pameran Biennale Jogja secara verbal terdiri dari nama program pameran dengan angka romawi, nama *equator* dengan tagar dan angka, tahun pelaksanaan, negara kerjasama, nama judul pameran seperti pada gambar di atas. Namun bentuk visualisasi penyebutan dan penempatan antar logo sangat variatif. Berdasarkan wawancara dengan perancang, salah satunya Pankun Studio, disebutkan bahwa (saat itu) belum ada spesifikasi atau permintaan khusus dari penyelenggara.

3. Proses Kreatif Logo Biennale Jogja Equator

Seperti halnya membentuk sebuah entitas Biennale Jogja secara gagasan dan wacana-wacana yang diharapkan, dalam membuat Identitas Visual khususnya logo turut melewati proses-proses kreatif sehingga dapat menampilkan logo Biennale Jogja yang tidak hanya estetika secara tampilan, tetapi juga terdapat *value* menyesuaikan dengan tema dan konsep yang ada.



Gambar 9. Korelasi Proses Kreatif dalam Perancangan Logo (Rolitasari, 2022)

Menurut Tabrani [8], [9], secara umum kreativitas dapat diperoleh melalui 3 alur yaitu ide, pematangan ide dan pelaksanaan ide. Sedangkan menurut Suriyanto Rustan proses perancangan logo lebih dijabarkan lagi secara spesifik meliputi *brief*, studi visual, eksekusi desain, *review*, sistem identitas sampai pada tahap produksi. Kedua teori ini memiliki korelasi yang sama dalam proses kreatif perancangan logo dan mempermudah penulis untuk menganalisis. Adapun alur proses kreatif perancangan Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021) sebagai berikut:

a. *Brief*

Secara struktural kerja kepanitiaian Biennale Jogja berawal dari tema besar Equator oleh Yayasan Biennale Yogyakarta, yang ditanggungjawabkan oleh Direktur Pameran untuk mengelola pameran secara keseluruhan. Kemudian, gagasan tema dan hasil karya seniman dikembangkan menjadi narasi teks kuratorial oleh kurator pameran. Dari gagasan teks kuratorial ini menjadi *brief* yang kemudian turunkan kepada perancang untuk memvisualisasikan identitas visual Biennale Jogja Equator secara menyeluruh termasuk logo di dalamnya.

1) Biennale Jogja XI Equator #1 2011

Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan wawancara langsung terhadap Mie Cornoedus sebagai perancang logo, namun peneliti mendapatkan informasi berdasarkan tinjauan tesis Katalog yang dilakukan oleh Lukman Arief, hasil olah wawancara dengan Anang Saptoto selaku desainer yang melakukan eksekusi terhadap logo tersebut serta informasi dari buku terbitan katalog Equator #1.

Pameran ini bekerjasama dengan Negara India berjudul "*Shadow Lines*". Brief diperoleh dari Kurator yaitu Alia Swastika dan Suman Gopinath dengan fokus tema yang mengangkat "*Religiusitas, Spiritualitas, Kepercayaan dan Keberagaman*".

2) Biennale Jogja XII Equator #2 2013

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Jazirah Arab berjudul, "*Not A Dead End*". Anang Saptoto sebagai perancang mendapatkan *brief* dari Kurator Agung Hujatnikajennong dan Sarah Rifky (Mesir), serta Farah Wardani sebagai Direktur Artistik.

3) Biennale Jogja XIII Equator #3 2015

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Nigeria berjudul, "*Hacking Conflict*". Yazied Syafaat sebagai perancang logo menerima *brief* yang telah dirumuskan oleh Kurator Wok The Rock dan Jude Agnowih (Nigeria), Direktur Artistik Rain Rosidi.

4) Biennale Jogja XIV Equator #4 2017

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Brazil berjudul, "*Age of Hopelessness*". Studio Libstud memperoleh *brief* dari Dodo Hartoko dan Forum Ceblang-Ceblung sebagai Direktur Artistik.

5) Biennale Jogja XV Equator #5 2019

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Asia Tenggara berjudul, "*Do we live in the same playground?*" yang dirancang oleh Atalya Advena berdasar rumusan *brief* dari Akiq AW, Arham Rahman dan Panwadee Nophaket (Thailand).

6) Biennale Jogja XVI Equator #6 2021

Pameran ini bekerjasama dengan Negara Kepulauan Oseania (Asia Pasifik) yang berjudul, "*Roots <> Routes*". Tim Banteng mendapatkan rumusan *brief* dari Gintani Swastika dan dua kurator Ayos Purnomoaji dan Elia Nur Vista.

b. Studi Visual

Perancang melakukan studi visual dengan mencari referensi dan pendekatan yang relevan untuk menemukan ide-ide yang nantinya menjadi gambaran besar tampilan identitas visual baik itu dari penentuan warnanya, tipografi, tata letak, bahkan logonya.

Judul serta narasi kuratorial perhelatan pameran menjadi kunci atau pegangan ketika melakukan *brainstorming*. Untuk itu, perancang harus memperhatikan batasan-batasan supaya tampilan yang dihasilkan tidak melenceng atau bahkan berkonotasi dengan gagasan tema dan 'posisi' pameran Biennale Jogja Equator.

1) Biennale Jogja XI Equator #1 2011

Mie Cornoedus membaca Equator #1 berupa peta dua dimensi sebagai dialog budaya Indonesia dan India untuk memperoleh warna dari peta konvensional.

2) Biennale Jogja XII Equator #2 2013

Anang Saptoto dalam Equator #2 mengambil sampel foto dokumentasi perjalanan kurator dan direktur saat melakukan survei ke Jazirah Arab untuk mendapatkan karakteristik warna yang mewakili Negara tersebut.

3) Biennale Jogja XIII Equator #3 2015

Yazied Syafaat pada Equator #3 membaca keteraturan dalam kekeosan seperti lilitan kabel rumit namun saling terhubung antara Indonesia dan Nigeria. Menggunakan warna biru-hijau yang mewakili Negara Nigeria.

4) Biennale Jogja XIV Equator #4 2017

Farid Stevy Asta, melalui Gilang Ruslan dari Studio Libstud mengangkat hasil yang ditemukan dari gagasan kekacauan kampanye visual jalanan Festival Equator (*pre-Event*) berupa iklan-iklan *reklame* jalanan yang dipadukan dengan karya seniman Yunizar. Menggunakan warna-warna primer yang sangat mencolok.

5) Biennale Jogja XV Equator #5 2019

Atalya Advena merepresentasikan persoalan 'pinggiran' Asia Tenggara dengan komposisi logo menyerupai logo pemerintah yang sengaja dibuat rusak sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah.

6) Biennale Jogja XVI Equator #6 2021

Sedangkan Tim Banteng memposisikan diri sebagai masyarakat Oseania melalui bentuk peta *matrix chart*, dan biota laut yang dilihat secara *microscopic*. Metode studi visual yang digunakan adalah *glass-box* dan telah dilakukan riset penelitian sungguhan.



Gambar 10. Logo Pameran Biennale Jogja Equator XI-XVI (2011-2021) (Rolitasari, 2022)

c. Eksekusi Desain

Pematangan ide dilakukan dengan memvisualisasikan temuan hasil studi visual kedalam bentuk *tumbhnails* atau sketsa kasar. Kemudian dilakukan penyempurnaan bentuk dengan digitalisasi menggunakan bantuan *software* komputer. Dalam tahap ini, kepiawayan perancang dalam melakukan digitalisasi dapat mempengaruhi karakteristik desain yang dihasilkan.

1) Biennale Jogja XI Equator #1 2011

Logo dibuat dengan memuat informasi pameran secara menyeluruh dari nama program hingga tanggal pelaksanaan pameran.

2) Biennale Jogja XII Equator #2 2013

Anang Saptoto menemukan unsur warna kuning kecoklatan untuk mewakili negara Arab saat pengambilan sampel foto perjalanan kurator. Selain itu, Anang Saptoto menambahkan 6 unsur lingkaran untuk mewakili 6 perhelatan Biennale Jogja Equator.

3) Biennale Jogja XIII Equator #3 2015

Yazied Syafaat melakukan eksplorasi untuk mewakili lilitan rumit kabel listrik dari mengolah huruf-huruf secara kolase. Serta membeli karya foto dari sebuah situs untuk mewakili maskot identitas visual pameran tersebut.

4) Biennale Jogja XIV Equator #4 2017

Libstud membuat visual logo judul yang terbingkai kotak putih untuk mewakili iklan visual jalanan yang didapat saat studi visual.

5) Biennale Jogja XV Equator #5 2019

Atalya Advena melakukan eksekusi dengan efek *threshold* untuk mendapatkan hasil logo yang rusak, pecah seperti hasil fotokopian.

6) Biennale Jogja XVI Equator #6 2021

Tim Banteng lebih dahulu melakukan *exercise* (latihan) dengan membuat *icon* atau supergrafis yang mewakili biota laut yang diolah dari teknik *handdrawn* karakteristik Wulang Sunu serta visualisasi teknik 3D dari Garuda Palaka.

d. Review

Memasuki tahap pelaksanaan ide, perancang mempresentasikan hasil rancangannya kepada kurator

dan direktur artistik pameran. Hasil diskusi ini yang menentukan kesepakatan perancangan desain. Apabila belum menemukan kesepakatan, desain memasuki tahap *revisi* untuk diperbaiki kembali hingga menemukan kesepakatan bersama.

e. Sistem Identitas

Membuat pedoman dari hasil perancangan identitas visual berupa panduan aset-aset desain, atribut penggunaan logo, warna, tipografi serta turunan desain kebutuhan pameran. Pada penyelenggaraan Pameran Biennale Jogja Equator panduan yang biasa disebut dengan *Graphic Standard Manual* (GSM) untuk mempermudah tim desainer pelaksana yang menggunakan desain pada identitas visual tersebut.

f. Produksi

Penerapan identitas visual termasuk logo pada berbagai media sesuai kebutuhan desain pameran, baik untuk publikasi cetak maupun digital.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan hasil analisis proses kreatif dapat disimpulkan bahwa perancangan logo Biennale Jogja Equator XI-XVI telah memenuhi teori kreativitas Tabrani [9] dan alur Mendesain Logo [10] karena melalui proses *brief*, studi visual, eksekusi desain, *review*, sistem identitas sampai pada tahap produksi. Namun perancangan antar logo ini sangat kompleks karena perbedaan wilayah kerja sama dengan topik persoalan yang ada, ditambah dengan pergantian kepanitiaian, serta perancang yang tidak pernah sama sangat mempengaruhi bentuk tampilan identitas visual khususnya pada logo pameran. Sehingga tidak ditemukannya kesamaan satu sama lain berdasar bentuk logo, unsur warna, tipografi, pada proses kreatif perancangan logo Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021).

Logo merupakan salah satu bagian dari identitas visual yang difungsikan untuk mewakili suatu pesan sekaligus penyebutan suatu lembaga. Sementara keserasian dari identitas visual, diperoleh dari perancangan saat melakukan proses kreatif. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan keragaman tampilan visual logo pameran Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021) muncul karena beberapa hal berikut ini:

1. Yayasan Biennale Yogyakarta melalui proyek Biennale Jogja Equator melakukan kerjasama dengan *agency/studio* desain, maupun desainer perseorangan untuk membuat identitas visual Biennale Jogja XI-XVI Equator (2011-2021). Pemilihan desainer logo ditentukan berdasarkan relasi pertemanan yang pernah terjalin antara penyelenggara dengan perancang itu sendiri. Dibutuhkan kesamaan selera (sesuai dengan tema pameran) & kecocokan komunikasi saat berdiskusi untuk kemudian menemukan bentuk visualisasi logo Biennale yang baru.
2. Proses kreatif perancangan logo Biennale Jogja Equator XI-XVI telah memenuhi teori kreativitas Tabrani [9] dan alur Mendesain Logo Rustan [10]

karena melalui proses *brief*, studi visual, eksekusi desain, *review*, sistem identitas sampai pada tahap produksi.

3. Visualisasi tampilan logo yang beragam setiap penyelenggaraan Biennale, meliputi bentuk logo, unsur warna, tipografi yang berbeda disebabkan oleh konsep logo yang terlebih dahulu ditentukan para Kurator dan Direktur Pameran, berdasarkan hasil pembedahan tema kuratorial yang telah disepakati sebelumnya.
4. Kepiawaian perancang dalam memvisualisasikan konsep logo & teknik digitalisasi logo yang beragam memunculkan tampilan visual logo yang berbeda setiap penyelenggaraan Biennale.

(gambar)

Konsep logo pameran yang telah dikonsepsikan berbeda oleh kurator pameran sedari awal dan perbedaan kerjasama antar *agency* atau individu desainer memunculkan karakteristik tampilan visual logo Biennale yang beragam.

SARAN

1. Penelitian ini hanya meninjau proses kreatif logo Biennale Jogja seri Equator (2011-2021) saja namun dapat menjadi acuan untuk penelitian mengenai proses kreatif perancangan logo pameran selanjutnya.
2. Tinjauan yang dilakukan dengan teori desain komunikasi visual ini masih dapat dikaji lebih lanjut dengan metode pendekatan atau teori yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. P. Utama, W. S., Swastika, A., & Utomo, *Khatulistiwa Sebagai Metode: Merefleksikan Pengalaman 10 tahun Biennale Jgoja Khatulistiwa*. Yogyakarta: Yayasan Biennale Yogyakarta, 2020.
- [2] I. T. Wibowo, *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: Buku Pintar, 2013.
- [3] D. W. Soewardikoen, *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Kanisius, 2019.
- [4] Y. B. Yogyakarta, "Yayasan Biennale Yogyakarta," *Yayasan Biennale Yogyakarta*, 2021. <https://biennalejogja.org/>
- [5] L. Arief, "Representasi Tema dan Konsep Kuratorial Biennale Jogja IV s.d XI pada Katalog, Ditinjau dari Perspektif Desain Grafis," 2013.
- [6] M. Alaydrus, "Tinjauan Aplikasi Logo pada Katalog Pameran Jakarta Biennale 2009 Berdasarkan Standar Manual Logo," 2009.
- [7] I. Archive, "Pameran Biennale | Seni Lukis Yogyakarta - 1988." <http://archive.ivaa-online.org/events/detail/398>
- [8] P. Tabrani, "Wimba, Asal Usul Dan Peruntukannya," *Wimba J. Komun. Vis.*, vol. 1, no. 1, pp. 1-7, 2015, doi: 10.5614/jkvw.2009.1.1.1.
- [9] P. Tabrani, *Kreativitas Dan Humanitas: Sebuah*

Studi Tentang Peranan Kreativitas dalam Perikehidupan Manusia. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.

- [10] S. Rustan, *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017.

Discourse of the Symbols Meaning in Exo's 'Mama' Music Video Clips

Ardian Setio Utomo¹, Widhihatmini², Dewi Warhamni³, Ikke Widianti⁴

¹Communication Information Management, School of Multi Media, Yogyakarta, Indonesia

Email: ardian@mmtc.ac.id

²Communication Information Management, School of Multi Media, Yogyakarta, Indonesia

Email: widhihatmini@yahoo.com

³Strategic Communication, Multimedia Nusantara University, Tangerang, Indonesia

Email: dewi.warhamni@lecturer.umn.ac.id

⁴Communication Science, Muhammadiyah Tangerang University, Tangerang, Indonesia

Email: ikke.widianti.iw@gmail.com

*Corresponding author: ardian@mmtc.ac.id

Abstrak: Video klip kelompok musik Exo berjudul 'Mama' memberikan beragam persepsi di kalangan masyarakat terutama pecinta musik pop Korea mengenai simbol-simbol yang ada di dalamnya. Simbol adalah bagian dari komunikasi yang menuntut masyarakat menggunakan persepsi untuk dapat memahami makna yang terkandung di dalamnya. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan informan memberikan persepsi bahwa simbol yang ada dalam video musik Exo berjudul 'Mama' hanyalah sebuah seni dan sebagai pendukung sebuah cerita dalam video klip musik tersebut. Selain itu persepsi yang dimunculkan bahwa simbol yang ada dalam video klip musik Exo tersebut memiliki keterkaitan dengan suatu kepercayaan tertentu dalam hal ini menyerupai lambang dan simbol Illuminati. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan persepsi tidak terjadi begitu saja, tidak hanya karena reseptor indra terhadap suatu objek yang ada tetapi hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor internal dan eksternal. Penelitian ini mencoba mengungkapkan penggunaan simbol-simbol yang identik dengan Illuminati dimana tidak banyak penelitian sejenis yang mengkaji hal tersebut. Disarankan bagi penelitian selanjutnya bisa mencermati penggunaan simbol dalam tayangan video klip music dan berupaya mengungkapkan makna yang ada didalamnya sehingga dapat membantu masyarakat memberikan pemaknaan yang tepat.

Kata Kunci: Exo Mama; Komunikasi; Media; Persepsi; Simbol; Klip Video Musik

Abstract: Exo's music group video clip entitled 'Mama' provides various perceptions among the public, especially Korean pop music lovers about the symbols in it. Symbols are part of communication that require people to use perceptions to understand the meaning contained in them. The method used in this research is descriptive qualitative. The results showed that the informants gave a perception that the symbols in Exo's music video entitled 'Mama' were just an art and as a support for a story in the music video clip. In addition, the perception that is raised that the symbols in the music video for Exo are related to a certain belief, in this case resembling the symbols and symbols of the Illuminati. The conclusion of this study shows that differences in perception do not just happen, not only that because of the sensory receptors for an existing object but this is also influenced by several factors, including internal and external factors. This research tries to reveal the use of symbols that are identical to the Illuminati where there are not many similar studies that examine this. It is recommended for further research to look at the use of symbols in music video clips and try to express the meanings contained therein so that they can help people give the right meaning.

Keywords: Exo's Mama; Communication; Media; Perception; Symbol; Music Video Clips

INTRODUCTION

Music video clips are one of the mass media that can be enjoyed by audiences to listen to music and see the visuals displayed. Communication packaged in audio and visual form has the power to convey a message, and video is one of the important elements that play a role in building a

communication system in the form of moving images [1]. Music video clips are also a form of communication that aims to receive information through mass communication with elements of works of art. Especially, in today's digital era, technological advances are growing and making it

easier for audiences to access music video clips from computers and gadgets through video player channels such as YouTube. Almost every type of song that is created and every kind of music that exists applied it through music videos so that anyone can easily interpret the storyline of the lyrics. To provide appeal, music video clips display several themes, symbols, or symbols that have specific meanings, music video clips are also a medium to support the meaning of the story with visual support so that the message can be conveyed clearly [2]. As in the music video that has received considerable attention from audiences and Korean pop music connoisseurs entitled 'Mama', which is Exo's first debut single, it is a male music group from Korea, which is also well known in Indonesia and includes in other countries. The song titled 'Mama' is a unique costumes worn, the lyrics of the pieces delivered, and the symbols in it. As in February 18th, 2022, the music video for 'Mama' from Exo has been watched 96 million times on YouTube channel since it was first uploaded in April 7th, 2012.

The word 'Mama' in this music video is Korean, which means 'Your Highness', an honorific title for someone from the Royal family [3]. Also the Mother of the Queen was being called as 'Halma-mama' means 'Grandmother', so the meaning behind the title 'Mama' itself is 'Your Majesty' [4]. The creature has been sent down to Earth to bring change to humans, increasingly subject to digital, thus, Exo demand for helping from 'Mama' (God). Apart from presenting a unique storyline, the male music group in this music video is also considered capable of attracting the public's attention because the members are good-looking.

Exo is a male music group of 12 members, divided into two groups Exo-K as a subgroup in Korea and Exo-M as a subgroup in China. The two groups promote the same song using different languages. But in every music concert, the two groups always appear together. Exo is under the management of SM Entertainment Co., Ltd., which was formed in 2009 and began to be introduced to the public in 2011. The music performed by Exo has pop type by combining elements of dance. Exo's success in entertainment has led to several public perceptions of the symbols in the music video for 'Mama'. The marks displayed in the video are similar to patterns of ideological understanding. However, several taught on these symbols are only part of the work art as an attraction for the public.

In recent decades, the entertainment world in Indonesia has presented a lot of K-Pop or Korean Pop, a type of popular music is originating from the South Korean music industry packaged in more modern style. A few K-Pop artists have not penetrated their popularity in foreign countries. Even in Indonesia itself, there is the term of 'Korean Wave' or 'Korean Fever' because of the love for Korean music. Based on the results of research by Statista in 2017, which was conducted online with 400 respondents, it was found that 24% rated the attractive appearance and style of K-Pop personnel, making this genre of music has many fans, especially in Indonesia [5].

The music video for 'Mama' displays various signs and symbols. Symbols and symbols are used to describe something else through objects. In everyday life, researchers encounter many characters because of humans often use certain marks to refer a reality or an abstract. Humans are also creatures that need signs and symbols to communicate. This shows that the use of characters by humans generally has a broader scope than the term 'Homo Sapiens' or thinking beings as in their activities taught, humans use symbols. Moreover, the signs we encounter in an object contain various perceptions from society. Perception itself is a person's view or interpretation of an object they observe. The perception of each individual can create multiple arrangements according to the thoughts of each individual. The management of messages from sensory impressions and the experiences they get gives birth to numerous perceptions that are not always the same. The symbols that appear in the music video for 'Mama' are identical to the characters of the Illuminati, which is known as a group related to belief and religion based on mastery of science and technology, intellectual and financial. The Illuminati group consists of famous scientists, influential rulers, and wealthy merchants and often uses symbols and has the goal of realizing and forming a new world order [6].

In everyday life, humans will never be separated from the communication process to support their need to interact, such as exchanging information, opinions, ideas, etc. Not only through the mass media, technological advances that are increasingly developing in every country, including Indonesia, are, of course, making it easier for anyone to access various kinds of information and entertainment both from within and outside the country through increasingly sophisticated communication devices [7]. There are several previous studies that support this research, namely research conducted by Rona Rizka entitled Illuminati Symbol Representation in Shirt Design Aye! Denim. This research shows that the meaning and ideology embodied in the design of Aye! Denim contains about the existence of a huge plan designed by the Secret Society, the Illuminati, and Freemasonry. The agenda is driven by the people behind the scenes who infiltrated through the administration of a country. The purpose of the agenda is to create a new world government or commonly called the 'New World Order'. Aye! Denim tries to convey the purpose of the agent in different ways, namely through the designs of its products. In order to become a knowledge and a warning for those who use or view the design [8].

Another study conducted by Ani Choirun Nisa and M. Farkhan M. entitled Symbols of The Illuminati Order In Socio-Cultural Life Of Muslims In Saudi Arabia: Symbolic Semiotic Analysis, show two conclusions they are 1) The history factor that lie behind the phenomenon of the use of Ordo Illuminati symbols by moslem in Saudi Arabia, 2) Aspects of life that associated with the use of Ordo Illuminati symbols in Saudi Arabia [9]. So based on this description and previous research as a

reference, this study seeks to find out how the public perceives the symbols in Exo's music video entitled 'Mama'. To raise awareness in the community about the importance of understanding symbols and symbols for communicating.

Communication, according to Pace and Faules in [10] defines that there are two general forms of action taken by people involved in communication practices, namely creating messages and interpreting messages. The message here is not always in the form of words but can also be a show, how to dress, the jewelry worn, makeup, expressions, gestures, and various other nonverbal messages. Furthermore, [11] explains communication by providing its elements which are interdependent on one another, namely 1) the communicator as the source of the message, 2) the information conveyed, 3) the media used to convey the message, 4) the communicant as the recipient of the message and 5) Feedback and Effects resulting from messages that have been delivered.

Exo's music video entitled 'Mama' utilizes the YouTube channel to broadcast it to reach audiences. This is a characteristic of new media where mastery of technology, especially the internet, can bring societal changes [12]. This new communication technology is closely related to 1) Interactivity, 2) Demassification, and 3) Asynchronous. Interactivity, in this case, can be interpreted as the ability to talk back using new communication technology systems. This method allows users to carry out communication activities more effectively and optimally. *Demassification* is defined as a message conveyed individually among users who exist in large numbers. In this case, the setting of the mass communication system is no longer controlled by message producers but by media consumers. Asynchronous, in this case, means that this new technology can send and receive messages anytime, anywhere, and by anyone. Its global nature gives new communication technology the ability to reach whomever its users want [13]. The symbols and symbols displayed in the music video for 'Mama' need to be seen using semiotics to understand text and marking. In addition, between communication and semiotics, *communication* is defined as the process of exchanging messages, in which messages contain structured elements, namely signs and symbols, language, and discourse [14]. Besides that, in interpreting the elements in semiotics, one's perception is needed because perception is a process that allows us to organize information and interpret impressions of the surrounding environment [15]. Perception is also a process preceded by a stimulus received by an individual through a receptor device, namely the senses, where perception is influenced by internal and external factors [16]. Meanwhile, according to [17], the factors that play a role in perception can be put forward into several factors, namely 1) The object being perceived, 2) The sense organs, nerves, and nervous system, and 3) Attention.

Semiotics and perception are used to interpret signs and symbols. According to Hartoko and Rahmanto in [18] etymologically, the logo comes from the Greek word meaning to throw together something associated with an idea. A sign symbol is a stimulus that marks the presence of something else. Thus, a sign is closely related to the actual intention of the action. Characters work more complexly by allowing someone to think about a symptom. In other words, a symbol is an instrument of thought. According to Langer in [18] animal life is governed by feelings, but many concepts, logos, and language mediate human emotions. Animals respond to signs, but humans need more than signs. Humans need symbols. A symbol is a form that marks something other than the embodiment of the symbolic form itself.

Furthermore, Hartoko and Rahmanto in [18] state that symbols can be divided into three parts, namely 1) Universal symbols, related to archetypes, for example, sleep as a symbol of death, 2) Cultural symbols, which have a cultural background in a region particular, such as a dagger in Javanese culture, 3) Individual symbols, which can be interpreted in a context of the entire work of an author. A symbol exists for something else, most hidden or nonexistent. Besides that, most of what is most interesting about symbols are their connection with the unconscious. [18] concluded that symbols are the key that allows us to open doors that cover our unconscious feelings and beliefs through in-depth research.

In this research, the study of perceptions is based on the type of perception, audience groups, and social issues. In the type of perception in Exo's music video entitled 'Mama', the visual perception includes positive perception, namely perception that describes all knowledge and responses that are forwarded with efforts to use it. In contrast, negative perception is the perception that describes all knowledge and responses that are not in harmony with the object which is perceived.

The emergence of positive and negative perception depends on how the individual describes all his knowledge about an object that is perceived [19]. The audience group in this study is categorized as a group of viewers, readers, listeners, and viewers who receive messages in mass communication and whose existence is scattered, heterogeneous and numerous [20]. Then the study of perceptions on social issues in this study is related to the Korean Pop phenomenon or commonly called K-Pop, which until now is still popular with music lovers. This is inseparable from technological developments that continue to develop and become increasingly sophisticated so that culture and artwork from South Korea can be easily accessed and disseminated to various regions around the world and even has the potential to become a cultural globalization.

The symbols in Exo's music video entitled 'Mama' is identified with Illuminati symbols. There are many kinds of symbols in the Illuminati that are used and often seen in everyday life, such as the pentagram, which is widely used by devil worship where when the two ends are pointed upwards, it is said to show the meaning of 'Black Magic' and '2 Devil's Horns', The The All Seeing

Eye is the symbol most widely used by the Illuminati in the form of a single eye which means the eye of the devil and that one eye can see all things and carry out surveillance [21]. Another symbol is the Triangle of Life which is interpreted differently in several countries, such as interpreting Egypt as the hieroglyphic symbol for 'Woman'. In contrast, in Greece, it is interpreted as the 'Sacred Door' [21]. The symbol of the inverted cross is interpreted as a form of defiance of religion [21]. Furthermore, the animal symbol of a goat's head is known as Baphomet, an evil god who controls black magic [22].

Music video clips with attractively packaged visuals can function as promotional media and artistic media [23]. Music video clips as promotional media mean that video clips are intended to make the public more aware of the works made by the group of musicians concerned. In this case, there are no specific parameters that can prove that music in video clips can have an impact on the popularity of an album. However, a song considered a success in the market does not mean that everyone buys the album. The song is popular simply because people only see the music video clip on electronic media or listen to it on the radio. The music video clips as an artistic medium, meaning that music can be used to translate the meaning of a song. This is related to the exploration of the song itself. The concept of a video clip not related to a song is part of a form of expression and is closely related to art.

RESEARCH METHOD

This study uses a qualitative method with a descriptive approach. This study seeks to answer research questions based on data through interviews, observation, documentation, and data from various sources. In qualitative research, research subjects are called informants, people who provide the information researchers need related to the research being carried out [24]. The subjects in this study were seven informants; each had a different background and experience, three informants from among the students and four informants from among the workers, so they were expected to provide different perceptions according to experience and the ability to interpret according to what the researcher needed. However, these informants had something in common, namely, Exo fans and always observing the development of music culture in Korea.

The object of this study will analyze people's perceptions of existing symbols, not looking for relationships or making predictions. The symbols in Exo's music video, 'Mama', will be analyzed through public perception using a perception theory approach. Data collection techniques were carried out using primary data in the form of observation, interviews, and documentation, while secondary data was obtained through sources that support research. Meanwhile, the data analysis techniques used in this study were arranged systematically and processed utilizing analysis, organizing data into categories to reach conclusions that can be understood by oneself and others [25].

In qualitative research, in testing the validity of the data obtained, researchers will use a credibility test with triangulation. *Triangulation* in this credibility test is defined as checking data from various sources in various ways and at various times [25]. This study uses 1) Triangulation of sources to test the credibility of the data by checking the data obtained through several sources and 2) Triangulation of techniques to test the credibility of the data by checking the data to the same source using different techniques.

RESULT AND DISCUSSION

Exo is a music group or boy band from South Korea which has become a worldwide phenomenon. Exo personnel consists of 12 members formed under SM Entertainment in 2011 and officially introduced to the public in April 2012. This music group is not only popular and has millions of fans around the world, but it also has many achievements. It has managed to break various records in the music industry. Exo changed its name several times before it was finally decided that this music group would be named Exo. The name 'Exo' is taken from the term 'Exoplanet', which refers to planets outside the solar system. In its journey, Exo has two groups, namely Exo-K and Exo-M. This is done for simultaneous promotions for each region. Exo-K is promoting in South Korea, while Exo-M is promoting in China, so the language used for this music group is Korean and Mandarin.

The song from the South Korean music group Exo entitled 'Mama' is one of the singles from Exo's mini album, which was released on April 9, 2012, under the auspices of Management SM Entertainment; the video clip broadcast uses two language versions, namely Korean and Mandarin. At the beginning of the screening of the song 'Mama', many fans wondered about the concept in this music video, which was unique and had a mystical feel. In the video clip, the word 'Mama' does not mean 'Mother' as used in some countries. However, the word 'Mama' in the video clip means 'Your Majesty', referring to a call for a King or a Queen, especially during the Kingdom era—South Korean territory. In addition to these meanings, the word 'Mama' is also interpreted as a call to God in this video. The song in this video clip is played with a duration of 6 minutes 14 seconds, written by Yoo Young, a songwriter and a record producer for artists under the auspices of SM Entertainment.

In the music video for 'Mama', 12 Exo personnel wear long black robes and perform dance moves like people who worship something through a mystical ritual process. As told in this music video, 12 Exo personnel are extraterrestrial beings from Exoplanet and are in the 21st century. They are told to come to Earth to save humans from the influence of the digital age and to have an attitude of not caring about one another.

In the music video for 'Mama', 12 Exo personnel each have a symbol which is a symbol of their strength, as illustrated by the phoenix symbol, which is synonymous with fire, symbolizing a person who has the

power to control fire. Then there is a triangular symbol with a circling vortex in it or what is known as the 'Keyhole'. This symbol means a person who has power and can control time and move from one place to another (Teleportation). Other symbols are water droplets (Droplet) which is a symbol of the power of water or commonly called 'Hydrokinesis', the Earth symbol which is a symbol that has a picture like a head in the shape of a horned animal with sharp teeth, this symbol is interpreted as an ant that has the power controlling the planet earth or known as 'Terakinesis', the next symbol featured in the music video for 'Mama' is Light or Sun, this symbol with the sun symbol is described as having the power to control light or known as 'Lunarkinesis', then it is also described as wind (Wind) as a symbol of the power of air control or known as 'Airokinesis', a 3-circle-shaped graphic has a symbol of the power of controlling the mind, the dragon symbol (Dragon) is interpreted as a symbol of the ability to fight gravity (Levitation), the unicorn horse as a symbol of the power capable of healing everything disease otherwise known as 'Vitakin esis', a timer or time controller (Hour glass) as a symbol of the ability to master time, a scorpion or scorpion as a symbol which is interpreted as the power to control lightning or known as 'Electrokinesis' and frost (Snowflake) which is interpreted as a symbol of the power to control ice.

At the beginning of the appearance of the music video for 'Mama', there is a teaser showing a storytelling about a tree that many people believe is the tree of life or commonly called the 'Tree of Life', which is a symbol that is identical to the Kaballah and there is a butterfly. A butterfly is associated with the symbol of a butterfly belonging to the king or the 'Monarch Butterfly' from a satanic cult group known as the Illuminati.

From the perceptions conveyed by each informant, the researcher tries to describe and analyze the background of each informant to find out what factors influence these perceptions. The researcher analyzed internal factors, including feelings, attitudes, individual personality, prejudice, desires or expectations, attention, focus, learning process, physical condition, psychiatric disorders, values, needs, interests, and motivation of each individual as well as external factors which include family background, information obtained, knowledge and needs around, intensity, size, resistance, repetition of motion, things that are new and familiar or unfamiliar to an object. From the results of the interviews that have been conducted, the informant provided information that the attractiveness of the appearance of Exo personnel was one of the initial reasons the informants liked each of their music video clips. In addition, the informants liked Exo's music video clip entitled 'Mama' because, for them, besides the music that is pleasant to hear and easy listening, also because the concept shown in the music video is unique, it makes people curious.

The combination of the music and the visual concept that was displayed was assessed as part of the promotion, the video clip for 'Mama' was considered successful in providing entertainment so that the

informants said they continued to have the desire to play the music video for 'Mama' continuously. Almost every informant that researchers met in the field realized that symbols are part of communication. 4 informants perceive that the symbols in the music video entitled 'Mama' are an art and as an attraction for the audience. Meanwhile, 3 other informants gave the perception that the symbols in the music video had a connection with a certain belief or what they knew was the Illuminati group.



Figure 1. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 1 (Utomo, 2022)

A butterfly flies around a flower that is starting to bloom. In this scene, many believe that the butterfly is depicted as a Monarch's butterfly, a symbol of the belief of a satanic cult.



Figure 2. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 2 (Utomo, 2022)

Two fire symbols are considered symbols of the beliefs of satanic cult groups.



Figure 3. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 3 (Utomo, 2022)

The sun symbol is surrounded by many symbols, such as fire symbols, phoenixes, triangles, and unicorns, which are also believed to be symbols of devil worship.



Figure 4. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 4 (Utomo, 2022)

Some people associate the symbols as symbols of the strength of Exo personnel with symbols of the Illuminati.

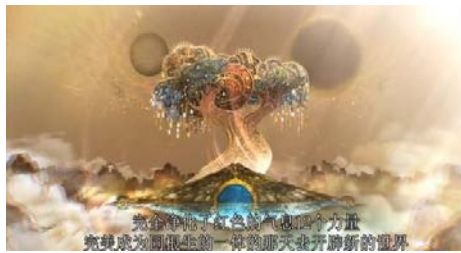


Figure 5. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 5 (Utomo, 2022)

The tree of life is a Kabbalah symbol with one eye symbol underneath, where the symbol is considered the symbol of the Dajjal by the general public.



Figure 6. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 6 (Utomo, 2022)

The scene where the Exo personnel gather to form a circle under the light by wearing black robes is considered to be similar to the ritual of the Illuminati group.

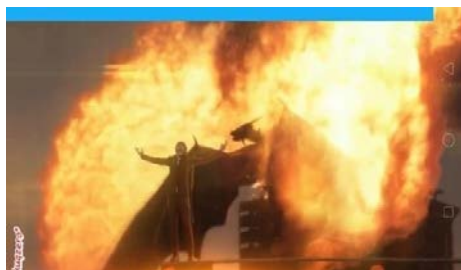


Figure 7. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 7 (Utomo, 2022)

One of the scenes displays a dragon complete with a tinge of fire, and the public associates the object with a symbol of the Illuminati.



Figure 8. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 8 (Utomo, 2022)

The lightning symbol is also considered a symbol of the Illuminati group.



Figure 9. Symbol in the 'Mama' Video Clip Scene 9 (Utomo, 2022)

The unicorn horse is also believed to be one of the symbols of the Illuminati group.

Differences in perceptions conveyed by informants in this study cannot be separated from the factors that influence them, namely internal factors and external factors:

Internal factors, where only female informants are easily influenced by their feelings with the existence of K-Pop trends and their tendency towards visuals in Exo's music video clips. Meanwhile, male informants admitted they liked Exo from the music and dance show quality in the video clip. This shows that every learning process encourages informants to learn about everything that interests them.

However, the interests and needs, and learning processes of each informant influence them to be curious about the things that make them feel interested. In addition, their needs and interests in the entertainment world are reasons for differences in perception. Some informants tend to ignore messages from an object they like or something they consider a role model because they focus on their need for entertainment and their interest in music. In addition, unstable mental conditions also influence perception. In contrast to informants who tend to think more critically and maturely in responding to something, they feel that every message in an object can influence them slowly and prefer to be more selective in responding to this, so they find out something they think is odd and connect it with what they know from the results of the learning process.

Internal factors, where only female informants are easily influenced by their feelings with the existence of K-Pop trends and their tendency towards visuals in Exo's music video clips. Meanwhile, male informants admitted they liked the quality of Exo from the music and dance show in the video clip. This shows that every learning process encourages informants to learn about everything that interests them.

However, the interests and needs, and learning processes of each informant influence them to be curious about the things that make them feel interested. In addition, their needs and interests in the entertainment world are reasons for differences in perception. Some informants tend to ignore messages from an object they like or something they consider a role model because they focus on their need for entertainment and their

interest in music. In addition, unstable mental conditions also influence perception. In contrast to informants who tend to think more critically and maturely in responding to something, they feel that every message in an object can influence them slowly and prefer to be more selective in responding to this, so they find out something they think is odd and connect it with what they know from the results of the learning process.

Apart from that, this study also tries to look at Exo's music video clip entitled 'Mama' with what was stated by [23]. that this music video clip has two functions, namely:

Promotional media is used as promotional media intended to make people more aware of the works made by the musicians. No specific indicators can prove that this music video clip can affect an album. Besides, a successful song means something other than everyone having to buy the album. The song is popular because people see the music video clip on various communication media channels. Judging from this theoretical approach, Exo's music video follows the informants interviewed by the interviewees. They tend to feel interested in the music video, apart from the visual and physical appearance of the singer.

They are also made curious about the concept of the music video, so they are interested in continuing to watch it until they feel addicted to listening to the song. The various stories presented in the music video clip sometimes show the song's meaning. In other words, music video clips can reinforce the story of a song. Even though it is said that music video clips do not affect album sales, many feel interested in a song just because they like the story presented in the song's music video clip. For some people, the visual concept seems more interesting than the audio alone. In addition, the informants in this study admitted that they did not understand the meaning of the song 'Mama' by Exo. However, the visual concept and theme raised in the music video encouraged them to watch it repeatedly. In this case, of course, Exo's music video entitled 'Mama' has fulfilled the function of a music video.

The artistic function of interpreting the meaning of a song is also related to the exploration of a song. The concept of music video clips unrelated to songs is part of a form of expression closely related to art. In Exo's music video entitled 'Mama', all of Exo's personnel show a lot of the power they have from every power symbol in them and highlight these symbols in every scene. This confirms that the concept of music videos is only sometimes related to songs.

When observed in more depth, all the personnel who sing the song 'Mama' do not mention any of the strengths they have or even mention what they will do with these powers, but in this music video, they show every power they have in various ways. Symbol as a symbol of its strength and does not even show the people they refer to in the song's lyrics. This is what is meant as artistic.

CONCLUSION

From the descriptions that have been submitted and data analysis has also been carried out by interviewing many informants, it can be concluded that the public's perception of the symbols in the Exo music video entitled 'Mama' is as follows:

The public's perception of the symbols in Exo's music video 'Mama' gave rise to various perceptions. Some informants realized that symbols are included in the communication section, which led to speculation that the symbols are in the form of fire, water, sun, phoenix, triangle, eye one, and the other symbols in Exo's music video entitled 'Mama' are related to symbols in a belief from a group they know as the Illuminati or devil worshippers. Meanwhile, several other informants had different perceptions, where they believed that the symbols in the music video were just artistic, artistic, or a form of effort to attract the audience's attention. They disagree that there is a connection between art and ideology, teaching, or ideology. For them, art is still art, although some realize that each symbol has a particular message.

Differences in perception do not just happen. Not only because of the sensory receptors that perceive something from the object seen or heard, but this difference in perception occurs due to several factors that influence it, namely internal and external factors.

SUGGESTION

From the results of the research and the presentation of the data as well as the conclusions presented, the researchers suggest that the audience should begin to realize and know that symbols are part of communication. The symbols in an object have a message to be conveyed. Because humans will never be separated from the symbols around them as part of everyday communication. The importance of media literacy is to be able to open insight into several things that are closely related to communication.

In addition, be wary of some symbols related to a belief, understanding, teaching, or ideology because they can have a bad influence and deviate from a previously held belief, bearing in mind that many people are easily influenced and tend to follow something that is his idol by digging deeper into insights about symbols that invite much debate in society so that they are wiser in responding to them and taking appropriate action in that regard. The community is expected to read more about general knowledge and insights by looking for reference sources on the internet and books in libraries, as well as knowledge related to media literacy. Apart from that, it is delicious for the community to have discussions with people who understand this issue to open their way of thinking further and find out about things that some people may still consider foreign. The strength of this study is music video clips as a research object that has not been studied by many similar studies. Then, for further research, you can look at the Illuminati symbols seen in various communication media that are widely used today.

REFERENCES

- [1] Rusidi, Anggy, Syafwandi, Riri T., "Analisis Semiotika Pada Video Klip 'Man Upon The Hill' Stars and Rabbit.," 2019. <http://ejournal.unp.ac.id> (accessed Mar. 1, 2022).
- [2] Ibrahim, Faisal, "Perancangan Video Klip Musik Tradisional Gambang Kromong Berjudul Peci Merah Sebagai Media Promosi.," 2021. <http://galerifdsk.mercubuana.ac.id/perancangan-video-klip-musik-tradisional-gambang-kromong-berjudul-peci-merah-sebagai-media-promosi/> (accessed Mar. 1, 2022).
- [3] p2k.unkris.ac.id, "Dinasti Joseon.," 2021. http://p2k.unkris.ac.id/en3/3065-2962/Dinasti-Joseon_32014_unkris_p2k-unkris.html (accessed Mar. 1, 2022).
- [4] fanpop.com, "Breaking The Mysteri Of Exo 'Mama'.," 2012. <https://www.fanpop.com/clubs/exo-m/articles/191000/title/breaking-mystery-exo> (accessed Mar. 1, 2022).
- [5] F. Javier, "Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop Pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak Dari Indonesia.," 2021. <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia> (accessed Feb. 17, 2022).
- [6] M. F. M. Nisa, Ani Choirun, "Simbol Ordo Illuminati Dalam Kehidupan Sosio-Kultural Muslim Di Arab Saudi: Analisis Semiotika Simbolik," *J. C. J. Stud. Timur Teng.*, vol. 9, no. 1, pp. 100–114, 2016.
- [7] I. J. Efriza, *Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris*. Malang: Intrans Publishing, 2018.
- [8] Rizka, Rona, Tantri Puspita Y., "Illuminati Symbol Representation In Design Shirt Aye! Denim," *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 3, no. 2, pp. 1-15, 2016
- [9] Nisa, Choirun Ani, M. Farkhan M., "Simbol Ordo Illuminati Dalam Kehidupan Sosio-Kultural Muslim Di Arab Saudi: Analisis Semiotik Simbolik," *Jurnal CMES*, vol. 9, no. 1, pp. 100-114, 2016
- [10] D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- [11] A. Mohyi, *Teori dan Perilaku Organisasi*. Malang: UMM Press, 2012.
- [12] F. Junaedi, *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: AspiKom, 2011.
- [13] A. Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, "Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik.," *Mediu. J. Ilm. Fak. Ilmu Komun. Univ. Islam Riau*, vol. 8, no. 1, pp. 1–17, 2020.
- [14] Verra, Nawiroh, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015.
- [15] Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- [16] Khairani, Makmun, *Psikologi Umum*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012.
- [17] B. Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- [18] Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013
- [19] Irwanto, *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002.
- [20] D. McQuail, *Teori Komunikasi Massa, Buku 2*, 6th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- [21] F. Y. Lestari, Winda Yunita, "Simbol Illuminati Dalam Video Klip," *ProTVF J. Kaji. Telev. dan Film*, vol. 3, no. 1, pp. 35–32, 2019.
- [22] G. D. A. Sholihin, "Analisis Makna Simbol Illuminati Dalam Video Klip (Suatu Kajian Semiotik Terhadap Simbol Kelompok Illuminati)," *Bahterasia J. Ilm. Pendidik. Bhs. dan Sastra Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–10, 2021.
- [23] Ahmad, *Perencanaan pembelajaran*. Yogyakarta: Pedagogia, 2012.
- [24] M. Sembiring, *Budaya dan Kinerja Organisasi*. Bandung: Fokusmedia, 2012.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.

