

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan action figure di Indonesia dipengaruhi perkembangan globalisasi. Negara-negara besar yang mengawali keberadaan action figure sebagai mainan, berlomba uncut menjangkau dan memberi pengaruh budaya ke seluruh dunia. Banyaknya produk yang memasuki pasar Indonesia turut mempengaruhi jati diri bangsa sendiri, contohnya dari budaya Amerika, Jepang, dan Eropa.

Action figure yang dikoleksi oleh anak-anak dan remaja Indonesia secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap sudut pandang budaya kita. Banyak remaja yang lebih mengenal tokoh-tokoh action figure Jepang dan Amerika daripada tokoh budaya Indonesia. Kesadaran untuk menjaga budaya pada dasarnya tidak efektif jika hanya melakukan perlindungan yang menutup terhadap pengaruh budaya lain. Melihat beberapa hal yang dilakukan negara maju untuk menanggulangi krisis budaya, adalah dengan membuka diri dengan kemajuan budaya yang baik. Untuk itulah diperlukan konsep action figure yang berpotensi membangkitkan kembali kebanggaan berbangsa dan bernegara Indonesia dengan mengangkat tokoh-tokoh yang ada di Indonesia

Action figure dapat diartikan sebagai mainan miniatur tiruan dari suatu objek nyata yang ada. Misalnya miniatur dari tokoh-tokoh terkenal entah itu yang berasal dari kisah fiksi ataupun tokoh nyata yang terkenal. Sampai sekarang ini, action figure masih banyak peminatnya. Menurut pandangan Stan Weston (penemu istilah action figure, seorang manager pemasaran di perusahaan mainan Hasbro), action figure berasal dari kata figure berarti sebuah citra figur seperti manusia, karakter dan action yang berarti bisa dibuat beraksi atau diposekan menjadi sedang melakukan sebuah aksi (action).

Dalam perkembangannya menurut Max Watanabe, yang merupakan seorang ahli pembuat action figure terkenal di Jepang, action figure adalah sebuah sculpture /miniature/ replica dari sebuah benda atau karakter, baik yang menggunakan artikulasi pada bagian gerak maupun tidak, dan dibuat dengan tingkat kedetailan yang tinggi.

Berdasarkan informasi yang ada, action figure adalah mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakternya sering diambil berdasarkan film, komik, video game atau acara televisi. Action figure ini sering dipasarkan memang untuk anak lelaki.

Action figure sangat terkenal dikalangan anak lelaki karena melambangkan sifat maskulin. Awalnya action figure dibuat hanya untuk pasaran anak-anak, kemudian action figure berkembang menjadi sebuah barang koleksi bagi para kolektor dewasa dan telah diproduksi secara spesifik untuk orang dewasa. Dalam hal ini, barang yang dipandang secara cermat adalah mainan yang semata-mata hanya untuk dipajang.

Indonesia memiliki karya seni Wayang yang merupakan kesenian Jawa Barat. Wayang yang paling populer adalah Wayang Golek. Istilah Golek pada Wayang bermakna boneka kayu. Boneka kayu yang terkenal ini terdiri dari bagian-bagian yang saling mendukung seperti adanya seorang dalang yang memainkan boneka berdasarkan cerita. Selain dalang dan wayangnya, bagian yang tidak terpisahkan dari kesenian ini adalah nayaga yaitu grup atau orang yang memainkan gamelan, kendang, gong, rebab dan juru kawih serta juru alok.

Kesenian Wayang Golek saat ini memang lebih dominan sebagai seni pertunjukan rakyat dan memiliki fungsi yang relevan dengan kebutuhan-kebutuhan masyarakat lingkungannya, baik kebutuhan spiritual maupun material. Ketika di masyarakat ada perayaan, baik hajatan maupun pernikahan biasanya pagelaran Wayang Golek akan ditampilkan sebagai sarana hiburan rakyat. Tokoh-tokoh pewayangan yang ada di Jawa Barat antara lain Arjuna, Bima, Gatot Kaca, Hanoman, Cepot, Gareng, Nakula, Sadewa, Yudhistira.

Wayang Golek sudah dijadikan identitas Jawa Barat, namun berdasarkan pengalaman masih kurang dikenal masyarakat terutama remaja, wawasan remaja pada masa kini terhadap wayang masih kurang. Banyak remaja yang melakukan aktivitas kegiatan yang bersifat modern, sehingga kepedulian terhadap kebudayaan lokal menjadi kurang bahkan hilang, maka dari itu perlu pengenalan mendalam terhadap tokoh-tokohnya.

Melalui bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual yang telah dipelajari, penulis akan merancang kampanye promosi untuk tokoh Wayang Jawa Barat melalui media yang efektif dengan objek action figure, melalui action figure ini tokoh pewayangan yang memiliki visual kuno/tradisional akan diubah menjadi lebih modern namun tidak meninggalkan ciri khas yang ada di tokoh pewayangan tersebut, agar wayang lebih modern dan menarik untuk diperkenalkan bagi masyarakat terutama remaja dan meningkatkan kepedulian masyarakat luas terhadap kebudayaan tradisional dan pengenalan karya seni yang telah dilakukan oleh warga Jawa Barat.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan di bahas dalam laporan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang kampanye promosi yang mampu meningkatkan minat masyarakat khususnya kalangan remaja pada wayang Jawa Barat melalui *action figure* wayang ?
2. Bagaimana menumbuhkan ketertarikan masyarakat terhadap Action Figure Wayang Jawa Barat melalui media yang efektif?

Ruang lingkup permasalahan adalah kebudayaan wayang Jawa Barat. Hal ini dikarenakan Jawa Barat memiliki tokoh budaya yang unik sehingga menyuguhkan karya yang patut dikenalkan dan diketahui oleh masyarakat luas, bahwa tokoh Wayang itu indah dan mempersatukan masyarakat karena mengandung cerita yang multikultural. Pengunjung yang datang ke Jawa Barat ini dapat merasakan keunikan budaya dan merasakan suasana adat serta karya seni yang masih kental. Wayang juga

harus tetap menjadi identitas di tanah Jawa ini, maka dari itu perlu pengenalan dari masa muda hingga orang dewasa.

1.3 Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan utama mengenal tokoh pewayangan Jawa Barat pada remaja menggunakan *action Figure*. Sedangkan keadaan saat ini banyak remaja melupakan budaya daerahnya sendiri dan selalu memiliki sifat modern karena pengaruh globalisasi.

Sesuai dengan permasalahan yang telah dibahas diatas ada beberapa hasil yang akan dicapai melalui penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang sebuah kampanye promosi Desain Komunikasi Visual yang sesuai dengan tujuan meningkatkan minat masyarakat untuk mengenal wayang Jawa Barat menggunakan *action figure* Wayang Jawa Barat.
2. Memperkenalkan wayang yang terdapat di Jawa Barat terhadap masyarakat luas untuk memberi manfaat serta memberikan pesan moral menggunakan *action figure* Wayang .

Tujuan tersebut merujuk kepada pengenalan kepada remaja yang belum pernah atau memiliki sedikit pengetahuan mengenai tokoh pewayangan di Jawa Barat.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini dilakukan penelitian dengan mengumpulkan beberapa data melalui:

1. Observasi
Berkunjung ke Kota Bandung dan mencari data mengenai pewayangan Jawa Barat di Kota Bandung.
2. Wawancara
Wawancara terstruktur dilakukan pada pihak Dinas Pariwisata dan Budaya Jawa Barat serta dalang senior Giriharja keturunan ke 3 dari Bapak Asep Sunandar.

3. Kuesioner

Disebarkan pada 100 orang responden yang berusia 18-25 tahun dengan target pria dan wanita untuk mengetahui wawasan responden mengenai Pewayangan Jawa Barat.

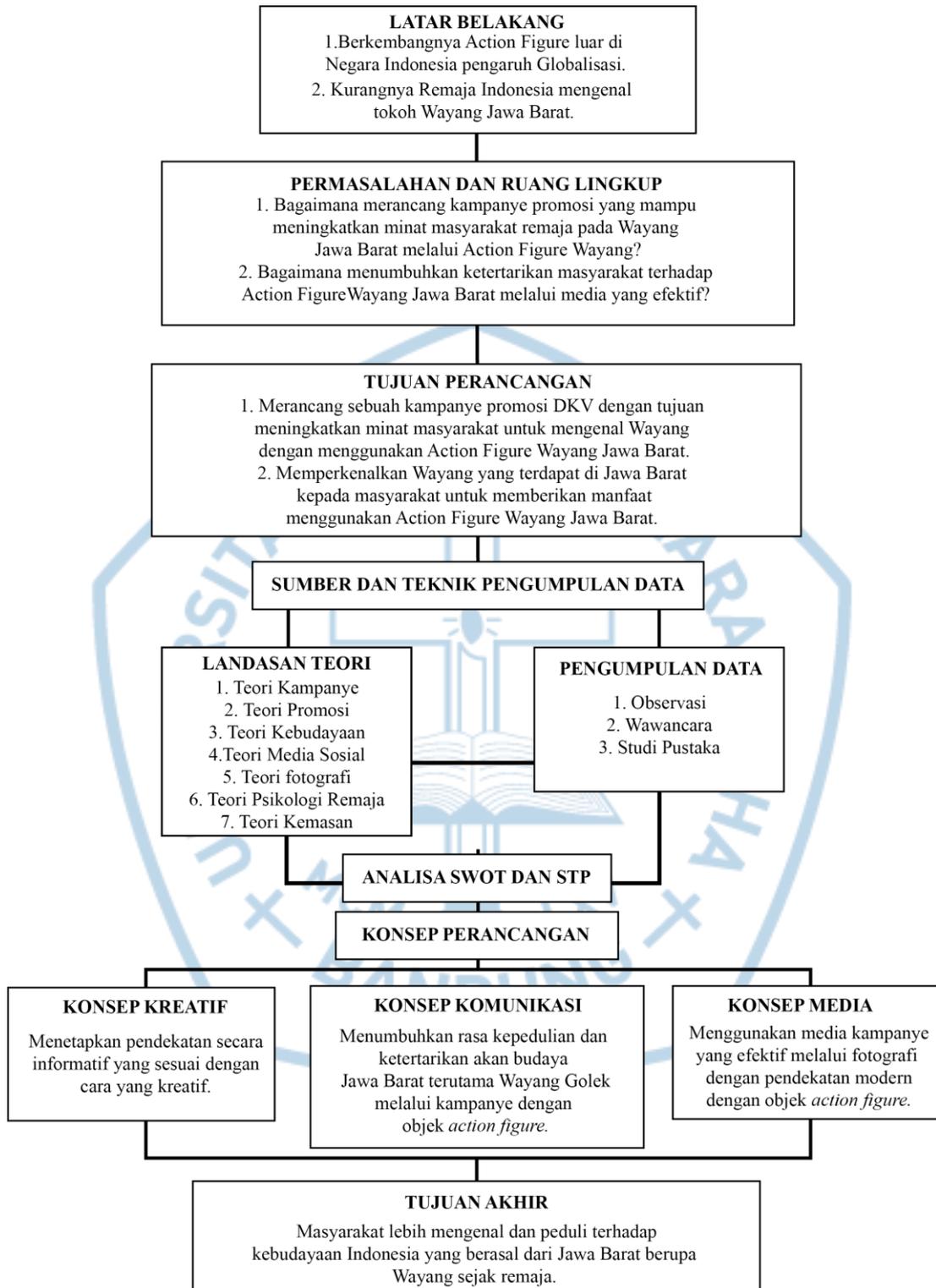
4. Studi Pustaka

Mengumpulkan informasi dan data mengenai Pewayangan Jawa Barat, serta teori-teori yang berguna untuk memecahkan masalah Pewayangan Jawa Barat dari sudut Desain Komunikasi Visual.

Pengumpulan data dilakukan secara menyeluruh di Kota Bandung sebagai perwakilan daerah Jawa Barat dan yang memiliki variatif masyarakat dari luar maupun dalam daerah Jawa Barat.



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema perancangan
(sumber : Penulis)