

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KONSEP

2.1 Kebudayaan

Menurut Koentjaraningrat (2005:70) kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan, serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang dijadikan miliknya dengan belajar.

Kata “kebudayaan” berasal dari Bahasa Sanskerta *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti “budi” atau “kekal”. Sementara kata asing *culture* yang berasal dari kata Latin *colere* (yaitu “mengolah”, “mengerjakan”, dan terutama berhubungan dengan pengolahan tanah atau bertani), memiliki makna yang sama dengan “kebudayaan”, yang kemudian berkembang menjadi “segala daya upaya serta tindakan manusia untuk mengolah tanah dan mengubah alam”. (Koentjaraningrat, 2005:74)

Selain itu menurut Edward Burnett Tylor, seorang profesor antropolog asal Inggris (dalam Liliweri, 2015:4) menyatakan bahwa “kebudayaan sebagai kumpulan yang kompleks dari pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moral, adat istiadat, dan setiap kemampuan lain atau kebiasaan yang diperoleh oleh manusia sebagai anggota masyarakat”, sehingga dapat dikatakan bahwa semua tindakan manusia adalah kebudayaan, karena jumlah tindakan yang dilakukannya dalam kehidupan bermasyarakat yang tidak dibiasakannya dengan belajar (yaitu tindakan

naluri, refleks, atau tindakan-tindakan yang dilakukan akibat suatu proses fisiologi, maupun berbagai tindakan membabitnya), sangat terbatas. Bahkan berbagai tindakan yang merupakan naluri seperti misalnya makan, minum, dan berjalan juga dapat dikatakan sebagai tindakan berkebudayaan.

Pakar sosiologi Talcott Parsons dan pakar antropologi A.I. Kroeber (dalam Koentjaraningrat, 2005:74) menganjurkan untuk membedakan antara wujud kebudayaan sebagai suatu sistem dari gagasan serta konsep dan wujudnya sebagai rangkaian tindakan serta aktivitas manusia yang berpola. Dalam rangka itu, J.J. Honingmann membuat perbedaan atas tiga gejala kebudayaan, yakni (1) *ideas*, (2) *activities*, dan (3) *artifacts*.

2.2 Budaya Material dan Non-Material

Menurut sosiolog Ogburn dan Nimkoff (dalam Liliweri, 2015:12) terdapat dua wujud kebudayaan, yaitu material dan non-material. Kebudayaan material terdiri dari benda-benda konkret seperti peralatan, furnitur, buku, bangunan sebagai benda nyata buatan manusia. Kebudayaan non-material terdiri dari benda-benda abstrak yang tidak berwujud, misalnya adat istiadat, tradisi, kebiasaan, perilaku, sikap, kepercayaan, bahasa, sastra, seni, hukum, agama, dan lain lain.

2.3 Otome Game Sebagai Produk Budaya

Kebudayaan material mengacu pada benda-benda fisik, sumber budaya, dan ruang yang digunakan orang untuk mendefinisikan budaya mereka. Termasuk rumah, lingkungan, kota, sekolah, masjid, kuil, alat-alat, barang dan produk, dan

sebagainya. Semua aspek-aspek fisik yang membantu dan menentukan perilaku dan persepsi anggotanya. Salah satu contohnya adalah *otome game*. *Otome game* dapat dikatakan sebagai produk budaya material karena merupakan suatu benda yang diciptakan manusia dan memiliki bentuk fisik. Hal ini diperkuat oleh Koentjaraningrat (2005:75) bahwa kebudayaan fisik adalah semua benda hasil karya manusia yang bersifat konkret dan dapat diraba serta difoto.

Karen Dill-Shackleford (2005:116) menyebutkan sebuah studi tahun 1998 oleh Tracy Dietz, mencatat bahwa dalam permainan terlaris dari perusahaan berkembang Jepang seperti SEGA dan Nintendo, 21% menggambarkan kekerasan terhadap perempuan. 28% dari permainan tersebut menggambarkan perempuan sebagai objek seks dan kemungkinan besar akan digambarkan sebagai korban atau sebagai gadis dalam kesusahan. Karen menulis bahwa perempuan dalam *game* digambarkan secara fisik sebagai seorang yang hiperseksual, memiliki pinggang yang pinggang kecil dengan payudara besar sehingga tidak proporsional. *Game* seperti ini dibuat dengan maksud untuk menarik konsumen laki-laki, dan secara tidak sengaja menciptakan jarak antara *game* dan calon konsumen perempuan. Menanggapi hal ini, muncullah pasar Jepang yang lebih baru yaitu permainan yang ditujukan untuk perempuan (女性向けゲーム) “*joseimuke geemu*” *game* yang secara khusus dikembangkan dan dipasarkan untuk konsumen perempuan.

Joseimuke Geemu terdiri dari dua jenis, yaitu *Otome Game* dan *Boys Love Game*. *Otome* yang berarti perempuan muda dalam bahasa Jepang, dengan jelas menggambarkan target pasar dari *genre game* ini. *Genre game* ini memiliki banyak unsur atau gaya yang sama dengan *shoujo manga* dan *josei manga*, dan dari segi

plot, keduanya dikatakan mirip dengan manga *harem* sehingga sering disebut sebagai *reverse harem*, sedangkan *Boys Love Game* berfokus pada romansa antar kedua laki-laki dan terdapat unsur pornografi di dalamnya.

Otome game dapat ditelusuri kembali ke tahun 1994, ketika *Angelique* dirilis oleh KOEI yang merupakan penerbit, pengembang, dan distributor *video game* Jepang yang didirikan pada tahun 1978. *Angelique* memiliki gagasan baru dengan karakter utama seorang perempuan dan sembilan karakter laki-laki yang dapat dikencani.

Angelique sebagai *otome game* pertama, dirilis di Super Nintendo Entertainment System (atau di Jepang lebih dikenal sebagai *Super Famicom*). SNES merupakan konsol permainan video 16-bit yang dirilis oleh Nintendo pada tahun 1990. Kemudian seiring dengan kemajuan teknologi, *otome game* mulai dipublikasikan untuk *Playstation* dan komputer. Tidak lupa mesin *handheld* seperti *Playstation Portable*, *PSVita* dan *Nintendo Switch* yang dapat dibawa ke mana saja. Kemajuan *otome game* dapat dikatakan sangat pesat karena *otome game* kini dapat dimainkan di *smartphone* seperti *Android* dan *iOS*. *Otome game* yang tersedia di *smartphone* menjadi sangat populer, di masa teknologi yang terus berkembang membuat sebagian besar orang tentunya memiliki *smartphone*. Tidak hanya itu, *otome game* pada *smartphone* dapat dimainkan kapan saja, memiliki ukuran *data* yang tidak terlalu besar, dan yang terpenting dapat dibawa ke mana pun.

Setiap individu yang ada di dunia ini pasti memiliki kebutuhan yang harus mereka penuhi dalam kehidupan mereka sehari-hari. Adanya kebutuhan yang harus terpenuhi itu membuat setiap individu memiliki motivasi untuk memenuhi

kebutuhan tersebut. Salah satu teori yang membahas tentang motivasi pemenuhan kebutuhan yaitu teori milik Abraham Maslow.

2.4 Tingkat Kebutuhan Abraham Maslow

Menurut Abraham Maslow (1984:39), terdapat lima tingkatan dalam hierarki kebutuhan manusia, yaitu:

a. Kebutuhan Fisiologis

Menurut Maslow (dalam Goble, 1987:71) kebutuhan yang biasanya dianggap sebagai titik awal teori motivasi adalah dorongan fisiologis. Kebutuhan yang paling dasar, paling kuat, dan paling jelas antara kebutuhan manusia adalah kebutuhannya untuk mempertahankan hidup secara fisik, yaitu kebutuhan akan oksigen, makan, minum, tidur, tempat berteduh, seks, dan pemuasan terhadap kebutuhan tersebut sangat penting dalam kelangsungan hidup.

Maslow (1984:40) menambahkan, apabila semua kebutuhan fisiologis kurang dipenuhi, seseorang itu akan didominasi oleh kebutuhan-kebutuhan pokok sehingga kebutuhan lainnya mungkin tidak akan ada sama sekali atau terdesak ke belakang karena kesadaran itu hampir seluruhnya didahului oleh kebutuhan fisiologis itu sendiri.

b. Kebutuhan akan rasa aman

Apabila kebutuhan fisiologis relatif telah terpenuhi, maka akan muncul kebutuhan-kebutuhan yang baru seperti keamanan, kemantapan, ketergantungan, perlindungan, kebebasan dari rasa takut, cemas, hukum,

dan sebagainya. Namun kebutuhan tingkat ini tidak bisa terpenuhi secara total, karena manusia tidak pernah dapat dilindungi sepenuhnya dari ancaman-ancaman tersebut. (Maslow, 1984:43)

Maslow (dalam Goble, 1987:73) menambahkan bahwa kebutuhan akan rasa aman biasanya terpuaskan pada orang-orang dewasa yang normal dan sehat. Seseorang yang merasa tidak aman memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas secara berlebihan serta akan berusaha keras menghindari hal-hal yang bersifat asing dan yang tidak diharapkannya.

c. Kebutuhan akan rasa memiliki dan rasa cinta

Setelah kebutuhan fisiologis dan keselamatan cukup terpenuhi, maka akan muncul kebutuhan akan cinta, rasa kasih, dan rasa memiliki. Orang akan sangat merasa tiadanya kawan, atau kekasih, atau pasangan hidup, atau anak-anak. Rintangan terhadap pemenuhan kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang paling sering ditemukan dalam berbagai kasus yang menunjukkan kegagalan untuk menyesuaikan diri. (Maslow, 1984:48)

Menurut Maslow (dalam Goble, 1987:74), kebutuhan akan cinta tidak boleh disamakan dengan kebutuhan seksual, yang dapat dipandang sebagai kebutuhan fisiologis semata. Kebutuhan akan cinta dan kasih sayang adalah keadaan dimana dapat dimengerti secara mendalam dan diterima dengan sepenuh hati.

d. Kebutuhan akan harga diri

Pemenuhan kebutuhan akan harga diri membawa perasaan percaya pada diri-sendiri, kegunaan, kekuatan, kapabilitas, dan kalaikan, akan

kegunaan dan rasa diperlukan oleh dunia. Tetapi rintangan menuju pemenuhan kebutuhan ini menimbulkan perasaan-perasaan rendah diri, kelemahan, dan tidak berdaya. (Maslow, 1984:51)

Maslow (dalam Goble, 1987:76) menemukan bahwa setiap orang memiliki dua kategori kebutuhan akan penghargaan yaitu: 1) harga diri meliputi kebutuhan akan percaya diri, kompetensi, penguasaan, kecukupan, prestasi, ketidaktergantungan dan kebebasan. 2) Penghargaan dari orang lain meliputi prestise, pengakuan, penerimaan, perhatian, kedudukan, nama baik serta penghargaan.

e. Aktualisasi diri

Kebutuhan akan aktualisasi diri adalah keinginan orang akan kepuasan diri, yaitu kecenderungan mereka untuk mengaktualisasikan potensi diri mereka. Sekalipun semua kebutuhan dibawahnya telah terpenuhi, manusia masih sering merasa (meskipun tidak selalu) bahwa ingin segera berkembang, perasaan tidak puas dan kegelisahan yang baru, keinginan seseorang yang dapat menjadi sesuatu, harus menjadi sesuatu. (Maslow, 1984:52)

Maslow (dalam Goble, 1987:77) menambahkan bahwa setiap orang harus berkembang sepenuh kemampuannya. Kebutuhan aktualisasi diri dapat diartikan sebagai hasrat untuk menjadi diri sepenuh kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya. Kebutuhan akan aktualisasi diri biasanya muncul sesudah kebutuhan akan cinta dan akan penghargaan terpuaskan secara memadai.