BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bermunculannya tokoh – tokoh pahlawan maupun karakter *superhero* dari luar negeri belakangan ini semakin marak di Indonesia. Bukan hanya tokoh baru, melainkan juga tokoh – tokoh lama yang ditampilkan dalam kemasan baru. Baik melalui media film, komik, animasi, *game*, bahkan lagu. Kemunculan *foreign hero* yang semakin gencar ini memang merupakan suatu hal yang sudah biasa terjadi mengingat semakin giatnya industri hiburan termasuk didalamnya film dan game bahkan komik yang merambah dunia digital.

Populernya tokoh – tokoh *foreign hero* di Indonesia saat ini tentunya memiliki sebab akibat. Misalnya, di kalangan kaum muda baik laki – laki maupun perempuan saat ini bahkan hingga kaum dewasa banyak yang menyukai dan mengidolai tokoh – tokoh *foreign hero* tersebut. Sayangnya, kebanyakan dari mereka tidak menyukai bahkan tidak mengenal tokoh – tokoh *local hero* yang banyak dimiliki Indonesia. Hal ini menjadi masalah ketika para *local hero* yang memiliki banyak nilai filosofis justru tergerus oleh kencangnya arus budaya asing (Sachary, 2007:6), yang masuk lewat tokoh *foreign hero* nya. Bahkan Alex Irzaqi (pembuat komik Dharmaputera Winehsuka) mengatakan bahwa banyak sekali potensi kebudayaan di tanah Nusantara yang dapat diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat lewat tokoh – tokoh *local hero* nya, baik tokoh fiktif seperti Gundala maupun tokoh yang terinspirasi dari legenda pewayangan seperti Gatot Kaca bahkan tokoh – tokoh historis legendaris seperti Prabu Siliwangi. Walaupun ketika berbicara tentang kualitas pengenalan tokoh *local hero* di Indonesia, maka

bisa dibilang tidak memiliki masalah serius. Bahkan menurut Alex, media komik lokal yang sekarang sudah memiliki kualitas yang sama baiknya dengan komik-komik *superhero* dari luar negeri. Hanya saja ketika berbicara tentang kuantitas atau jumlah, tokoh *local hero* ini masih kalah jumlah dalam hal pengenalannya. Contohnya saja di toko buku Gramedia, di *display area* buku cerita anak dan remaja, komik dari Jepang masih sangat mendominasi jumlah dengan memakan tempat hampir ¾ luas area tersebut jika dibandingkan dengan buku-buku bermuatan cerita *local hero* Indonesia yang hanya menggunakan satu rak buku (Gramedia Jl. Merdeka).

Kesukaan para remaja terhadap *foreign hero* tersebut secara tidak langsung membuat mereka perlahan meninggalkan budayanya sendiri untuk kemudian mencintai budaya lain. Seperti kini maraknya komunitas – komunitas anak muda yang bergaya ala *superhero,* kostum budaya Jepang, *cosplay* karakter *anime,* Korea, dan lain – lain. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Gerungan (dalam Yudi, 2016:172) bahwa keinginan untuk menjadi seperti tokoh yang dikaguminya mendorong remaja untuk melakukan peniruan perilaku yang dilakukan oleh tokoh idolanya. Sehingga dapat dibayangkan ketika para remaja mengidolai sosok *local hero* seperti Prabu Siliwangi maka sifat – sifat positif yang mengandung nilai luhur kebudayaan dapat tertanam di dalam benak para remaja tersebut bahkan ditiru dalam menjalani keseharian.

Prabu Siliwangi, nama yang sering terdengar tentang sosok legenda di Jawa Barat. Banyak yang menyebutnya sebagai tokoh sejarah, pahlawan, bahkan dianggap sebagai mitos belaka. Prabu Siliwangi identik dengan tokoh raja terbesar kerajaan Pajajaran pada tahun 1482-1521 yaitu Sri Baduga Maharaja (Ekadjati, 2003:126). Sosok Prabu Siliwangi yang dikenal sebagai sosok yang kharismatik, cendekia, kerakyatan, bijaksana, cerdas, dan adil (Ekadjati, 2009:84) menjadi nilai yang sangat positif dan patut ditiru ketika berbicara tentang sosok seorang pemimpin.

Prabu Siliwangi merupakan salah satu tokoh karakter *local hero* legendaris yang memiliki latar belakang sejarah yang sangat kuat di daerah Jawa Barat. Hampir semua orang yang bermukim di Jawa Barat khususnya yang lahir di Jawa Barat pernah mendengar nama Prabu Siliwangi. Begitu juga dengan para remaja yang banyak mendengar nama Prabu Siliwangi dari guru sejarah maupun guru Bahasa Sunda di sekolahnya. Sayangnya, sosok Prabu Siliwangi secara visual ini masih belum memiliki bentuk yang baku dan masih belum jelas seperti apa sebenarnya sosok Prabu Siliwangi. Ketika berbicara tentang sosok visualnya, maka lukisan Prabu Siliwangi bisa memberi jawaban, hanya saja banyaknya lukisan-lukisan Prabu Siliwangi dengan sosok yang selalu berbeda-beda dan tanpa diketahui sumber rujukan pembuatan sosok visualnya ini lah yang menjadi masalah dalam konteks pengenalan kepada masyarakat khususnya remaja.

Maka dari itu, untuk memulai menyetarakan kepopuleran tokoh *local hero* di Indonesia, perlu untuk dilakukan peningkatan kuantitas terlebih dahulu dengan tentunya tidak melupakan kualitas yang juga harus dipertahankan bahkan ditingkatkan tentang pengenalan karakter *local hero* ini. Dan, Prabu Siliwangi sebagai sosok karakter *local hero* asli Jawa Barat adalah salah satu sosok karakter yang dapat diangkat menjadi salah satu karakter *local hero* yang memiliki banyak nilai positif di dalamnya sebagai upaya peningkatan kuantitas atau jumlah tokoh *local hero* yang dikenalkan kepada masyarakat. Sebelum karakter Prabu Siliwangi ini diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat, sosok visual Prabu Siliwangi yang masih belum memiliki bentuk visual yang baku dan ciri khas secara visual seperti halnya Gatot Kaca, perlu terlebih dahulu dirancang sosok visualnya berdasarkan sumber yang dapat dipertanggungjawabkan tentunya. Setelah hal-hal tersebut dilakukan, maka harapannya adalah agar masyarakat dan para remaja khususnya dapat mulai menyukai karakter *local hero* di Indonesia, dan secara secara tidak langsung nilai-nilai positif yang terdapat pada tokoh-tokoh *local hero* yang kebanyakan menyimpan nilai kebudayaan dapat tertanam dan dikenal oleh masyarakatnya sendiri.

1.2 Data & Fakta

Fenomena

 Maraknya komunitas-komunitas pecinta karakter *foreign hero* dari Amerika, Jepang bahkan Eropa saat ini makin terlihat jelas dan bermunculan semakin banyak. Misalnya saja beberapa *event* yang mewadahi para *cosplayer* yang berdandan ala *foreign hero* sering digelar di beberapa kota besar di Indonesia. Salah satunya adalah Cosplay Gathering di Jakarta yang diadakan pada tahun 2011 lalu. Menurut para *cosplayer* yang hadir disana, tampil berbaju karakter tertentu bisa mengilhami mereka untuk bersikap sebagaimana tokoh idolanya lakukan. Hal ini seharusnya dapat menjadi celah bagi para kreator karakter *local hero* untuk mengangkat nilai-nilai positif tentang kebudayaan lokal lewat para karakter tersebut, karena jika seorang karakter disukai maka penggemarnya cenderung akan meniru salah satu hal yang dimiliki oleh karakter tersebut.(Soelastri, 2011).

Isu

 Sulitnya karakter lokal (*Local hero)* dalam bersaing dengan karakter asing (*Foreign hero)* saat ini memiliki banyak persoalan. Diantaranya arus globalisasi yang semakin deras tidak dapat diimbangi oleh industri kreatif di Indonesia khususnya di bidang komik atau perfilman. Seperti yang kita tahu bahwa media yang paling banyak dipakai saat ini untuk mengenalkan sebuah tokoh kebanyakan menggunakan film atau komik. Komik lokal, jelas kalah jumlah dari komik asing, padahal ketika berbicara tentang kualitas, dinilai sudah setara karena gaya gambar dan ceritanya sama-sama menarik. Film *hero* lokal, sangat telak kekalahannya, dari mulai kuantitas, dan kualitas.

 Persoalan mengapa film *hero* Indonesia tidak bisa disejajarkan dengan *hero* Amerika adalah tidak adanya dukungan pemodal. Dalam masyarakat sekarang, modal adalah sesuatu yang penting. Ingat pula bahwa, DC Comics didukung oleh Warner Bros yang memiliki taman hiburan Universal Studios, sedangkan Marvel didukung oleh Walt Disney yang juga berbisnis taman hiburan. Peran raksasa industri taman hiburan cukup berpengaruh, terutama dalam hal pendanaan. Karakter-karakter *superhero* mereka tampil dalam wahana taman hiburan serta pemeran cosplay di sekitar area taman. Anak-anak, orang dewasa, dan keluarga semakin dekat dan bisa berfoto bersama mereka. Adapun di Indonesia, katakanlah Dufan, apa mereka mau menginvestasi dalam industri perfilman untuk membangkitkan film *superhero* Indonesia secara besar-besaran. Belum tentu. Karena persoalan minat lah yang akhirnya mempengaruhi disini.

(El-Khaziem, 2015).

Hal tersebut berkaitan dengan bagaimana tokoh lokal/*local hero* yang kurang gencar diperkenalkan dibandingkan dengan tokoh asing/*foreign hero.* Misalnya saja, terhitung ada 22 film dari Marvel dan DC yang sudah dan akan beredar di pasaran terhitung sejak tahun 2015-2018. Belum termasuk film dengan karakter diluar DC dan Marvel, belum lagi dari Jepang dan Eropa. Indonesia juga memiliki film bertema *local hero* yang sudah dan akan dibuat yaitu sekitar 22 film, tapi jumlah ini terhitung sejak tahun 1931-2018.

Arus persaingan global yang semakin deras sejauh ini kurang dapat di ’lawan’ oleh Indonesia untuk mengimbangi asupan produk *foreign hero* dari luar negeri dengan produk *local hero* nya. Pada tahun 2015, Indonesia merilis film Garuda *Superhero*, yaitu film *superhero* pertama di Indonesia yang menggunakan teknologi CGI. Dan hasilnya, jangankan untuk disukai, ditonton pun sangat sedikit jumlahnya. Bahkan lebih banyak orang yang tidak menyukai filmnya, dan menyebabkan karakternya jadi tidak disukai oleh masyarakat.

Opini

Banyaknya keanekaragaman budaya di Indonesia yang memiliki nilai-nilai filosofis bagi kehidupan masyarakat Indonesia selama bertahun-tahun telah mengalami kegoncangan, kegoncangan ini diakibatkan oleh masuknya kebudayaan asing yang kemudian mendominasi kebudayaan lokal (Sachari, 2007:6).

Dalam Semarang *Trending Topic*: Diskusi Membangun Jawa Tengah, bertema “Kembangkan Kearifan Lokal di Dunia yang Makin Global” tahun 2015 lalu, Agus Maladi Irianto (Antropolog Fakultas Ilmu Budaya (FIB) UNDIP Semarang) mengatakan bahwa tidak adanya strategi kebudayaan membuat aspek-aspek kebudayaan di Indonesia semakin tergerus arus global. Globalisasi tak bisa dibendung dan dilawan namun tetap mampu disikapi dan diimbangi dengan strategi yang jitu. Menurutnya, hal ini juga menjadi alasan mengapa generasi muda sekarang semakin berjarak dengan budaya lokal. Selain itu, beliau mengatakan bahwa kegagalan kebudayaan juga adalah dampak dari kegagalan pewarisan kultural generasi pendahulu. Selanjutnya, menurut Agus, saat ini yang bisa dilakukan oleh Indonesia adalah bagaimana untuk dapat mengangkat dan merevitalisasi sesuatu yang ada di masa lalu menjadi *kekinian.* Karena menurut beliau bahwa globalisasi adalah keniscayaan, dan kearifan lokal adalah kekuatan.

Beliau mencontohkan, pada tahun 1970-an Amerika Serikat kalah dari Vietnam. Dan yang mereka lakukan adalah melakukan strategi kebudayaan dengan memanfaatkan media yang sedang naik pada saat itu yaitu dunia perfilman. Maka dibuatlah film Rambo. Yang mana, pada film ini anak-anak muda di Amerika bangkit, mereka seolah-olah memiliki tokoh pahlawan yang nyata meskipun Rambo adalah tokoh imajiner. Hal inilah yang patut dicoba dan dicontoh oleh Indonesia, misalnya memasukan unsur budaya kedalam hal yang sedang digandrungi anak muda sekarang seperti *game online*.

(Heri, 2015).

Hal tersebut juga dikemukakan oleh Alex Irzaqi (kreator komik Darmaputera Winehsuka) bahwa Indonesia sebenarnya punya potensi yang bagus untuk mengangkat lagi kebudayaan lokal lewat karakter atau tokoh-tokoh pahlawan sejarah di tanah Nusantara. Karena pada dasarnya, sebuah karakter/tokoh pahlawan dapat membawa nilai-nilai positif sesuai dengan latar belakangnya. Jika tokoh yang diangkat adalah tokoh yang berasal dari legenda atau bahkan sejarah lokal tentang kerajaan misalnya, maka dapat dipastikan tokoh tersebut akan membawa nilai-nilai positif tentang kebudayaan lokal daerah tertentu. Yang mana hal ini tentunya sangat baik dan memiliki banyak manfaat. Salah satunya adalah dapat ikut membantu untuk mengimbangi jumlah asupan budaya asing lewat karakter pahlawan asing/*foreign hero* yang masuk ke Indonesia sehingga pada akhirnya karakter/tokoh-tokoh pahlawan lokal/*local hero* dapat menjadi kebanggan tersendiri bagi masyarakat Indonesia. (Wawancara penulis, Bandung, 8 November 2017)

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang serta data & fakta dari topik yang diangkat mengenai Prabu Siliwangi, maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi permasalahan dan membaginya kedalam dua kategori yaitu umum dan khusus.

1.3.1 Identifikasi Masalah Umum

Kurang gencarnya pengenalan tentang karakter *local hero* di Indonesia membuat saat ini karakter/tokoh-tokoh *local hero* kalah bersaing dari karakter/tokoh-tokoh *foreign hero* dari luar negeri.

1.3.2 Identifikasi Masalah Khusus

Prabu Siliwangi sebagai salah satu karakter *local hero* yang namanya sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Jawa Barat, justru sosok visual karakternya masih memiliki ketidakjelasan, dari mulai ciri khas, hingga sumber pembuatan karakternya secara tekstual. Hal ini tentu menjadi permasalahan ketika sosok visualnya saja belum dapat teridentifikasi, sedangkan karakter Prabu Siliwangi ini perlu diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat khususnya remaja sebagai salah satu tokoh *local hero* termashyur di Jawa Barat.