

## PEREMPUAN DALAM VIDEO GIM Representasi Perempuan Dalam *Dead or Alive 6*

Ardian Indro Yuwono

ardianindro@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,  
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

---

### Article Info

#### Keyword:

seksualitas, seksualisasi, perempuan, video game

### Abstract

In media industry, women are often represented as an object which cannot be separated from their sexual attractiveness. This kind of female sexualization also presents in various video games, such as *Dead or Alive 6*. Through this study, researcher tries to understand how female characters are represented in *Dead or Alive 6* using Roland Barthes's semiotic analysis. As for the result, four picked characters, Kasumi, Honoka, Marie Rose, and Momiji represent signs of sexualization such as their fashion, innocence, legal character but looks like an underage, or a paradox between sacredness and taboo. The sexualization of characters in *Dead or Alive 6* turns the sexual traits of legal female characters as its selling point. *Dead or Alive 6* sexualizes its female characters as part of its selling value by selling various expensive downloadable contents (DLC) in form of maid, bikini, or any other sexy costumes that has nothing to do with characters' ability. The "water mode" and "soft mode" also can be considered as sexual exploitation towards the female characters as its selling point. It can be read that the game takes advantage from the players' sexual fantasy as a goldmine.

Copyright © 2022 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.

---

## PENDAHULUAN

Dalam industri video gim, *fighting game* merupakan salah satu *genre* yang digemari oleh para *gamers* dan merupakan salah satu *genre* video gim yang hadir bersamaan dengan munculnya video gim pada dekade 1970an. *Fighting game* juga merupakan salah satu *genre* yang banyak diselenggarakan dalam kompetisi *eSports* selain *genre Battle Royale* dan *MOBA*. *Genre* ini dipopulerkan oleh beberapa *franchise* yang hadir di akhir tahun 1980an dan di awal 1990an, diantaranya terdapat serial *Street Fighter*, *Mortal Kombat*, dan *Samurai Shodown* yang tetap populer sampai saat ini. Perkembangan *fighting game* didominasi oleh produk dari Jepang. Pengembang gim dari Jepang memproduksi hampir seluruh *genre fighting* yang saat itu populer di dunia. Hanya satu pengembang gim dari Amerika yang mengembangkan *fighting game* saat itu, yaitu Midway Game dengan *franchise Mortal Kombat*. (Wardyga, 2019)

Selama hampir dua dekade, *fighting game* hanya didominasi oleh karakter-karakter pria. Hal ini terjadi karena akar dan perkembangan *genre* ini dimainkan oleh pria dan menghadirkan teks yang sangat maskulin seperti kekuatan, kekerasan, dan beragam hal yang melekat pada pria (Harper, 2014). Di awal kehadirannya, *fighting game* banyak yang diinspirasi oleh olah raga seperti tinju, kungfu, dan karate. Basis gim pertarungan yang seperti ini juga diinspirasi media konvensional khususnya film yang saat itu banyak mengangkat budaya berkelahi dari Asia (Wolf & Peron, 2014).

Kita mungkin mengenal Lara Croft melalui film *Tomb Raider* (2001 dan 2003) yang diperankan oleh Angelina Jolie. Kita juga mungkin mengenal bahwa Lara Croft merupakan salah satu karakter yang dieksploitasi secara seksual. Namun, resepsi audiens (dan *gamers*) untuk bisa menerima karakter utama perempuan dalam permainan video gim cukup panjang.

#### Corresponding Author:

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia  
Jalan Sosio Yustisia No. 1, Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Indonesia  
Email: [ardianindro@gmail.com](mailto:ardianindro@gmail.com)

Pada tahun 1986, salah satu gim yang terkenal saat itu, *Metroid*, membuat *plot twist* yang cukup mengagetkan. Samus Aran, karakter utama dalam gim tersebut ternyata seorang wanita. Samus akan membuka baju zirah angkasanya dan menggunakan pakaian wanita pada bagian akhir *Metroid*. Samus Aran adalah karakter manusia perempuan pertama di dalam dunia video gim. Setelah dekade 1990an, mulai banyak bermunculan karakter perempuan dalam video gim salah satu yang paling tenar adalah Lara Croft.

Lynch, Tomkins, Driel & Fritz (2016) berargumen bahwa karakter perempuan dalam video gim justru lebih banyak didesain untuk dinikmati pria dengan konsep *male gaze* yang mana lebih mementingkan fantasi laki-laki. Lebih lanjut, penelitiannya mengungkapkan bahwa karakter perempuan dalam video gim banyak yang mengalami *oversexualization*. Dia mencontohkan bagaimana Lara Croft (Tomb Raider) dan Ivy (Soul Calibur) merupakan dua dari banyak perempuan yang dieksploitasi secara seksual. Dalam hal ini cara berpakaian dan bentuk tubuhnya.

Pada tahun 1991 *Street Fighter II* menghadirkan Chun Li sebagai karakter perempuan pertama dalam sejarah gim pertarungan. Kehadiran Chin Li dalam *fighting game* meruntuhkan dominasi karakter pria sehingga menghadirkan berbagai karakter utama perempuan lain dalam seri *fighting game* lain. Di antaranya, yang menjadi ikon saat ini adalah Sonya Blade (*Mortal Kombat*), Athena Asamiya (*The King of Fighters*), Cassandra (*Soul Calibur*), dan Kasumi (*Dead or Alive*).

Dalam perkembangannya, semua *fighting game* menghadirkan jumlah cukup berimbang antara karakter perempuan dan pria. Akan tetapi ada satu *franchise fighting game* yang selalu menitikberatkan pada karakter perempuannya, yaitu *franchise Dead or Alive*. *Dead or Alive* diproduksi pertama kali pada tahun 1996 dan berfokus pada “jualan” seksualitas karakter perempuannya. “Nilai jual” ini meliputi kemampuan payudara bergoyang atau desain pakaian minim yang dipakai karakter-karakter perempuannya.

Saat ini *Dead or Alive* memasuki instalasi yang keenam. *Dead or Alive 6* merupakan satu-satunya *fighting game* dengan karakter perempuan lebih banyak

daripada karakter pria yaitu 21 karakter dari total 32 karakter yang tersedia (dan masih bertambah). Selain itu, *Dead or Alive 6* juga mendapat banyak sekali kritik dan kontroversi, di antaranya dikeluarkan dari *eSports EVO* karena seksualisasi karakternya. Hal ini dikarenakan dalam sangat memungkinkan terdapat pemain maupun penonton pertandingan *eSports* yang berumur di bawah 18 tahun yang tidak bisa masuk kategori rating dewasa.

*Dead or Alive 6* juga mendapat banyak kritikan tentang jual beli kosmetik yang cukup mahal dan berfungsi untuk lebih menonjolkan seksualitas para karakternya, tak terbatas perempuan semata, tetapi juga karakter pria. *Dead or Alive 6* juga menyediakan menu “soft” untuk menyalakan efek “real” artinya payudara karakter perempuannya bisa bergerak dinamis.

Seksualisasi kepada karakter perempuan dalam *franchise Dead or Alive* selalu mendapat kritik pada setiap *installment*-nya, namun hal tersebut seakan tidak berpengaruh terhadap Koei Tecmo dan Team Ninja sebagai pengembang. Di satu sisi, penjualan *downloadable content* dan monetisasi seksualitas *Dead or Alive 6* justru dilakukan per tiga bulan dengan harga yang fantastis.

Tulisan ini melihat bagaimana para karakter perempuan dalam konten *Dead or Alive 6* direpresentasikan. Bagaimana perempuan menjadi simbol seksualitas dan juga bernilai jual tinggi terlepas peran mereka dalam narasi sebagai karakter utama.

## KAJIAN PUSTAKA

### Metodologi

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan pendekatan analisis semiotik. Sebagai sebuah penelitian berjenis deskriptif, semiotika atau semiologi adalah sebuah studi sistematis tentang tanda. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis yang memusatkan perhatian kepada tanda (Wibowo, 2013). Semiotika melihat bahwa tanda dapat menyampaikan pesan sehingga membentuk sistem terpadu untuk menyampaikan makna atau efek tertentu bagi audiens (Wijaya & Firmanto, 2021).

Tanda-tanda yang penulis bedah merupakan representasi seksualitas perempuan dalam *Dead or Alive 6*

dengan menggunakan empat sampel karakter perempuan dalam gim sebagai objek. Keempat karakter tersebut adalah: Kasumi, Honoka, Marie Rose, dan Momiji. Alasan keempat karakter ini dipilih sebagai objek penulis jelaskan bersama dengan temuan.

Objek-objek yang telah dipilih kemudian ditelaah dari sifat karakter, pakaian, dan kosmetik yang melekat pada karakter. Untuk tiga butir ini, penulis menganalisis tangkapan layar dari gim yang memperlihatkan karakter-karakter bersangkutan. Penulis juga menganalisis latar belakang atau profil karakter yang memang secara khusus disediakan oleh pengembang permainan. Hal ini disebabkan keseluruhan karakter berusia 18 tahun atau lebih sehingga bisa dianggap dewasa walaupun desain mereka tak sejalan.

Analisis semiotika yang diperkenalkan Roland Barthes menjadi piranti penulis untuk menafsirkan makna tanda dalam gim tersebut. Video gim memiliki konten yang mirip dengan film dan dapat dibedakan dalam bentuk adegan-adegan terpisah untuk diteliti (Eichner, 2014). Menurut Barthes (1972), semiotika mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*).

DENOTATIVE SIGN	CONNOTATIVE SIGNIFIED
CONONOTATIVE SIGNIFIER	
CONNOTATIVE SIGN	

Tabel 01. Bagan Semiotik Barthes

Memaknai berarti dalam objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Barthes lantas membagi modelnya menjadi tiga dimensi yakni: penanda, petanda, dan penandaan dengan memberikan audiens peran aktor utama penafsiran makna lewat dua tahapan, denotasi (yang tampak lewat penginderaan) dan konotasi (makna yang dikandung sebuah tanda menurut konteks lingkungan), termasuk di antaranya mitos.

(Okuyama, 2015; Santosa, 2013). Berikut tabel instrumen analisis yang dibedah dalam tulisan ini.

Unit Terteliti	Unsur	Sub Unsur
Objek Karakter Perempuan.	Tubuh.	Mitos bentuk ideal tubuh.  Overseksualisasi.
	Pakaian.	Pakaian Bertema.  Keterbukaan pakaian.
	Profil Karakter.	Watak.  Latar belakang.  Pekerjaan karakter.

Tabel 02. Instrumen Analisis

*Kajian Konseptual*

Lule (2013) menyebutkan media adalah sarana transmisi informasi yang dirancang untuk menjangkau khalayak luas. Video gim juga dapat dilihat sebagai sebuah media karena dapat digunakan untuk mentransmisikan informasi melalui konten-konten di dalamnya yang ditujukan untuk khalayak tertentu, dalam hal ini *gamers*.

Kehadiran video gim sebagai sebuah media masih tergolong cukup “muda”, tetapi penggunaan perempuan sebagai objek seksual di dalam video gim bukan merupakan hal yang baru. Kehadiran konten seksual dalam video gim sudah ada sejak awal konsol video gim diproduksi secara massal pada awal dekade 1980an. Ketika itu *Mystique* hadir sebagai gim porno pertama di dunia melalui platform *Atari*. *Mystique* merupakan *game* yang dikembangkan oleh Caballero Control Corporation yang juga produsen film porno saat itu.

Karakteristik interaktif yang dimiliki *video game* memberikan ruang respon *feedback* pemain dengan cara berbeda dibandingkan media konvensional. Respons pemain terhadap konten seksual yang interaktif dalam *video game* digital memungkinkan seorang individu “bermain” dengan seksualitas dengan

cara yang unik.

Penelitian tentang *video game* dan seks membuktikan bahwa ada masalah dengan bagaimana seks saat ini direpresentasikan. Seksualitas secara terang-terangan direpresentasikan oleh avatar perempuan yang diseksualisasi bahkan sampai pada level *oversexualized* (Krzywinska, 2012). Namun hal ini menjadi problem yang berkelanjutan. Representasi perempuan dan seksualitas di dalam *video game* hanya dianggap sebagai hal wajar sekalipun konten tersebut melanggar beragam norma dan aturan (Gallagher, 2012).

Aspek utama dari seksualitas adalah objektifikasi seksual yang terjadi "ketika bagian seksual atau fungsi seksual seorang wanita dipisahkan dari dirinya, direduksi menjadi status instrumen belaka, atau dianggap mampu mewakili dirinya (Wesely, 2012). Dalam konteks ini, perempuan dipandang sebagai objek yang "dihargai" secara seksual. Wesely menambahkan bahwa seksualisasi terhadap perempuan dapat dilihat melalui empat poin utama:

1. Nilai seseorang hanya berasal dari daya tarik atau perilaku seksualnya, dengan mengesampingkan karakteristik lainnya.
2. Seseorang distandardisasi oleh daya tarik fisik dengan menjadi "seksi".
3. Seseorang dijadikan sebagai objek seksual. Orang tersebut dijadikan objek untuk penggunaan pemenuhan hasrat seksual orang lain, bukan dilihat sebagai orang yang memiliki kapasitas untuk bertindak dan mengambil keputusan secara independen.
4. Seksualitas dipaksakan secara tidak tepat pada individu/subjek/objek.

Papadapoulos (2010) mengartikan seksualisasi sebagai penerapan seksualitas dewasa pada subjek yang tidak seharusnya. Proses ini sering diartikan dengan penerapan seksualitas pada anak di bawah umur. Sedangkan proses seksualisasi yang berlebihan diistilahkan sebagai *overseksualisasi* (*oversexualization*).

Wahyuwono & Yuwono (2019) menuliskan

bahwa representasi seksualitas yang ada di dalam video gim dimaknai secara berbeda-beda oleh pemainnya, tetapi makna tersebut tetap melekat pada istilah porno. Pemaknaan pemain terhadap seksualitas tersebut tidak berhenti pada tubuh perempuan, tetapi juga pada tindakan seksual di dalam video gim. Namun, seksualisasi perempuan diawali dengan penciptaan tubuh pada perempuan, misalnya pada kreasi karakter (Wahyuwono & Yuwono, 2019).

Representasi perempuan dan seksualitas yang dihasilkan sering dikategorikan sebagai sesuatu yang tidak serius (tidak dewasa/*immature*). Ketika perempuan dan seks muncul dalam permainan hal tersebut kerap diperlakukan sebagai lucunya lelucon (Gallagher, 2012). Sementara bagian dari ketidakdewasaan ini berhubungan dengan wacana seksualitas-sebagai-tabu yang lebih besar (Gallagher, 2012), sebagian darinya juga ada hubungannya dengan utilitas media medium video gim.

Seksualisasi juga bisa diterapkan pada objek visual lainnya yang awalnya "bebas nilai" dan didesain tidak dalam kapasitasnya untuk merepresentasikan seksualitas, dalam hal ini karakter/avatar perempuan dalam *Dead or Alive 6*. Dalam *Dead or Alive 6*, kondisinya sedikit berbeda. Pengembang menempatkan *sexual appeal* menjadi hal yang serius. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana karakter-karakter perempuannya didesain dan bagaimana mereka dimonetisasi melalui transaksi *real money*.

Sebelum memasuki penjelasan terkait pemahaman perempuan dan seksualitas dalam gim, perlu dipahami mengenai konsep seks dan seksualitas. Mengacu pada Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) (2016), seks adalah perbedaan ragawi atau biologis perempuan dan laki-laki, yang sering disebut jenis kelamin. Sedangkan seksualitas terkait dengan berbagai dimensi, diantaranya dimensi biologis, sosiologis, psikologis, dan kultural.

Seksualitas dalam dimensi biologis berkaitan dengan organ reproduksi dan alat kelamin, termasuk bagaimana menjaga kesehatan dan memfungsikan secara optimal organ reproduksi dan dorongan seksual. Seksualitas dari dimensi psikologis erat kaitannya dengan bagaimana menjalankan fungsi sebagai

mahluk seksual, identitas peran atau jenis, serta bagaimana dinamika aspek-aspek psikologis (kognisi, emosi, motivasi, perilaku) terhadap seksualitas itu sendiri. Dari dimensi sosiologis, seksualitas dilihat pada bagaimana seksualitas muncul dalam hubungan antar manusia, bagaimana pengaruh lingkungan dalam membentuk pandangan tentang seksualitas yang akhirnya membentuk perilaku seksual. Sementara, pada dimensi kultural, seksualitas menunjukkan perilaku seks menjadi bagian dari budaya yang ada di masyarakat. Terkait pada pemahaman ini, seksualitas dalam hal ini mengacu pada dimensi psikologis, sosiologis, dan kultural.

Mirip dengan dunia *offline*, dalam video gim tubuh wanita menanggung beban objektivitas dan seksual yang berlebihan. Tubuh avatar wanita dikomodifikasi menjadi bagian dari komoditas seksual dalam industri video gim. Tidak semua *game* melakukan ini namun banyak *game* menjadikannya sebagai nilai jual spesifik. (Szymanski, Moffitt dan Carr, 2011).

Terjadi generalisasi yang terus-menerus terhadap tubuh perempuan yang muncul dalam video gim. Sydell (2014) menyebutkan kondisi ini sebagai hiperseksualisasi tubuh wanita dalam video gim. Meskipun terdapat beragam bentuk tubuh wanita dalam video gim, tetapi generalisasi dan representasi umum dari wujud perempuan dalam video gim di antaranya pinggang kecil, pinggul bulat dan payudara besar yang dibesar-besarkan lengkap dengan fisika yang bergoyang (Gray, 2015).

Dalam video gim, posisi pria dan wanita direpresentasikan berbeda secara seksual misalnya dari cara berpakaian dan pakaian yang disediakan. MacCallum-Stewart, E. and Parsler, J. (2008) menjelaskan bahwa dalam banyak permainan RPG secuil pakaian karakter pria yang disediakan akan sangat berbeda bila digunakan untuk karakter perempuan bahkan dalam banyak kasus desain pakaian yang sama akan memberikan tampilan yang berbeda. Mereka melanjutkan dengan memberikan contoh set baju besi Black Mageweave yang terkenal,

yang pada avatar pria muncul sebagai kemeja dan celana biasa, tetapi pada avatar wanita muncul sebagai stoking, bretel dan atasan basque.

Menempatkan dan membedakan avatar perempuan dalam "*underwear*" dan avatar laki-laki dalam pakaian formal ketika menggunakan jenis baju yang sama di dalam video gim menempatkan tubuh perempuan menjadi representasi utama seksualitas dalam sebuah permainan.

Gambaran perempuan sebagai objek seksualitas di dalam gim telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kehadiran ini sudah menjadi bagian dari konten video gim sejak konsol pertama, Atari 2600. Walaupun konsol gim ini didesain untuk anak-anak, namun gim untuk dewasa mulai hadir pada tahun 1982. Sebuah perusahaan *game* bernama Mystique, anak perusahaan dari Caballero Control Corporation, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi film dengan muatan pornografi, dengan *American Multiple Industries*. Dalam *Mystique Beat Em and Eat Em* (1982), pemain akan memainkan karakter seorang wanita telanjang yang harus menangkap sperma yang jatuh dari seorang pria yang tengah masturbasi.

Gim sederhana dengan konten seksual seperti *Beat Em dan Eat Em* (1982), teknologi membatasi desainer gim untuk membuat konten, sehingga grafis yang dimunculkan kadang bersifat ambigu (Wolf & Perron, 2014). Wolf menambahkan, gim pada saat itu menonjolkan ikon dan abstrak dari realitas, sehingga pengembang gim saat itu merasa perlu untuk membuat buku panduan yang menjelaskan objek-objek di dalam gim.

Seiring dengan perkembangan teknologi, tema dan grafis yang mampu disajikan oleh gim semakin canggih. Dengan perkembangan teknologi internet, gim dengan konten seksualitas yang sebelumnya dijual secara 'sembunyi', saat ini sudah semakin mudah

diakses oleh pemain dari beragam kalangan usia. Dengan perkembangan teknologi saat ini, video gim mampu menghadirkan gambaran yang sangat menyerupai dengan yang ada di dunia nyata. Dalam tataran ini gim simulasi dari realitas (Wolf & Perron, 2014).

Bersamaan dengan kemajuan teknologi dan popularitas, gim semakin mampu “memanjakan” pengalaman para pemainnya. Genre dan tema yang diusung terus bertambah, mulai dari *adventure*, *shooting*, *arcade* hingga *dating simulation*. Kemampuan gim menghadirkan pengalaman pemain ini diikuti dengan permintaan pasar mainstream akan kekerasan dan seks.

Dalam penelitian Yao, Mahood, dan Linz (2010) menunjukkan efek bermain gim dengan konten seksual memiliki dampak terhadap gambaran posisi perempuan sebagai subordinat dari pria. Yao menjelaskan, bahwa bermain gim yang memiliki orientasi konten seksual memicu pikiran terkait dengan aktivitas seksual dan meningkatkan aksesibilitas pada skema gender negatif, yang menempatkan perempuan sebatas sebagai objek seks. Penelitian yang dilakukan oleh Lych, Tompkins, Driel, dan Fritz (2016) melihat pada penggambaran karakter perempuan dalam gim selama 31 tahun menunjukkan hasil yang serupa. Lych, Tompkins, Driel, dan Fritz menjelaskan bahwa terjadi peningkatan signifikan terkait dengan kemunculan karakter perempuan di dalam gim, tetapi sebagian besar masih menempatkan perempuan sebagai peran kedua dan tidak lepas dari peran menjadi objek seksual, walaupun hal ini ternyata berbanding lurus dengan kemampuan fisik karakter tersebut.

Bermain gim dan berfantasi seksual menggunakan gim dinilai Mills (2015) sebagai usaha untuk menggantikan kenikmatan di dunia nyata. Mills menjelaskan bahwa menggantikan kesenangan dalam dunia nyata dengan kesenangan di dunia virtual. Kenikmatan di dunia virtual ini terus menerus diulang. Pengulangan terus menerus ini akibatnya mengaburkan batasan nilai yang ada di masyarakat dan apa yang dihadirkan media. Dengan perkembangannya saat ini, video gim dinilai bertanggung jawab memunculkan konten yang sarat kekerasan, hasrat materialistik,

kompetisi yang tidak wajar dan membuat masyarakat merasa wajar dengan yang dimainkan sehingga gim seakan menjadi cermin dari masyarakat itu sendiri (Mills, 2015).

Walaupun penggunaan tubuh perempuan dalam video gim secara simbolis kerap menjadi komoditas seksual dalam konten video gim, industri video gim tidak serta merta menjadikan fenomena tersebut untuk membangun genre pornografi dalam video gim (Krzywinska, 2012). Namun bukan berarti hal tersebut tidak ada, konten pornografi dalam gim pernah hadir di era dekade 1980 dan 1990an. Bahkan saat ini berbagai pengembang dari Jepang masih memproduksi konten video gim teka-teki, beragam permainan judi, dan juga pornografi berupa *dating simulation* berbentuk novel visual, baik *eroge (erotic game)* yang berorientasi pada cerita dan ditambahkan berbagai adegan hubungan seksual; serta *nukige*, genre yang secara tujuan hanya untuk memberikan stimulasi pada pemain untuk melakukan masturbasi (*nuki*) yang menasar pengguna PC (Nagayama, 2014). Uniknyanya, produsen gim seperti ini memberlakukan swaregulasi terhadap kontennya dan menyesuaikan dengan kondisi regulasi di negara gim tersebut beredar (Driscoll & Greal, 2019).

## TEMUAN DAN DISKUSI

Dalam melihat posisi karakter perempuan dalam *game* ber-genre *fighting* harus dilihat fungsi karakter secara keseluruhan pada genre tersebut. Dalam *fighting game* setiap karakter memiliki fungsi sebagai “alat/media” yang digunakan untuk pemain untuk berkompetisi dengan pemain lainnya. Setiap karakter memiliki cara yang unik untuk dimainkan. Hal ini akan membedakan pengalaman bermain (*gameplay*) yang disesuaikan dengan gaya bermain pemainnya, misalnya ada karakter yang dapat digunakan secara agresif atau bertahan dengan serangan balik.

Pada dasarnya fungsi dan posisi para karakter petarung dalam gim pertarungan adalah sama yaitu untuk bertarung. Namun, beberapa alasan tertentu mempengaruhi *developer* untuk mengembangkan karakter perempuan di dalamnya. Di antara alasan tersebut adalah menarik para pemain wanita untuk

bermain (kasus Chun Li dalam *Street Fighter II*, 1991). Pengembangan cerita/narasi yang menjadi latar belakang dari sebuah *game* juga mempengaruhi desain karakter.

Dalam *Dead or Alive 6*, pengembang tidak menciptakan karakter perempuan yang berumur di bawah 18 tahun dan melebihi 26 tahun. Keduapuluh satu karakter perempuan berkisar antara 18 sampai 26 tahun, sementara karakter pria berumur dari 19 sampai dengan 48 tahun. Hal ini tentu saja berimplikasi pada dua hal, pertama akan memberikan ruang objektifikasi seksual pada wanita secara legal karena sudah berumur 18 tahun. Kedua, tetap akan menampilkan wanita yang dewasa yang masih muda dengan beragam daya tariknya. Di antaranya Kasumi (19), Honoka (18), Marie Rose (18) dan Momiji (21).

### 1. Kasumi “The Fighter”

Kasumi merupakan karakter utama *Dead or Alive 6* yang selalu hadir sejak tahun 1996. Dia merupakan salah satu karakter sentral dalam gim ini dan memiliki implikasi utama pada pengembangan narasi atau cerita. Kehadiran Kasumi jelas memberikan warna tipe gaya berkelahi dan menjadi salah satu karakter utama dalam cerita, tetapi fungsi ini “banyak” berubah.

Kasumi merupakan seorang ninja dengan desain karakter berpakaian ketat sehingga memudahkan untuk bergerak lincah. Hal ini menyesuaikan dengan konsep dirinya sebagai ninja modern yang dalam cerita sering melakukan pengintaian. Desain Kasumi merupakan desain *Dead or Alive 6* awal sehingga masih mengikuti desain karakter *game* perempuan di era 1990an.

Seksualisasi dalam *Dead or Alive 6* yang dilakukan kepada karakter Kasumi ada pada jenis pakaiannya. Pakaian alternatif Kasumi memberikan nuansa yang lebih terbuka dan bisa dianggap lebih “seksi”.



Gambar 1. Kasumi dalam kostum *Deluxe Edition*  
(Sumber: *screen capture* dalam *game*)

Kostum edisi *deluxe* hanya bisa didapatkan dengan membeli versi *game* yang lebih mahal. Kostum Kasumi Deluxe merupakan satu dari puluhan bonus kostum yang disediakan untuk beragam karakter lainnya. Kostum ini memperlihatkan Kasumi yang lebih seksi dan terbuka dengan konsep ninja moderen. Hal ini menempatkan karakter Kasumi dalam posisi yang tidak hanya berfungsi sebagai petarung utama, tetapi juga memberikan nilai seksualitas yang berbeda untuk para pemainnya dengan berpakaian lebih terbuka.

Konsep desain awal Kasumi sebagai ninja tidak ditinggalkan. Hal ini memberikan makna bahwa seksualisasi yang dikenakan pada karakter Kasumi sedikit menggeser “citraan” ninja sebagai sesuatu yang dapat diseksualisasikan. Hal ini mengubah posisi Kasumi untuk lebih dihargai karena keseksian dan seksualisasinya ketimbang dimainkan sebagai ninja biasa. Kostum Kasumi deluxe ini mengubah dirinya menjadi bagian dari objek seksual para pemain, yang tentunya membeli kostum tersebut untuk diimplementasikan pada karakter dan dimainkan sehingga memberikan sensasi berbeda dalam pengalaman bermain.

### 2. Honoka “The Innocent”

Karakter kedua yang menjadi objek seksualisasi dalam *game Dead or Alive 6* ini adalah Honoka. Dia merupakan salah satu karakter pendatang baru, sehingga *Dead or Alive 6* merupakan debut baginya. Latar belakang Honoka adalah seorang anak SMA berumur 18 tahun yang kebetulan memiliki kemampuan supranatural dalam bela diri.

Karakter Honoka didesain berbeda dengan Kasumi. Desain karakter Honoka memiliki tubuh yang sudah bisa dibilang seksi dengan ukuran payudara yang cukup montok. Dalam industri pornografi Jepang, desain demikian banyak digunakan untuk mengangkat fantasi terhadap cewek SMA (*Joshi Kousei*) dengan menggunakan seragam sekolah sebagai penandanya. Dalam *Dead or Alive 6* karakter Honoka paling mendekati representasi tersebut. Objektifikasi seksual yang dilekatkan pada Honoka terletak pada tubuh karakter, pakaian yang dikenakannya dan sifat personalnya.



Gambar 2. Honoka *Summer Costume*.

(Sumber: *screen capture* dalam game)

Kostum *summer* Honoka mengambil konsep pakaian saat liburan musim panas yang dalam budaya populer Jepang identik dengan pergi ke pantai dan mengenakan bikini. Pakaian Honoka menambah daya tarik seksual yang memang sudah disematkan pada karakter. Pakaian ini bisa digunakan ketika bermain/bertarung dalam arena. Hal ini tidak hanya mengobjektifikasi Honoka secara seksual, tetapi juga memberikan pemahaman adanya seksualisasi yang dipaksakan pada tempat yang tidak tepat. Bertarung dengan bikini tidak akan pernah dilakukan secara kompetitif, tetapi lebih pada pemenuhan hasrat seksualitas penontonnya dalam konteks ini pemainnya.

Honoka merupakan karakter yang memiliki kostum spesial seksi cukup banyak. Hal itu terjadi karena dirinya merupakan karakter pendatang baru yang menjadi sentral cerita seri *Dead or Alive 6*. Honoka juga memiliki proporsi tubuh yang secara seksual paling menarik.

Selain tubuh dan pakaian, Honoka juga diobjektifikasi secara seksual melalui tingkah laku dan tindakannya. Honoka memiliki sifat yang menyerupai anak kecil yang bisa dianalogikan seperti sebuah tema kekanakan dewasa. Hal ini bisa berfungsi untuk memenuhi hasrat pemainnya yang menyukai tema “*innocent*”. Tema ini masih banyak digunakan dalam industri pornografi Jepang yang memiliki genre fantasi anak sekolah.

### 3. Marie Rose “*The Lolita*”

Karakter ketiga adalah Marie Rose seorang *maid* atau pelayan yang berasal dari Swedia. Seperti Honoka, Marie Rose juga merupakan karakter pendatang baru dalam seri *Dead or Alive 6*. Karakter Marie Rose memiliki desain postur tubuh seorang anak-anak meski diceritakan 18 tahun.

Marie Rose berpostur mungil dan tidak menonjol. Akan tetapi, konsep yang disematkan di dalam tubuh Marie Rose ini merupakan konsep “*lolita* atau *loli*”. Istilah *loli* sendiri diambil dari novel karya Vladimir Nabokov dengan judul *Lolita* yang bercerita tentang obsesi seksual seorang profesor paruh baya terhadap gadis berumur antara 9 sampai dengan 14 tahun. Dalam permainan, Marie Rose memiliki karakteristik sebagai perempuan remaja awal dengan desain fisik yang mengikutinya seperti bentuk wajah, tinggi badan, proporsi tubuh dan ukuran lingkaran dada yang kecil.



Gambar 3. Marie Rose *Beach Costume*.

(Sumber: *screen capture* dalam game)

Dalam ketersediaan kostum, Marie Rose merupakan karakter yang memiliki jumlah kostum terbuka paling sedikit dibandingkan karakter perempuan lainnya. Ketika dalam edisi kostum musim panas desain karakter perempuan lain menggunakan bikini secara utuh, Marie Rose menggunakan potongan yang sifatnya lebih “tertutup” dan “kekanakan”. Sebagai contoh bisa dilihat pada gambar 4.8 dan 4.9 yang memperlihatkan perbedaan kostum Marie Rose dengan milik Honoka (gambar 4.5 dan 4.6). Kostum-kostum Marie Rose dan Honoka tersebut keluar dalam satu edisi musim panas yang sama.

Marie Rose merupakan karakter perempuan yang unik karena seksualitas yang dikenakan pada karakter ini sedikit berbeda dengan karakter lainnya yang menonjolkan fisiknya sebagai daya tarik seksualnya. Seksualisasi Marie Rose justru terletak pada imaji yang dia berikan sebagai seorang *loli*. Marie Rose merepresentasikan tokoh *loli* yang merupakan salah satu fantasi seksual terlarang pedofilia. Uniknya dalam konteks yang lebih luas, “mencintai” karakter Marie Rose tidak bisa dikatakan membuat pemain serta -merta dapat dicap sebagai seorang pedofilia karena



adanya penekanan resmi bahwa Marie Rose berumur 18 tahun.

Pada dasarnya seksualisasi Marie Rose ditempatkan pada imaji dan penempatannya bukan pada daya tarik seksual secara fisik. Marie Rose merepresentasikan objektifikasi seksual untuk memenuhi hasrat pemain/penggemarnya.

Selain loli, Marie Rose merepresentasikan juga fantasi seksual lainnya yaitu *maid*. Desain karakter Marie Rose sebagai pelayan dilengkapi dengan kostum *maid* merupakan salah satu kostum yang populer dalam *cosplay*. *Maid* merupakan salah satu “profesi populer” dalam fantasi seksual karena posisinya sebagai subordinat. *Dead or Alive 6* bahkan menawarkan kostum edisi khusus *maid* yang bisa dipakaikan kepada seluruh karakter perempuannya.



Gambar 4. Karakter Nico dan Christie dalam kostum *maid*.

(Sumber: *screen capture* dalam *game*)

Dalam dunia nyata, pencitraan tentang *maid* atau pelayan ini kerap digunakan dalam beragam fantasi. Diantaranya menjadi salah satu *genre* dan fetish dalam industri pornografi di Jepang pada khususnya. Beberapa kafe di Jepang menggunakan konsep kostum *maid* ini untuk menarik pengunjungnya (Galbraith, 2019).

#### 4. Momiji “The Maiden”

Karakter terakhir yang akan dibahas adalah Momiji. Dalam ceritanya Momiji merupakan perawan suci (*miko*) “kuil naga”. Momiji hadir beberapa bulan setelah *Dead or Alive 6* dirilis. Dia merupakan salah

satu dari tujuh karakter lepas yang harus didapatkan dengan cara membeli terpisah. Artinya, dia tidak ikut dalam konten utama *game* dan pemain tidak bisa menggunakannya kecuali membelinya.

Desain karakter Momiji didesain sedemikian rupa untuk menampilkan seorang perawan suci yang menarik. Momiji seakan mencoba untuk memperlihatkan dan merepresentasikan seorang perempuan religius yang menjaga kesuciannya. Sebagai representasi dari orang suci, Momiji tetap tidak bisa dilepaskan dari seksualisasi yang dilakukan pada dirinya. Momiji tidak didesain sebagaimana orang-orang suci yang menutup dirinya dengan beragam pakaian suci. Momiji justru lebih banyak memiliki kostum dan pakaian yang terbuka dan seksi.



Gambar 5. Momiji dalam busana *sexy santa*.

(Sumber: *screen capture* dalam *game*)

Pada edisi liburan musim dingin, *Dead or Alive 6* memberikan berbagai variasi kostum baru yang bertema Natal (Christmas). Karakter Momiji termasuk yang diseksualisasi dengan tema liburan Natal. Ini ditunjukkan dengan kemunculan kostum seksi santa yang dapat dibeli oleh para pemain dan dipakaikan pada Momiji. Fungsi peran Momiji sebagai perawan suci seakan hanya label saja. Walaupun bukan karakter original seperti Kasumi yang hadir sejak *Dead or Alive 6* pertama di 1996, Momiji merupakan salah satu karakter sentral dalam cerita yang hadir di tengah cerita *saga Dead or Alive 6*.

Momiji juga dihadirkan dalam bentuk karakter “pendosa” lain dengan menggunakan kostum yang menjadi icon “*lust*” yaitu kelinci (*bunny girl suits*). Benturan antara nilai yang dibawa oleh perawan suci Momiji dihancurkan dengan kostum kelinci yang berlatar sebuah bar judi dan alkohol. Dalam hal ini Momiji seakan mencoba untuk mengisi kekosongan representasi gadis suci yang diseksualisasi untuk pemenuhan hasrat para pecintanya, selayaknya

fetishisme terhadap perempuan-perempuan yang mengenakan symbol-simbol religius seperti “gadis gereja” atau “cewek berhijab”. Keberadaan mereka dalam fantasi seksual seolah mencoba mengkotradiksikan antara kesucian dengan nafsu.

### 5. Seksualisasi Perempuan Sebagai Nilai Jual Gim

Karakter perempuan dalam *Dead or Alive 6* dihadirkan melalui proses seksualisasi yang berbeda-beda. Keempat karakter yang diteliti memiliki tingkat dan makna seksualisasi yang berbeda. Namun, kesemua karakter merepresentasikan tujuannya untuk mengikat dalam fantasi yang ingin disediakan untuk para pemain. Kesemuanya merupakan fantasi seksual yang memiliki makna beragam: keluguan, fantasi di bawah umur, pelayan, dan paradoks antara kesucian dan nafsu.

Pada dasarnya, keempat karakter yang dianalisis hanya sebagian dari keseluruhan karakter perempuan yang masing-masing memiliki problematika seksualisasi yang sama dengan beragam makna berbeda. Hal ini karena masing-masing karakter memiliki posisi dan peran yang unik untuk diseksualisasi misalnya: peneliti, *fashion designer*, model, penari, pengusaha, dan beragam peran lainnya.

Berbeda dengan beragam gim genre pertarungan lainnya, seri *Dead or Alive 6* tidak memiliki karakter perempuan yang tidak mengikuti standar bentuk tubuh “ideal”. Misalnya *Dead or Alive 6* tidak memiliki karakter perempuan berotot, atau perempuan yang memiliki berat badan lebih, atau perempuan yang berkulit hitam. Sehingga hal ini mengindikasikan bahwa *Dead or Alive 6* melakukan seksualisasi terhadap karakter perempuan dengan menciptakan desain karakter sesuai standar visual dan seksi sesuai yang ditetapkan oleh pengembang.

Selain itu, eksploitasi seksual juga terjadi melalui *soft mode* dan *water mode* yang disediakan dalam opsi pengaturan (*setting*). *Soft mode* memberikan efek “*bounce*” dan hanya berefek pada karakter perempuan. Efek tersebut membuat payudara karakter perempuan “memantul” ketika mengalami gerakan dan kontak fisik. Efek ini hanya memberikan kesan “realistis” pada pertarungan dan tidak mempengaruhi karakter pria.

Sementara *water effect* atau efek basah memberikan kesan basah pada karakter melalui keringat. Pada karakter perempuan, efek ini akan memberikan “kilauan” pada area atau bagian tubuh tertentu, sebaliknya pada pria hal ini seperti efek keringat yang wajar di wajah atau tangan dan kaki.

Seksualisasi perempuan yang terjadi pada sejatinya tidak semata-mata hanya direpresentasikan berupa bentuk tubuh yang memenuhi hasrat, tetapi juga memiliki nilai jual. Bahkan tanpa kehadiran visual pun, suara perempuan dapat digunakan untuk menarik minat audiens, seperti yang dicontohkan oleh Seno (2013) terhadap sensualitas suara perempuan iklan komersial radio. Dalam *Dead or Alive 6*, seksualisasi suara perempuan dapat ditemukan ketika muncul suara desahan karakter perempuan setiap mendapat serangan fisik dalam pertarungan (dipukul atau ditendang). Berbeda dengan karakter laki-laki yang cenderung mengerang ketika kesakitan.

Hal-hal di atas membuat jelas bahwa pengembang memanfaatkan nilai sensual perempuan sebagai barang dagangan mereka. Dalam bahasa yang mudah, pengembang melakukan komodifikasi atau dapat diartikan sebagai proses mengubah nilai fungsi menjadi nilai jual (Yuwono, A. 2021). Dalam lokus konten media proses ini merujuk pada cara mengubah konten informasi menjadi konten yang mampu untuk dijual. Dalam *new media* hal ini sering disebut dengan istilah monetisasi konten. Hal yang sama juga terjadi dalam video gim dengan beragam monetisasi melalui transaksi *paid downloadable content* atau konten berbayar.

Dalam *Dead or Alive 6* karakter dikembangkan dengan melakukan beragam bentuk seksualisasi. Karakter yang berfungsi sebagai “alat/media” untuk berkompetisi dikomodifikasi menjadi nilai jual untuk memenuhi hasrat pemainnya. Dalam prakteknya, *Dead or Alive 6* melakukan penjualan beragam konten digital yang memungkinkan untuk mengubah pengalaman bermain seseorang.

Setiap karakter di *Dead or Alive 6* mendapatkan banyak kostum dan kosmetik yang dijual secara terpisah setiap musim. Beragam tema kostum disediakan dengan tujuan mengubah tampilan visual

karakter. Kostum kosmetik tidak berpengaruh pada fungsi karakter hanya mengubah penampilan fisiknya tanpa mengubah esensi karakter tersebut.

Santa Bikini merupakan salah satu *downloadable content* yang populer karena berisi konten kosmetik yang dapat mengubah tampilan karakter perempuan dalam *Dead or Alive 6* menjadi karakter yang menggunakan bikini berwarna merah. Kostum kosmetik seperti ini jumlahnya puluhan dan menawarkan berbagai kostum yang menyesuaikan tema tertentu misalnya musim panas, halloween, tahun baru cina, dan sebagainya.

Selain berjualan kostum, *developer Dead or Alive 6* juga melakukan penjualan karakter tambahan secara terpisah. Total karakter tambahan yang dijual secara digital sampai saat ini berjumlah tujuh buah dan kesemuanya perempuan. Penjualan karakter tambahan ini memang tidak diikuti dalam penjualan gim utamanya dikarenakan untuk tetap memberikan pemasukkan ketika para pemain sudah memiliki kopi *gamenya*.

Kesemua karakter *downloadable content* yang dijual terpisah pada dasarnya tidak esensial dalam pengembangan narasi atau cerita, tetapi esensial dalam menambah variasi petarung dan merupakan “barang” yang dikoleksi oleh para penggemarnya. Komodifikasi atas karakter tambahan ini memiliki harga total lebih mahal daripada membeli gimnya. Hal ini juga terjadi pada penjualan kostum kosmetik yang menerapkan harga total jauh lebih mahal dari pada gim utamanya.

Dalam industri video gim komodifikasi konten melalui proses monetisasi digital bukan merupakan hal yang baru dan justru menjadi ujung tombak penjualan gim pada platform gawai. Banyak *developer* yang memberikan gim secara gratis, tetapi melakukan komodifikasi dan monetisasi melalui jualan konten digital tambahan seperti yang lumrahnya terjadi pada gim ponsel pintar. Bahkan konten digital yang ditawarkan dalam gim *Dead or Alive 6* dapat dibeli secara paketan (*bundling*).

## KESIMPULAN

*Developer Dead or Alive 6* melakukan seksualisasi karakter pada setiap lini pengembangan

nya. Terutama pada karakter perempuan. Dalam *Dead or Alive 6*, desain fisik karakter perempuan mengikuti “standar ideal” yang dianggap cantik, menarik, dan seksi sehingga meniadakan bentuk tubuh perempuan yang tidak populer misalnya berotot, memiliki berat lebih, berkulit gelap, dan berumur tua.

Seksualisasi pada karakter perempuan dalam *Dead or Alive 6* diwujudkan dengan menempelkan beragam jenis/bentuk seksualisasi seperti eksploitasi bentuk fisik tubuh yang dilakukan sejak desain awal maupun dengan beragam atribut kosmetik dan kostum yang terbuka. Citraan tersebut kemudian memampukan fantasi seksual pemain untuk terpenuhi secara luas, dari sekadar kepribadian atau desain karakter hingga kostum yang dikenakan karena membawa makna-makna tertentu seperti pelayan berarti subordinasi atau *miko* yang menunjukkan kesucian. Beragam kosmetik dan kostum ini pun dikomodifikasi sehingga dalam memenuhi hasratnya untuk melihat/menikmati karakter seksi, seorang pemain harus mengeluarkan uang per item pembelian.

Seksualisasi yang dilakukan *developer Dead or Alive 6* merupakan bentuk komodifikasi dan monetisasi yang berujung pada keuntungan finansial. Secara komersial, penjualan konten digital tambahan dilakukan sedemikian rupa. Variasi kostum dan aneka kosmetik yang membuat karakter perempuan dalam *Dead or Alive 6* terlihat seksi dijual dengan harga yang mahal bahkan jauh melebihi harga *game Dead or Alive 6* sendiri, walaupun tidak memberi imbas apa-apa pada kemampuan (*ability*) karakter yang dipasangi kostum. Konten tambahan dalam *Dead or Alive 6* termasuk salah satu konten termahal di toko digital PlayStation.

Terkait seluruh seksualisasi yang dilakukan oleh *developer Dead or Alive 6*, strategi yang mereka lakukan adalah memberikan restriksi umur pada setiap karakter di dalam *game*. Ini menjadikan *Dead or Alive 6* merupakan satu-satunya *fighting game* yang secara spesifik dan detail dalam memberikan keterangan informasi tiap karakter khususnya usia karakter.

Karakter termuda akan berada pada umur 18 tahun dan tidak kurang. Hal ini dikarenakan banyaknya larangan internasional yang melarang pornografi atau eksploitasi seksual untuk anak di bawah umur, dalam

hal ini di bawah 18 tahun. Hal ini juga diterapkan dalam industri pornografi baik di Jepang, Eropa, maupun Amerika (Nagayama, 2014). Dengan alasan tersebut, menciptakan karakter yang berumur minimal 18 tahun akan menjauhkan pengembang dari tuntutan pornografi anak, pelecehan terhadap anak di bawah umur, ataupun pedofilia. Meski begitu, karakter dapat didesain melampaui restriksi umur yang ada sehingga membuat kesan bahwa pengembang bermain di ranah abu-abu.

Adapun, pengembangan visual pada karakter pada dasarnya tidak hanya terjadi pada karakter perempuan, tetapi juga pada karakter pria meski tanpa mendapat proses seksualisasi. Hal ini membuat tokoh pria dalam *Dead or Alive 6* memiliki standar fisik lebih umum dan real seperti, gemuk, kurus, berotot, berkulit gelap, berumur tua, buruk muka/garang, dan sebagainya.

Batasan daya tarik seksual antara pria dan perempuan sangat berbeda, restriksi yang berlaku juga berbeda. Pria yang bertelanjang dada tidak serta merta dianggap mengumbar "aurat" sehingga berkontradiksi dengan posisi perempuan. Dalam konteks yang lebih luas, hal ini bisa dibaca sebagai wacana tentang pria seksi berbeda dengan perempuan seksi, keduanya memiliki standar yang berbeda bahkan terkait dengan norma pada umumnya. Walaupun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa karakter laki-laki dengan ciri lebih beragam ini memiliki fungsi lebih yakni sebagai cermin sosok ideal bagi pemain.

Tulisan ini bercerita dari sudut pandang penulis yang berusaha melihat bagaimana representasi seksualisasi perempuan dilakukan pada karakter dalam video gim *Dead or Alive 6*. Di masa mendatang, diperlukan riset yang mampu melihat bagaimana resepsi pemain terhadap seksualisasi perempuan dalam video gim. Bilamana seseorang ingin tetap berkuat pada lokus konten, maka penulis memberikan rekomendasi untuk membahas bagaimana representasi karakter perempuan dalam JRPG (*Japanese Role-Playing Game*) yang menyertakan karakter *bishoujo* (perempuan/cewek cantik) seperti yang biasa ditemui di anime maupun manga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Paladin Book. London.
- Driscoll, C. & Grealy, L. (2019). In the Name of the Nation: Media Classification, Globalisation, and Exceptionalism. *International Journal of Cultural Studies*, 22(3), 383–399. <https://doi.org/10.1177%2F1367877918784606>
- Eichner, S. (2014). *Agency and Media Reception: Experiencing Video Games, Film and Television*. Springer VS. New York.
- Galbraith, P. W. (2019). *Otaku and The Struggle for Imagination in Japan*. Duke University Press
- Gallagher, R. (2012). 'No sex please, we are finite state machines: on the melancholy sexlessness of the video game'. *Games and Culture*, Volume 7 (6): 399–418.
- Gray, K. (2015). 'Let me get something off my chest about boob physics in video games'. *The Guardian*, 21 January. [www.theguardian.com/technology/2015/jan/21/boobs-breasts-physics-video-game](http://www.theguardian.com/technology/2015/jan/21/boobs-breasts-physics-video-game) (13 Maret 2017).
- Harper, T. (2014). *The Culture of Digital Fighting Games: Performance and Practice*. Routledge. New York.
- Krzywinska, T. (2012). 'The strange case of the misappearance of sex in videogames.' In J. Fromme and A. Unger (eds) *Computer Games and New Media Cultures*. Springer. London.
- Lule, J. (2013). *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication*. Flat World Knowledge, Inc. Tersedia dalam <http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/3833#lulemedia1.0-ch01s01>.
- Lynch, T., Tompkins, J., Driel, I., & Fritz, N. (2016). *Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video games across 31 Years: Female Game Characters across 31 Years*. *Journal of Communication*. 66. 10.1111/jcom.12237.
- MacCallum-Stewart, E. and Parsler, J. (2008). 'Role-

- play vs. game play: the difficulties of playing a role in World of Warcraft*. In H. Corneliussen and J. Walker Rettberg (eds) *Digital Culture, Play, and Identity: A World of Warcraft Reader*. Massachusetts: MIT Press.
- Mills, D. (2015). Rated M for Mature Sex and Sexuality in *Video games*: Explicit sexual content in early console *videogames*. New York: Bloomsbury Academic.
- Nagayama, K. (2014). *Zouho Eromanga Sutadiisu: "Kairaku Souchi" Toshite no Manga Nyuumon*. Chikuma Shoubu. Terjemahan Patrick W. Galbraith & Jessica Bauwens-Sugimoto. (2021). *Erotic Comics in Japan: An Introduction to Eromanga*. Amsterdam University Press
- Okuyama, Y. (2015). *Japanese Mythology in Film: A Semiotic Approach to Reading Japanese Film and Anime*. Lexington Books
- Papadopoulos, L. (2010). *Sexualization of Young People*. Crown Copyright. London.
- PKBI DIY. (2016). Pengertian Seks dan Seksualitas. Tersedia dalam <https://pkbi-diy.info/seksualitas/> (diakses 13 Maret 2020)
- Santosa, H. P. (2013). Sosok Calon Legislatif Lokal dalam Iklan-iklan Politik (Kajian Semiotika terhadap Iklan-iklan Politik Calon Legislatif Lokal di Media Massa Cetak Lokal Jawa Tengah). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1-12. <https://doi.org/10.14710/interaksi.2.2.104-116>
- Seno, S. (2013). Representasi Suara Sensual Perempuan dalam Iklan Radio. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 164-171.
- Sydell, E., & Brodbeck, C. (2014). The predictive power of game-like assessments compared to traditional tests. In E. C. Popp (Chair) & C. Handler (Discussant), Challenges and innovations of using game-like assessments in selection. Symposium presented at the 29th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology. Honolulu.
- Szymanski, D., Moffitt, L. and Carr, E. (2011). 'Sexual objectification of women: advances to theory and research'. *The Counselling Psychologist*, Volume 39 (1): 6-38.
- Wahyuwono, J. & Yuwono, A. (2019). "Reception Analysis of Pornography in Video Game Player" dalam *Interdisciplinary Journal of Communication (INJECT)*, IAIN Salatiga. Vol. 4. No. 2 December 2019: page 137-152. Salatiga.
- Wardyga, B. (2019). *The Video Game Textbook: History, Business, Technology*. Taylor and Francis. London.
- Wesely, J. (2012). *Being Female: The Continuum of Sexualization*. Lynne Rienner Publisher. London. Dead or Alive 6 review: has the controversial fighting game finally grown up? <https://www.theweek.co.uk/gaming/99943/dead-or-alive-6-doa-6-review-orders-new-features-has-the-controversial-fighting-game-finally-grown-up> (26 Maret, 2020. 19.35)
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media
- Wijaya, J. A., & Firmanto, A. D. (2021). Representasi Gender Pada Film Tilik Menurut Studi Semiotik Roland Barthes. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 166-176. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.2.166-176>
- Wolf, M. J. P. & Perron, B. (2014). *The Routledge Companion To Video Game Studies*. Taylor and Francis. London.
- Yao, Mike, Chad Mahood, and Daniel Linz. (2010). "Sexual Priming, Gender Stereotyping, and Likelihood to Sexually Harass: Examining the Cognitive Effects of Playing a Sexually-Explicit Video game." *Sex Roles* 62 (1/2): 77-88.
- Yuwono, A. (2021). "Eksistensi Developer Game Independen Indonesia" dalam *Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia*. Departemen Ilmu Komunikasi UGM. Vol. 2. No. 1. Maret 2021: page 22-39. Yogyakarta.