

APLIKASI ANTROPOMORFISME DALAM DESAIN KARAKTER KONSEP PERMAINAN 'WAROENG SI OYEN'

Juliana Suhindro Putra¹, Gabrielle²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Desain, Universitas Pelita Harapan
Diterima: 23 November 2023 / Disetujui: 12 Desember 2023

ABSTRAK

Artikel ini membahas perancangan desain karakter pada konsep permainan "Waroeng si Oyen" yang bertujuan memperkenalkan jajanan pasar tradisional Indonesia kepada generasi muda. Perancangan karakter menerapkan antropomorfisme, di mana atribut manusia diberikan pada makhluk non-manusia, dengan merancang karakter-karakter yang menggabungkan identitas manusia dengan bentuk binatang. Pendekatan ini didasarkan pada representasi binatang di Indonesia serta karakteristik masyarakatnya. Penggunaan antropomorfisme bertujuan agar karakter-karakter mudah dikenali oleh berbagai latar masyarakat Indonesia, serta mencegah stereotipe terkait atribut fisik atau identitas tertentu. Karakter yang diciptakan diharapkan dapat memberikan pengalaman bermain yang menarik dan memiliki ikatan emosional pada pemainnya.

Kata Kunci: concept art, perancangan karakter, antropomorfisme, permainan video, jajanan pasar, budaya Indonesia

ABSTRACT

This article discusses character design in the game concept "Waroeng si Oyen," which aims to introduce traditional Indonesian street food to the younger generation. The character design employs anthropomorphism, where human attributes are attributed to non-human creatures, resulting in the creation of characters that combine human identity with animal forms. This approach is based on the representation of animals in Indonesia and their societal characteristics. The use of anthropomorphism aims to make the characters easily recognizable to various backgrounds within Indonesian society, while also preventing stereotypes related to specific physical attributes or identities. The characters created are expected to provide an engaging gaming experience and establish emotional connections with the players.

Keywords: concept art, character design, anthropomorphism, video games, street food, Indonesian culture

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, permainan video telah menjadi bentuk media yang kuat untuk memperkenalkan dan memberikan edukasi kepada masyarakat. Permainan "Waroeng si Oyen" dirancang dengan tujuan untuk mengenalkan jajanan pasar tradisional Indonesia kepada para pemain. Meski Indonesia memiliki beragam kekayaan kuliner khas, namun pengaruh globalisasi dan pandemi belakangan ini telah menggeser preferensi makanan menjadi

lebih condong pada makanan cepat saji dan instan. Kebiasaan mencamil pun semakin meluas. Menurut survei yang dilakukan oleh Mondelēz pada tahun 2020, sekitar 60% penduduk Indonesia melaporkan bahwa mereka lebih sering makan camilan daripada sebelumnya [1].

Pentingnya menjaga warisan budaya sangatlah penting bagi sebuah negara agar tetap memiliki identitas yang khas. Di antara elemen budaya tersebut, makanan tradisional memiliki

*email: juliana.putra@uph.edu

tempat yang istimewa. Camilan seperti jajanan pasar menjadi titik awal yang mudah untuk memperkenalkan kembali kebudayaan kuliner tradisional, terutama kepada generasi muda saat ini. Hal ini disebabkan oleh penampilan yang menarik, cita rasa yang lezat, dan penyajian yang cepat, sehingga sangat cocok dengan perkembangan era globalisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk membangkitkan kembali warisan budaya kuliner Indonesia melalui media permainan video, khususnya permainan mobile. Menurut survei yang dilakukan oleh Vero dan Decision Lab, sekitar 52 juta orang Indonesia secara konsisten bermain permainan video, terutama dalam rentang usia 16 hingga 41 tahun, dengan 69% dari mereka lebih suka bermain menggunakan smartphone [2].

Penelitian ini membahas tentang perancangan karakter dalam permainan video "Waroeng si Oyen," sebuah permainan mobile dengan mekanisme permainan yang mirip dengan "Warung Chain." Tema utama permainan ini berpusat pada jajanan pasar tradisional. Perancangan karakter dalam permainan memiliki peran ganda: sebagai esensi cerita dan juga sebagai avatar yang menarik (Ayudhanarta, 2014). Oleh karena itu, konsep karakter yang tepat menjadi sangat penting untuk efektif menarik perhatian pemain. Tujuan dari proyek ini adalah untuk secara halus memperkenalkan budaya Indonesia melalui dunia menarik dari "Waroeng si Oyen." kuliner Indonesia melalui media permainan video, khususnya permainan mobile. Menurut survei yang dilakukan oleh Vero dan Decision Lab, sekitar 52 juta orang Indonesia secara konsisten bermain permainan video, terutama dalam rentang usia 16 hingga 41 tahun, dengan 69% dari mereka lebih suka bermain menggunakan smartphone [3].

Penelitian ini membahas tentang perancangan karakter dalam permainan video "Waroeng si Oyen," sebuah permainan mobile dengan mekanisme permainan yang mirip dengan "Warung Chain." Tema utama permainan ini berpusat pada jajanan pasar tradisional. Perancangan karakter dalam permainan memiliki peran ganda: sebagai esensi cerita dan juga sebagai avatar yang menarik [4]. Oleh karena itu, konsep karakter yang tepat menjadi sangat penting untuk efektif menarik perhatian pemain. Tujuan dari proyek ini adalah untuk secara halus

memperkenalkan budaya Indonesia melalui dunia menarik dari "Waroeng si Oyen."

METODE PERANCANGAN

Dalam mengembangkan perancangan karakter dalam permainan video "Waroeng si Oyen," pendekatan antropomorfisme digunakan untuk memberikan karakter-karakter dalam permainan wujud yang menggabungkan ciri-ciri manusia dan binatang. Antropomorfisme adalah konsep yang melibatkan atribusi ciri-ciri manusia, seperti emosi, pikiran, dan perilaku, kepada makhluk atau objek yang sebenarnya bukan manusia. Dalam konteks perancangan karakter dalam permainan video, antropomorfisme mengacu pada pemberian karakteristik dan atribut manusia kepada karakter-karakter yang memiliki bentuk binatang atau objek non-manusia. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara pemain dan karakter dalam permainan [5].

Proses perancangan karakter dimulai dengan mengidentifikasi karakteristik unik dari masing-masing binatang yang akan direpresentasikan dalam permainan. Selanjutnya, atribut-atribut manusia seperti sikap, ekspresi wajah, dan pakaian, akan disesuaikan dengan karakteristik sifat dan pekerjaannya. Dalam hal ini, antropomorfisme akan memberikan dimensi emosional yang lebih dalam kepada karakter-karakter tersebut, sehingga pemain dapat lebih mudah terhubung dengan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Video game "Waroeng si Oyen" merupakan sebuah permainan *mobile games* yang sistem permainannya serupa seperti permainan "Warung Chain", dengan tema utamanya adalah makanan tradisional jajanan pasar. Desain karakter yang ada di "Waroeng si Oyen" memiliki rupa antropomorfik layaknya hewan-hewan yang berasal dari Indonesia, dengan tokoh utama seekor kucing bernama Oyen, yang berjualan di berbagai tempat, mulai dari jalanan hingga pasar. Sedangkan tokoh lainnya dipilih dari pekerjaan umum orang Indonesia pada umumnya dan direpresentasikan pada cirikhas kebanyakan binatang di Indonesia. Permainan ini merupakan permainan *fast paced food serving* dengan genre *time management* dan simulasi.

Sesuai dengan tingkat kesulitan permainan, ekspresi dari karakter ditentukan dari

bagaimana si pemain dapat memberikan pelayanan kepada pelanggannya dengan baik. Ada 5 ekspresi yang menjadi parameter karakter mereka yaitu emosi normal, menunggu, menunggu lebih lama (ekspresi tidak sabar), menunggu sangat lama (marah sekali), menerima pesanan, dan ketika pemesanan salah diberikan.

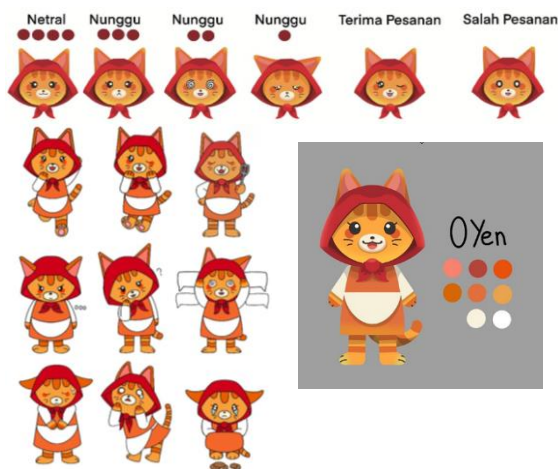
No	Nama	Jenis Hewan	Peran
1	Oyen	Kucing	Pedagang
2	Kintamani	Anjing Kintamani	Driver Ojol
3	Trisno	Harimau	Bapak-bapak
4	Sari	Burung Jalak Bali	Ibu-ibu
5	Bobo	Burung Jalak Bali	Anak SD
6	Olan	Kerbau	Tukang Parkir
7	Rizki	Komodo	Pekerja Kantoran

Tabel 1: Penjabaran nama dan peran
 [Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Tabel 1.

Karakter Oyen (Pemilik Warung)

Diambil hewan kucing sebagai rujukan karakter Oyen karena sebagai pemilik warung, Oyen harus berkarakteristik ramah dan lincah serta kucing merupakan binatang yang cukup akrab dengan warga Indonesia. Menurut hasil survei Rakuten Insight tahun 2018, kucing menjadi hewan peliharaan yang paling banyak dimiliki warga Indonesia, menduduki peringkat pertama dengan 47% narasumber memiliki kucing sebagai peliharaannya [6] (Maris, 2021). Kata kunci karakter Oyen. Periang, manis, ramah, suka bermain.



Gambar 1: Gestur, ekspresi dan karakter Oyen
 [Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Karakter Kintamani (Driver Ojek Online)

Anjing Kintamani menjadi pilihan untuk merepresentasikan peran driver online dalam permainan ini, karena anjing merupakan salah satu hewan yang cerdas dan tangkas yang sering kali digunakan untuk mengirim surat mulai dari tahun 1740-1786 (The Postal Museum Team, 2018).



Gambar 2: Ekspresi & Karakter Kintamani
 [Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Karakter Trisno (Warga – Bapak-bapak)

Harimau Sumatera dipilih untuk karakter Trisno yang merepresentasikan seorang bapak yang memiliki karakter yang kuat dan tegas (Maxwell, 2023). Kostum yang dipilih adalah kaus dalam dan sarung seperti kebanyakan dipakai oleh bapak di Indonesia pada umumnya.



Gambar 3. Ekspresi & Karakter Trisno
 [Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Karakter Sari

Burung jalak Bali terkenal dengan kicauannya sehingga cocok untuk

direpresentasikan sebagai Sari, ibu-ibu yang ramah dan senang berbincang-bincang. Kostum yang dipilih adalah baju daster/baju rumah yang biasanya dipakai oleh ibu-ibu Indonesia.



Gambar 4. Ekspresi & Karakter Sari
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Karakter Bobo

Karakter Bobo direpresentasikan oleh burung jalak bali yang suka berkicau karena dia adalah seorang anak SD. Bobo adalah anak Sari yang digambarkan suka berkicau untuk meminta makan kepada induknya. Pakaian yang dipilih adalah baju seragam Sekolah Dasar pada umumnya.



Gambar 5: Ekspresi & Karakter Bobo
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Karakter Olan

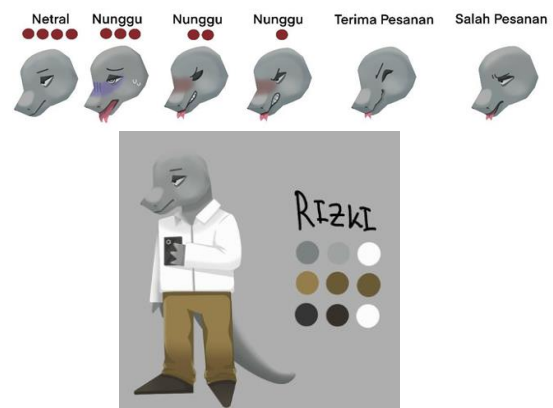
Olan adalah seorang tukang parkir yang memiliki karakteristik kuat dan pekerja keras. Untuk itu kerbau digunakan sebagai referensi pilihan karakter mengingat badan dan tenaganya yang besar, bentuk tubuhnya yang gagah, dan sifatnya yang baik hati (Alison, 2016). Kostum yang dipakai adalah rompi tukang parkir.



Gambar 6. Ekspresi & Karakter Olan
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Karakter Rizki

Rizki adalah seorang pekerja kantoran yang biasanya memiliki karakteristik individualis, dan gesit. Komodo merupakan hewan yang digunakan sebagai representatif karakter Rizki karena merupakan predator yang gesit dan penyendiri dan membuatnya cocok untuk memerankan peran tersebut (National Geographic Society, 2023).



Gambar 7. Ekspresi & Karakter Sari
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Keyart

Seorang desainer karakter perlu memperhatikan detail visual seperti proporsi tubuh, warna, serta ekspresi wajah, sekaligus memastikan karakter tersebut terintegrasi dengan dunia permainan. Keselarasan antara desain visual dan identitas karakter menjadi kunci untuk membangun kedekatan antara pemain dan karakter dalam permainan.



Gambar 8: Ilustrasi Key Art Starting Screen dan Promotional Poster
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

pemain dari berbagai latar belakang. Ini memiliki manfaat dalam mencegah munculnya stereotipe dan prasangka jika karakter terkait dengan atribut fisik atau identitas tertentu. Pendekatan ini memungkinkan desainer untuk menciptakan karakter yang lebih abstrak namun tetap memiliki makna, mengalihkan perhatian pemain pada sifat, kepribadian, dan peran karakter dalam cerita permainan.

Saran yang dapat dilakukan oleh para desainer karakter adalah perlunya melakukan penelitian mendalam, tidak hanya pada karakteristik binatang yang digunakan, tetapi juga pada sifat dan karakter yang terlibat dalam narasi yang dibangun. Dengan demikian, karakter yang diciptakan akan memberikan pengalaman bermain yang menarik dan memiliki ikatan emosional pada pemainnya.



Gambar 9: Ilustrasi Desain in Game lokasi China Town dan depan Sekolah
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Kesimpulan dan Saran

Dengan menggunakan pendekatan antropomorfik dalam desain karakter, karakter-karakter dapat dirancang berdasarkan sifat-sifat universal yang dapat diakui dan dihubungkan oleh berbagai

DAFTAR PUSTAKA

- T. ADV, "Mondelez Indonesia Teliti Kebiasaan Ngemil Saat Pandemi," Rm.Id, 2021. [Online]. Available: <https://rm.id/baca-berita/etalase-bisnis/60682/mondelez-indonesia-teliti-kebiasaan-ngemil-saat-pandemi>
- M. P. Al Hafiz, "Tiga Temuan Penting Tentang Esport Di Indonesia Yang Harus Brand Tahu," Marketeers.Com, 2022. [Online]. Available: <https://www.marketeers.com/tiga-temuan-penting-tentang-esport-di-indonesia-yang-harus-brand-tahu/>
- E. Ayudhanarta, "Perancangan Karakter Game Mobile 'Garudayana Saga: Ashura Hunter' Dengan Gaya Gambar Manga Super-Deformed Bertema Fantasi Etnik," Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, 2014. [Online]. Available: <https://adoc.pub/institut-teknologi-sepuluh-nopember-surabayac5ae752c470acfb735d65483b0fc2bce21256.html>
- K. F. MacDorman and H. Ishiguro, "Anthropomorphism and Human Likeness in the Design of Robots and Human-Robot Interaction," Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences, vol. 374, no. 1771, article no. 20180032, 2018. [Online]. Available: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6175972/>