

Perancangan Video *Motion Graphic* Tentang Pentingnya Rating Dalam Video Game Bagi Orangtua

**Vincent Ferian Nata¹, Andrian Dektisa H, S.Sn, M.Si²,
Aniendya Christianna, S.Sn., M. Med.Kom³**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen
Petra
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Email : vinzseika@gmail.com

Abstrak

Video game merupakan media hiburan yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat, tua atau muda. Video game memiliki konten yang bermacam – macam yang telah disesuaikan dengan target audiencenya. Tetapi terkadang anak – anak memainkan video game dengan konten yang tidak sesuai usia mereka, padahal konten dalam video game telah diatur melalui sistem *rating*. Hal ini karena kurangnya pengawasan dan pemahaman dari orangtua mengenai video game. Oleh karena itu penulis membuat sebuah multimedia interaktif berupa video *Motion Graphic* yang bertujuan untuk memperkenalkan tentang *rating video game* kepada orangtua.

Kata kunci: Video Game, Rating, *Motion Graphic*, Orangtua, Anak.

Abstract

Title: *Motion Graphic Video Design about the Importance of Ratings In Video Games for Parents*

Video games are an entertainment medium that can be enjoyed by many people, old and young. Video games have a variety of wide content that have been tailored to the target audience. But sometimes children play video games with content that doesn't fit their age, even though the content in the video game has been arranged through a rating system. This is because of the lack of oversight and understanding of parents about video game. Therefore, the authors create an interactive multimedia in the form of Motion Graphic video that aims to introduce about video game ratings to parents.

Keywords: *Video Games, Rating, Motion Graphic, Parents, Children.*

Pendahuluan

Video game merupakan salah satu media hiburan yang dapat dinikmati oleh semua umur dan kalangan. Genre dari *video game* sendiri bermacam seperti RPG (Role Playing Game), FPS (First Person Shooter), Adventure, Puzzle, dan sebagainya. Selain *genre*, *video game* juga memiliki *rating* untuk memberikan

informasi konten apa saja yang terdapat di dalam *game* tersebut dan siapakah yang boleh memainkannya. Misalnya saja *game* GTA (Grand Theft Auto) yang mendapatkan *rating* M (Mature) dari ESRB dimana *game* tersebut mengandung konten kekerasan, seksual dan kata – kata kasar sehingga hanya cocok untuk dimainkan oleh anak – anak berusia 17 tahun keatas.

Pemberian *rating* dalam video game dilakukan oleh lembaga yang khusus menangani hal tersebut. Dari sekian banyaknya lembaga *rating video game* yang ada di dunia, terdapat 3 lembaga yang paling dikenal yaitu ESRB (Entertainment Software Rating Board) yang berbasis di Amerika, CERO (Computer Entertainment Rating Organization) yang berbasis di Jepang dan PEGI (Pan European Game Information) yang berbasis di Eropa. Masing – masing lembaga memiliki cara kerja tersendiri untuk menentukan *rating* dari sebuah *game* sebelum diperjualbelikan kepada masyarakat.

Rating game sendiri merupakan acuan bagi pembeli untuk mengetahui konten dari *game* yang akan dibeli dan juga menjadi acuan bagi para orang tua sebelum memperbolehkan sang anak memainkan *game* tersebut. Meski begitu *rating game* hanya bersifat sebagai imbuhan saja.

Meskipun telah mendapatkan *rating* dari lembaga yang bersangkutan, ada saja *video game* yang dimainkan oleh orang – orang yang tidak sesuai dengan batasan *rating* yang ada. Misalnya saja anak – anak dibawah umur yang memainkan *Grand Theft Auto* dan *Mortal Kombat*. Hal ini diakibatkan kurangnya pengawasan yang dilakukan oleh orangtua sehingga sang anak memainkan *game* dengan konten yang tidak sesuai dengan usianya. Meski begitu orangtua cenderung menyalahkan *video game* sebagai penyebab berubahnya perilaku sang anak meskipun pada *game* tersebut telah terdapat *rating* yang memberitahukan bahwa *game* tersebut hanya untuk dimainkan oleh 17 tahun ke atas.

Hal ini diakibatkan kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai *rating video game*. Di Indonesia sendiri selain tidak banyaknya sosialisasi mengenai *rating video game* kepada masyarakat, masih terdapat

stereotype bahwa *video game* hanya merupakan konsumsi anak – anak. Padahal terdapat berbagai macam jenis *video game* dan tidak semuanya cocok untuk dimainkan oleh anak – anak.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat diasumsikan bahwa sistem *rating video game* merupakan hal yang sangat penting untuk dipahami oleh masyarakat terutama orangtua dan juga anak – anak agar tidak terjadi lagi kesalahpahaman akan dampak *video game* bagi anak – anak yang disebabkan kurangnya pemahaman tentang sistem *rating video game*. Untuk itu *social campaign* dapat digunakan sebagai sarana untuk mensosialisasikan sistem *rating video game* kepada orangtua dan anak – anak di Surabaya.

Media yang akan digunakan sebagai alat sosialisasi adalah Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk *Motion Graphic*. *Motion Graphic* dipilih sebagai media Iklan Layanan Masyarakat karena *Motion Graphic* dapat memuat informasi yang cukup berbobot dan disertai dengan animasi dan audio yang simpel dan menarik. Adanya animasi dan audio dalam *Motion Graphic* dapat membantu penyampaian informasi dan menambah daya tarik bagi target *audience*. *Motion Graphic* juga memiliki durasi berkisar 1 – 5 menit yang cukup singkat sehingga tidak membuat bosan target *audience*. Selain itu iklan dalam bentuk *Motion Graphic* dapat ditampilkan melalui iklan di media sosial, televisi dan bioskop yang umum diakses oleh masyarakat luas.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari topik yang dibahas adalah bagaimana merancang sebuah Iklan Layanan Masyarakat berbasis *Motion Graphic* untuk memperkenalkan fungsi dan kategori dari *rating* dalam

video game beserta media pendukungnya kepada masyarakat terutama orangtua.

Metode Perancangan

Metode penelitian yang dilakukan adalah pengumpulan data primer dan sekunder melalui wawancara dan studi pustaka.

Data primer berupa pendapat dari orangtua dan anak – anak mengenai sistem *rating video game* didapatkan melalui survei dan wawancara singkat kepada subyek yang bersangkutan. Data ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman orangtua dan anak – anak mengenai sistem *rating video game*.

Data sekunder berupa kategori pembagian klasifikasi *rating video game* ESRB dan yang terdapat pada *smartphone* didapatkan melalui internet. Data ini digunakan sebagai materi sosialisasi dan pembandingan satu sama lain. Data dari ESRB sendiri dipilih karena ESRB merupakan sistem klasifikasi yang sudah lama digunakan di industri *video game* di berbagai belahan dunia. Sedangkan data mengenai klasifikasi *rating* pada *video game* di *smartphone* dipilih karena cukup banyak *video game* yang tersedia di *smartphone* baik itu berbayar atau *free-to-play* dan bisa dengan mudah diakses oleh semua usia.

Metode Analisis Data

- What?

Video game yang umumnya dimainkan oleh anak – anak cukup beragam baik itu game *online* maupun game *offline*. Untuk jenis game *online*, genre yang sering dimainkan biasanya adalah FPS (*First Person Shooter*) dan MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) yang umumnya tersedia di warnet dan menjadi genre yang *video game* yang

dimainkan oleh mayoritas *gamer*. Sedangkan untuk jenis game *offline*, genre game yang dimainkan biasanya tergantung dari kesukaan atau hobi dari sang anak.

Selain itu pengaruh dari media sosial, trend atau lingkungan teman – teman sang anak juga dapat mempengaruhi jenis *video game* yang dimainkan sang anak. Misalnya saja ada satu judul *video game* yang sedang populer dikalangan teman – teman sang anak, maka anak tersebut bisa saja tertarik untuk ikut memiliki dan memainkan *video game* tersebut.

- Who?

Video game merupakan salah satu media hiburan yang dapat dinikmati oleh semua kalangan dari yang muda hingga dewasa. Meski begitu *video game* identik dengan anak – anak. Hal ini karena masih adanya persepsi dari masyarakat bahwa *video game* merupakan hiburan untuk anak – anak.

Padahal tidak semua konten *video game* cocok dimainkan oleh anak – anak sehingga terkadang ada saja anak – anak yang memainkan *video game* dengan konten yang tidak sesuai tanpa adanya pengawasan dari orang dewasa.

- Why?

Kurangnya pengetahuan orangtua mengenai konten dalam *video game* menyebabkan orangtua kurang perhatian terhadap konten *video game* yang dimainkan anak – anak yang tidak sesuai dengan usia.

Selain itu masih adanya asumsi di masyarakat bahwa *video game* identik dengan anak – anak menyebabkan orangtua beranggapan bahwa semua jenis *video game* cocok untuk dimainkan oleh anak – anak.

- When?

Waktu bermain *video game* yang dimiliki oleh anak – anak berbeda – beda. Hal ini bisa saja dipengaruhi oleh kebijakan yang ditentukan oleh orangtua sang anak, kegiatan sehari - hari yang dimiliki sang anak atau berbagai hal lainnya. Tetapi beberapa waktu yang dapat digunakan oleh anak – anak untuk bermain *video game* adalah saat *weekend* (Sabtu dan Minggu), hari libur sekolah atau adanya waktu khusus bermain yang diberikan oleh orangtua sang anak.

Meski begitu tidak menutup kemungkinan untuk sang anak mencuri waktu untuk bermain *video game* tanpa sepengetahuan orangtua atau pengawas.

- Where?

Anak – anak dapat bermain *video game* melalui komputer, *smartphone* atau konsol dimana saja seperti di warnet atau di rumah. Untuk *video game online* bila sang anak tidak memiliki perangkat komputer maka bisa bermain *video game* di warnet. Macam – macam *video game* yang tersedia bisa didapatkan dengan berbagai cara misalnya saja membeli kaset fisik di tempat penjualan game, membeli secara *online*, meminjam punya teman atau saudara dan berbagai cara lainnya.

- How?

Terjadinya pengabaian dalam pengawasan anak – anak saat bermain *video game* oleh orangtua dapat diakibatkan oleh beberapa hal misalnya saja orangtua tidak memiliki waktu untuk mengawasi anak bermain karena sibuk bekerja atau orangtua yang terlalu memberikan kebebasan terhadap anak dalam bermain *video game* tanpa memberikan batasan – batasan tertentu.

Kurangnya pemahaman orangtua bahwa tidak semua *video game* memiliki konten yang sesuai untuk dimainkan oleh

anak – anak juga dapat menyebabkan orangtua membebaskan anak untuk bermain apa saja *video game* yang disukainya.

Konsep Perancangan

Perancangan yang akan dilakukan adalah perancangan Iklan Layanan Masyarakat dengan media utama *Motion Graphic* dan disertai dengan media – media pendukung lainnya seperti poster, buku, media sosial dan sebagainya. Perancangan akan dilakukan di beberapa sekolah dasar yang ada di Surabaya dan akan dilakukan pada bulan November selama kurang lebih 2 minggu. Hal ini tergantung kesepakatan dengan pihak sekolah dasar

Tujuan Kreatif

Perubahan yang diharapkan terjadi pada orangtua dan anak – anak setelah melihat Iklan Layanan Masyarakat tersebut adalah para orangtua bisa lebih memahami dan mengerti tentang *rating video game* dan lebih aktif dalam mengawasi sang anak ketika bermain *video game*. Selain itu perubahan lainnya yang diharapkan adalah berkurangnya *image* negatif akan dampak *video game* bagi anak – anak serta hilangnya *image* yang dimiliki masyarakat terhadap *video game* yaitu bahwa *video game* identik dengan anak – anak.

Strategi Kreatif

Pesan disampaikan melalui media multimedia interaktif berupa video *Motion Graphic* yang berisikan pengenalan mengenai sistem *rating video game* bagi orangtua, yang kemudian di *upload* melalui YouTube. Selain itu juga menggunakan media poster dan stiker

yang berisikan *QR code* untuk membantu penyebaran video.

Karakteristik Target Audience

Target audience primer:

- Geografis : Masyarakat Surabaya
- Demografis : Dewasa usia 34-40 tahun, semua gender, SES A dan B, aktif bekerja
- Psikografis: Tidak memiliki waktu untuk mengawasi anaknya dalam bermain *video game*
- Behaviour: Sering atau pernah membelikan *video game* untuk anaknya

Target audience primer:

- Geografis : Masyarakat Surabaya
- Demografis : Anak – anak generasi Z (lahir tahun 1995 – 2010) usia 10-12 tahun, semua gender
- Psikografis : Senang bermain, senang berkumpul dengan teman
- Behaviour : Hobi bermain berbagai macam *video game*

Konsep Penyajian

Konsep penyajian berupa video *Motion Graphic* yang berisikan tentang pengenalan singkat mengenai rating video game, pembagian – pembagian rating dan langkah – langkah yang dapat dilakukan untuk mengecek rating *video game*. Semuanya dirangkum dalam video *Motion Graphic* berdurasi 2 menit 48 detik. Video dibuat sedemikian rupa dengan desain yang diminati oleh orangtua sebagai target utama sesuai dengan survei yang telah dilakukan.

Selain itu juga dibuat media pendukung berupa poster berisikan *QR code* yang terhubung dengan video *Motion Graphic* yang di *upload* ke YouTube. Hal

ini agar siapapun dapat dengan mengakses dan menonton video tersebut melalui *smartphone*. Selain poster juga dibuat media pendukung lainnya berupa stiker yang berisikan himbuan bagi orangtua agar lebih berhati – hati dalam memilih *video game* bagi anak.

Berikut adalah *screenshot* dari media utama dan media pendukung :



Gambar 1. Intro



Gambar 2. Pengantar



Gambar 3. Pertanyaan tentang konten *video game*



Gambar 4. Contoh – contoh konten *video game*



Gambar 8. Penjelasan singkat mengenai masing – masing *rating* ESRB



Gambar 5. Pertanyaan mengenai *rating*



Gambar 9. Pertanyaan mengenai cara mengecek *rating video game*



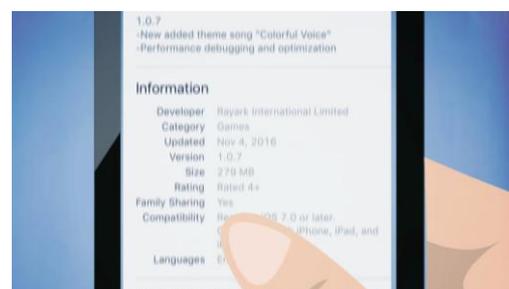
Gambar 6. Penjelasan singkat mengenai *rating*



Gambar 10. Cara mengecek *rating video game* di Android PlayStore



Gambar 7. Macam – macam *rating* ESRB



Gambar 11. Cara mengecek *rating video game* di Iphone AppStore



Gambar 12. Cara mengecek *rating video game* dalam bentuk fisik



Gambar 13. Cara mengecek *rating video game* melalui internet



Gambar 14. Contoh – contoh *video game* yang sesuai dengan usia anak



Gambar 15. Himbauan untuk orangtua



Gambar 16. *Outro*



Gambar 17. Desain Stiker



Gambar 18. Desain Poster

Kesimpulan

Melalui survei yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa *rating video game* sangat diperlukan bagi masyarakat terutama orangtua agar dapat memilih *video game* yang cocok dengan usia anak dan dapat mendampingi anak ketika

bermain. Selain itu dengan adanya pemahaman bahwa *video game* memiliki konten yang berbeda – beda dan telah diatur melalui rating, masyarakat diharapkan tidak lagi menyamaratakan semua *video game* sebagai mainan anak – anak dan tidak lagi menganggap bahwa *video game* adalah penyebab berubahnya perilaku anak.

Oleh karena itu penulis membuat perancangan *Motion Graphic* yang bertujuan untuk memberikan pemahaman singkat mengenai *ratingvideo game* kepada masyarakat terutama orangtua baik itu pengertian dari rating itu sendiri serta bagaimana cara untuk mengetahui *rating* dalam *video game*.

Dengan adanya *Motion Graphic* ini, penulis berharap agar masyarakat paham bahwa *video game* memang merupakan hiburan bagi semua kalangan baik tua atau muda. Tetapi meski begitu, *video game* yang dinikmati tersebut harus memiliki konten yang sesuai dengan usia sang penikmat dimana hal tersebut telah diatur oleh sistem rating.

Saran

Saran untuk kedepannya, tema dari tugas akhir yang dibuat dapat diganti menjadi pensosialisasian *ratingvideo game*, bukan pengenalan pentingnya *ratingvideo game* karena kurang sesuai dengan isi dari media utama yang dibuat. Desain dari media yang dirancang juga dapat diperbaiki sehingga memiliki satu kesatuan desain pada tiap – tiap media. Selain itu untuk memaksimalkan dampak yang diinginkan melalui video *Motion Graphic* yang dibuat, dapat dilakukan kunjungan ke sekolah – sekolah untuk menunjukkan video yang telah dibuat.

Saran untuk orangtua adalah agar mulai lebih berhati – hati dalam

membelikan *video game* dengan konten yang sesuai usia untuk anak, mengetahui jenis *video game* yang dimainkan anak serta melakukan pengawasan ketika anak bermain *video game*

Daftar Pustaka

Adiana, Okky. (2016). *Rating Konten Video Game Menjadi Panduan Orang Tua*. Retrieved from <http://www.inilahkoran.com/berita/edukasi/52141/rating-konten-video-game-menjadi-panduan-orang-tua>

Dimas Y, Alvian. (2016). *Kemendikbud Ajak Orang Tua Kenali Sistem Rating Game*. Retrieved from <https://www.inigame.id/kemendikbud-ajak-orang-tua-kenali-sistem-rating-game/>

ESRB (2016). *ESRB Ratings Guide*. Retrieved from http://www.esrb.org/ratings/ratings_guide.aspx

Kurniawati, Dewi. (2006). *Diktat Periklanan*. Medan

Liliweri, Alo. (1992). *Dasar – dasar Komunikasi Periklanan*. Citra Aditya Bakti, Bandung.