

TELAAH MEDIUM KRITIK SOSIAL BERBASIS BUDAYA POPULER VIDEO GAME

Arditya Prayogi^{1,*}, Imam Prayogo Pujiono², Dicky Anggriawan Nugroho³

¹Program Studi Pendidikan Agama Islam, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan

^{2,3}Program Studi Informatika, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

*Email: arditya.prayogi@uingusdur.ac.id

Abstrak

Video game sering dipandang sebagai suatu bagian dari kegiatan tersier dalam kehidupan manusia. Sebagai kegiatan tersier, video game kemudian dianggap tidak memiliki fungsi dalam melakukan kegiatan yang bermakna dalam masyarakat, termasuk salah satunya fungsi kritik sosial. Artikel ini kemudian bertujuan untuk menjelaskan bahwa video game secara konseptual serta praktis dapat digunakan sebagai salah satu medium kritik sosial. Artikel ini ditulis dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang didukung oleh proses pengumpulan data melalui studi literatur. Dari hasil telaah didapatkan gambaran bahwa video game mampu memproduksi dan mereproduksi budaya dan ideologi dalam pikiran masyarakat melalui unsur partisipatif sehingga dapat diciptakan dan dijadikan sebagai alat kritik sosial terhadap suatu kebijakan. Secara konseptual, video game menjadi agen budaya yang mempunyai kekuatan tersendiri dalam hal menghasilkan makna darinya yang terbuka. Secara praktis, bentuk dan fungsi video game sebagai alat kritik sosial berujung pada hadirnya video game sebagai alternatif cara dalam menyampaikan kritik secara kreatif.

Kata kunci: budaya populer; medium kritik; video game

Copyright © (2022) Seminar Hasil Riset dan Pengabdian ke 6

PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban manusia saat ini telah sedemikian maju. Dengan demikian maka ada banyak hal dalam peradaban manusia (unsur kebudayaan), secara tak terkecuali, yang juga turut terpengaruh. Dalam hal ini, perkembangan peradaban manusia yang berkembang pesat salah satunya adalah perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi di zaman yang semakin maju ini kemudian memunculkan tuntutan di tengah masyarakat agar dapat memperoleh informasi dengan mudah dan cepat.

Jika dikaitkan dengan kehidupan sosial manusia, maka kemajuan terbaru dalam teknologi saat ini telah membawa dan mengedepankan pendekatan inovatif baru yang juga menantang pendekatan konvensional dalam interaksi sosial manusia. Munculnya teknologi (berbasis)

digital, menjadikan berkembangnya berbagai metode dalam penyampaian interaksi, tak terkecuali dalam bentuk kritik sosial. Kritik sosial saat ini dilakukan melalui berbagai saluran kreatif dengan tujuan menjadikan pesan kritik yang ingin disampaikan menjadi lebih menarik dan mengena, terutama jika ditujukan kepada generasi millennial dan generasi Z (*digital native*) (Prayogi, 2021). Dengan demikian, salah satu media teknologi (kreatif) yang dapat dimanfaatkan hari ini sebagai alat kritik sosial (kebijakan) ialah *video game*.

Video game bagi generasi saat ini dapat diibaratkan sastra di masa pencerahan Eropa dahulu. Hal ini berarti *video game* merupakan media populer masa kini yang menjadi bentuk paling maju dari budaya (industri) populer saat ini. Namun demikian, berbeda dengan bentuk media populer lainnya seperti film, musik dan komik, *video game* masih mendapat sedikit perhatian dari para pengkaji studi budaya populer, terlebih dari disiplin ilmu lain.

Sejak kemunculan pertamanya pada dekade tahun 70-an di benua Amerika, *video game* tumbuh secara masif, baik secara ekonomi dan (utamanya) budaya. Secara ekonomi, *video game* pada 2010 menjadi sektor industri besar dengan valuasi sekitar \$52,7 miliar USD dan bahkan mengungguli industri musik dan film yang “hanya” bernilai \$35,1 miliar dan \$31,8 miliar USD. Lebih jauh, industri *video game* telah berkembang ke seluruh dunia dan pada 2020 telah memiliki valuasi mencapai 159 miliar USD. Tidak cukup sampai situ, saat ini dengan kehadiran *video game* dalam format *mobile*, semakin menjadikan pengaruh *video game* menjadi semakin meningkat yang ditandai dengan bertambahnya unsur-unsur terkait *video game* seperti, *gamer*, *streamer*, dan sebagainya. Jumlah unsur-unsur ini, terutama *gamer*, bahkan diprediksi akan mencapai 3 miliar orang pada 2022 (Cucuel, 2011). Popularitas *video game* –sebagai bagian dari teknologi digital, telah memacu industri *video game* untuk mengembangkan berbagai *video game* yang beragam baik dari segi konten, visual, dan teknologi yang digunakan. Para pengembang *video game* (*developer*) melakukan berbagai upaya untuk menarik minat konsumen untuk mengakses *game* yang mereka luncurkan.

Terkait dengan budaya populer, maka ia akan sangat terkait erat dengan kreativitas. Kreativitas dan pengetahuan merupakan dua modal krusial jika ingin menghasilkan sesuatu yang baru, serta terobosan yang memiliki daya saing tinggi di pasar yang semakin sengit ini (Prayogi, dkk., 2022). Kreativitas mampu merangsang penciptaan berbagai produk atau jasa kreatif yang berbanding lurus dengan peningkatan ekonomi. Namun demikian, tidak hanya soal perekonomian, beberapa bentuk budaya populer ini dapat pula dijadikan sebagai medium kritik sosial, tak terkecuali *video game* itu sendiri.

Sebagai bagian dari budaya populer, *video game* merupakan media yang memiliki kemampuan untuk dapat memproduksi dan mereproduksi budaya dan ideologi di benak masyarakat luas. Hal demikian dimungkinkan karena, -berbeda dengan film, musik atau komik yang menempatkan para penggunanya secara pasif (menjadi objek) hanya mengikuti alur cerita,

video game justru memosisikan penggunaanya sebagai subjek cerita yang melalui pilihannya. Dengan demikian maka, (seorang) *gamer* dapat membentuk hasil akhir dari cerita yang sedang dialaminya. Jika di film, musik dan komik, ruang aktif penonton hanya sebatas interpretasi, maka dalam *video game*, ruang partisipasi disediakan secara aktif tidak hanya tersedia pada level interpretasi, tetapi juga di seluruh permainan proses itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari jika banyak akhir dari sebuah film diwujudkan secara metaforis –*single ending* sebagai hasil interpretasi penonton, maka *video game* mampu mewujudkan *multiple ending* sebagai akibat dari tindakan *gamer* sebagai tokoh utama jalannya cerita. Kemampuan *video game* ini disebut sebagai dimensi partisipasi aktif yang dengan kemampuan ini maka *video game* mempunyai kekuatan lebih besar untuk berproduksi dan bereproduksi hal-hal di luar bentuk budaya populer-kreatif lainnya (Suryajaya, 2014).

Dengan dimensi yang sedemikian luas serta perkembangan yang begitu pesat, *video game* dapat mengambil peran lebih yang tidak hanya sebagai bagian dari budaya populer kreatif –yang hidup dan diminati, namun juga pada peran substantif lain terutama sebagai medium kritik sosial. Artikel ini mencoba untuk memberikan telaah bagaimana *video game* dapat digunakan sebagai medium kritik sosial masyarakat hari ini. Di balik pro dan kontra dalam penggunaan *video game*, sebagai bagian dari budaya populer, *video game* dapat dikembangkan menjadi berbagai bentuk lain yang mendorong terjadinya perubahan sosial secara progresif.

METODE

Penulisan artikel ini dilakukan dengan menggunakan metode riset kualitatif serta didukung dengan metode kajian pustaka dengan membedah berbagai hal terkait fungsi *video game* sebagai medium kritik sosial kebijakan. Analisisnya berdasarkan penggalan data pustaka/studi literatur dari beberapa sumber literatur (tertulis) (Arditya, 2023). Penulisan dilakukan melalui proses penggalan data dari berbagai sumber rujukan yang membahas berbagai aktivitas yang terkait dengan penggunaan *video game* sebagai medium kritik sosial serta berbagai dampaknya dalam riset terdahulu, yang dimuat di media publik. Setelah itu, dilakukan analisis secara deskriptif-analitik untuk menemukan makna-makna baru. Penelitian ini memilih metode analisis isi (*content analysis*) untuk mendapatkan hasil tekstual yang akurat mengingat analisis isi adalah metode yang melibatkan upaya pencatatan dan studi sistematis terhadap isi media yang telah dikomunikasikan terutama dalam bentuk dokumen. Sumber-sumber tersebut dapat diakses melalui beragam tempat (perpustakaan) dan media internet secara terbuka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara luas, *video game* –atau dipahami sebagai video permainan, memiliki berbagai ciri seperti menarik, menyenangkan, sekaligus menantang. Hal demikian dapat terjadi karena *video*

game mampu melibatkan pemainnya untuk terlibat secara aktif-partisipatif. *Video game* juga memiliki dimensi artistik dan kreatif. Meskipun “baru”, -karena terkait dengan perkembangan teknologi, entitas (*video*) *game* –dalam hal ini permainan dan keberadaan manusia itu sendiri sejatinya tidak bisa dipisahkan, sehingga membicarakan *game* maka secara langsung maupun tidak akan berhubungan dengan keberadaan manusia, dan sebaliknya. Keduanya ada dan saling mempengaruhi. Hal ini dikarenakan secara budaya, manusia pada dasarnya mempunyai keinginan untuk bermain (Huizinga, 1990).

Cara berpikir baru yang ditawarkan oleh *video game* tersaji secara kontekstual sosial budaya dalam bentuk adanya simulasi maupun representasi atas realitas yang melibatkan penggunaannya. Dalam pemahaman lain, apa yang disajikan dalam suatu konten dalam *video game* sejatinya merupakan bentuk dari cerminan realitas yang dikemas sedemikian rupa hingga menjadi sebuah permainan. Meski demikian, di balik apa yang disajikan dalam konten *video game*, didalamnya (secara konseptual) terdapat suatu pengalaman nyata yang disajikan oleh pihak yang membangun (*developer*) *video game*. Pengalaman nyata ini kemudian tersaji dalam simbol-simbol tertentu yang terkadang bermakna konotatif. Terdapat suatu nilai/ide/ideologi yang dapat dengan sengaja ditanam didalamnya. Penanaman nilai melalui konten semacam ini juga dapat ditemukan pada budaya populer modern lain seperti pada acara televisi, dan bahkan pada tampilan pariwisata. Dengan demikian, *video game* menemukan relevansinya untuk dapat digunakan oleh pihak yang menginginkan untuk dapat menanamkan ideologi dalam realitas kehidupan masyarakat. Dari fenomena ini kemudian terjadi pergeseran paradigma dalam memahami *video game*, dari yang awalnya dimaknai sebagai kegiatan *leisure* menjadi suatu kegiatan substantif penanaman nilai/ide serta koreksi terhadap realitas (Allifiansyah).

Terkait dengan fungsinya sebagai medium kritik sosial, *video game* mempunyai sifat yang lebih progresif jika dibandingkan dengan media lain. Sifat ini yang kemudian diperlukan untuk mencapai suatu keseimbangan kompromi (Storey, 2019). Keseimbangan kompromi ini bermakna bahwa setiap kemunculan suatu realita, maka akan dibarengi dengan munculnya realita yang lain yang memiliki sifat resisten terhadapnya. Fenomena seperti ini dapat dibuktikan dalam beberapa kesempatan, semisal ketika muncul realita *booming* atas suatu produk yang kemudian menjadi sebagai *trendsetter*, maka akan muncul produk lain (sejenis maupun tidak) yang akan melawan hegemoni ini. Peristiwa keseimbangan kompromi ini menjadikan *video game* menjadi salah satu opsi (alternatif) untuk digunakan sebagai media kritik sosial kebijakan yang muncul yang mungkin sebelumnya telah dilakukan oleh media lain. Jika kritik sosial di era pra revolusi industri lebih banyak dilakukan lewat sastra, maka pada era saat ini kritik tersebut juga dapat dimunculkan melalui media *video game* (Suryajaya, 2014).

Dengan konsepsi demikian, *video game* dapat dipandang sebagai agen kebudayaan. Gagasan konseptual *video game* sebagai agen kebudayaan turut menandai penggunaan teori

analisis resepsi sebagai pendukung dalam kajian khalayak dalam masyarakat, dimana sebenarnya khalayak ditempatkan tidak hanya secara pasif namun dipandang sebagai agen budaya yang mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghasilkan makna berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang dibawa media kemudian bisa terbuka atau polisemik bahkan dapat ditanggapi secara oposisi oleh penontonnya (Adi, 2012).

Sebagai bagian dari budaya populer, *video game* memiliki dampak terhadap terjadinya suatu perubahan sosial. Dalam hal ini *video game* dapat menimbulkan perubahan signifikan pada nilai-nilai dan gaya hidup pola masyarakat (Dovey & Kennedy, 2006). Artinya, secara praktis, *video game* –mempunyai dampak yang beragam terkait dengan bentuknya sebagai medium kritik sosial kebijakan. Pada praksisnya, bentuk pemanfaatan *video game* sebagai medium kritik sosial dapat dilakukan dengan membangun keseluruhan proses dalam sebuah *platform video game*. Upaya ini sendiri pada dasarnya adalah upaya kritik itu sendiri karena dalam proses membangun tersebut, dapat dimuat berbagai makna yang diinginkan dengan tujuan agar makna yang dihasilkan dapat menjadi sebuah alat kritik sosial kebijakan itu sendiri. Bagaimana pemaknaan terhadap suatu konten atau isi dari *video game* dalam konteks kajian sosiologi dan budaya, dipahami sebagai suatu simulasi dalam bentuk berupa representasi realitas yang melibatkan pemain sebagai pengguna yang mempelajari berbagai persoalan mengenai realitas yang ada di dalamnya (O'Sullivan dkk., 2006). Dalam hal ini kemudian, bangunan dari apa yang disajikan dalam *video game* sejatinya merupakan cerminan dari realitas yang dikemas sedemikian rupa menjadi sebuah produk *video game* yang akhirnya menjadi produk massal. Artinya, apa yang ditampilkan dalam suatu *video game* pasti terdapat pengalaman atas realitas yang dihadirkan sang pembuat (*video game*). Pengalaman realitas ini kemudian disajikan dalam simbol-simbol tertentu yang terkadang bersifat konotatif jika tidak cermat dalam pemaknaannya (Allifiansyah).

Dalam konteks ini, dapat diambil contoh bagaimana *video game* hadir sebagai medium kritik sosial terhadap perilaku korup dalam suatu peristiwa. Terdapat *game* anti korupsi yang saat ini (masih) diproduksi di tingkat individual yang memiliki fungsi sebagai medium kritik-koreksi sosial dengan cara yang menarik. Artinya, (*video game*) ini mereka melakukan kritik sosial dengan cara yang menyenangkan yang justru bertolak belakang dengan apa yang dilakukan para pejabat-birokrat maupun politisi secara luas. Filosofi dari memanfaatkan “kesenangan” dalam berekspresi melalui *video game* -sebagai bentuk kritik sosial, merupakan sebuah kekuatan tersendiri dalam *game* anti korupsi. Cara berpikir ini membuktikan bahwa prinsip keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi dapat diaktualisasikan dengan menciptakan kesenangan yang intepretatif bagi pengguna secara kreatif atas teks informasi yang diterimanya.

Secara praktis, di Indonesia, bentuk kesenangan -dalam *video game*, tersebut dibuat dengan berbagai variasi yang mana salah satunya adalah *video game* bernama *D'Jamal*. *Video game* ini memiliki fitur 3 Dimensi (3D) dan memiliki *genre-format* permainan dalam bentuk petualangan. Pada *game* ini, pengguna/*gamer*, dapat memerankan karakter utama bernama Djamal yang berniat mengungkap kasus korupsi dana dari kebijakan pendekorasian kelas yang dilakukan oleh bendahara bernama Susan. *Video game D'Jamal* ini bahkan mendapat penghargaan sebagai *runner up* dalam gelaran ACFEST 2013 (*Anti Corruption Festival*) yang diselenggarakan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) bekerja sama dengan Management Systems International (MSI) dan USAID (Allifiansyah). Artinya kemudian, *video game* sebagai medium kritik sosial mampu melakukan apa yang disebut dengan kritik sosial itu sendiri. Caranya adalah dengan membuat pernyataan tegas secara ideologis dengan menyalurkannya melalui media wacana sehari-hari (Hebdige, 1979). Cara menanamkan ideologi melalui permainan bertema anti korupsi merupakan upaya para aktivis untuk membentuk gerakan anti korupsi kepada generasi muda, mengingat mayoritas para pengguna *game/gamer* berasal dari kalangan generasi muda. *Video game* kemudian dapat dianggap sebagai pintu masuk yang kuat untuk menanamkan ideologi ini, dikarenakan di era kecanggihan teknologi seperti sekarang, generasi muda menjadi lekat dengan *video game* ketika mereka mengisi waktu luang mereka sehari-hari (Allifiansyah).

KESIMPULAN

Dari artikel ini dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain pertama, bahwa mempertimbangkan kapasitasnya sebagai bagian dari budaya populer, *video game* dapat memiliki banyak peran lain, apalagi jika dilihat dari sudut pandang media budaya populer yang menjadikan *video game* sebagai media yang (paling) banyak digunakan yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan dan mereproduksi budaya dan ideologi di benak penggunanya baik secara aktif maupun pasif. Hal demikian tentu tidak lepas dari sifat dasar *video game* itu sendiri yang memiliki fungsi partisipasi. Kedua, secara konseptual, *video game* dapat dibuat dan dijadikan sarana kritik-koreksi sosial terhadap kebijakan-otoritas dan kritik terhadap fenomena sosial budaya. Dengan peran seperti itu maka secara konseptual *video game* dapat dilihat sebagai agen kebudayaan. Ketiga, secara praktis peran *video game* sebagai alat kritik sosial dapat diwujudkan dalam berbagai bidang. Namun, semuanya bermuara pada bagaimana membangun keseluruhan proses dalam *video game* itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. N. (2012). Analisis Resepsi. Retrieved September 2, 2022, from <http://sinaukomunikasi.wordpress.com/tag/analisis-resepsi/>
- Allifiansyah, S. (n.d.). Video Game: Antara Produk Budaya Pop dan Resistensi Terhadap Otoritas.

Retrieved September 2, 2022, from http://www.academia.edu/20038715/Video_GameAntara_Produk_Budaya_Pop_dan_Resistensi_Terhadap_Otoritas.

- Arditya, P. (2023). Pers dan Pergerakan: Membaca Sikap Politik Surat Kabar Fadjar Asia 1927-1930.
- Cucuel, Q. (2011). The Video Game Industry: Explaining the Emergence of New Markets. *Otago Management Graduate Review*, 9 (2), 1-23.
- Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2006). *Game Cultures: Computer Games as New Media*. Berkshire: Open University Press.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens*. London: Kegan Paul Ltd.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (2006). *Key Concepts of Communication and Cultural Studies*. London : Routledge.
- Prayogi, A. (2021, July). Video games as an alternative to da'wah-education channels. In *Proceeding International Conference on Islam and Education (ICONIE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 11-22).
- Prayogi, A., Ghufroon, M. A., & Hami, W. (2022, August). Gamification in Da'wah: Conceptual and Practical Studies. In *Proceeding International Conference on Islam and Education (ICONIE)* (Vol. 2, No. 1).
- Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Sunderland: Pearson Longman.
- Suryajaya, M. (2014). Marxisme dan Video games. Retrieved September 2, 2022, from <http://indoprogress.com/2014/04/marxisme-dan-video-game/>