

Keberhasilan Transformasi Media dari Komik ke Film (Studi Kasus: Spider-Man)

Agnes Angelita Francisca

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
agnesangelitaf@gmail.com

Jessica Valencia

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
jezzikov@gmail.com

Kheivlen Cunsuela

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
Kheivlen.cunsuela1@gmail.com

Nadya Aisha Zahra Zaurantie Hermiandy

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
Nadya.aishaa14@gmail.com

Yessica Angelina Santoso

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
yessica18angel@gmail.com

Shannon Glenda Tenardi

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
shannon.tenardi@uph.edu

Juliana Suhindro Putra

Desain Komunikasi Visual, School of Design,
Universitas Pelita Harapan
juliana.putra@uph.edu

ABSTRAK

Media berkembang seiring dengan perkembangan zaman, sehingga tidak hanya satu media yang dapat digunakan, melainkan sekarang sudah tersedia berbagai media, media sendiri saling berhubungan satu dengan lainnya. Pada makalah ini membahas mengenai transformasi narasi dari komik ke dalam film, pembahasan topik ini akan mengangkat studi kasus dari komik *Spider-Man* ke film *Spider-Man*.

Metode riset yang akan penulis gunakan berupa metode studi pustaka, metode yang digunakan dapat membantu penulis dalam proses menganalisa topik yang penulis angkat. Makalah ini bertujuan menyampaikan proses yang dilalui oleh *Spider-Man* dari media komik ke media film, dengan tujuan dari makalah ini adalah untuk menyampaikan pesan kepada kalangan yang menggemari komik *Spider-Man* atau baru ingin mencari tau lebih dalam mengenai komik *Spider-Man*.

Kata Kunci: Komik, Film, *Spider-Man*, Transformasi Media

PENDAHULUAN

Spider-Man adalah sebuah karakter fiksi yang dibuat oleh *Marvels Comic* dan dirilis pertama kali pada buku komik yang berjudul *Amazing Fantasy, no 15*¹. *Spider-Man* adalah sebuah karakter fiksi yang berperan sebagai pahlawan remaja Amerika yatim piatu, bernama Peter Parker. Peter Parker digigit oleh laba-laba radioaktif dan mendapatkan kekuatan, kecepatan, kelincahan, kekuatan luar biasa dan kemampuan untuk menempel di dinding². Karakter Spider-Man mendapatkan ulasan yang baik dari para penggemar. Dengan beriringnya waktu, penggemar Spider-Man makin bertumbuh dan bertambah jumlahnya, sehingga Marvel pun memutuskan untuk mengangkat karakter tersebut ke dalam film.

Di tahun 2021, Film Spider-Man berjudul *Spider-Man: No Way Home* telah menjadi film terlaris ketiga di *Domestic Box Office* dengan total penjualan senilai \$760.988M. Faktanya, menurut *CNN.com* Spider-Man telah dinobatkan sebagai *superhero* terpopuler dengan total pencarian 5 juta perbulannya di Google (Hafsa Khalil, CNN), hal tersebut menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap Spider-Man.

Penulis dari kisah Spider-Man yaitu Stan Lee, pada awalnya karakter Spider-Man ditolak oleh penerbit dikarenakan pada masa itu tidak ada tokoh pahlawan remaja dan tokoh yang memiliki kelemahan. Namun dengan berakhirnya popularitas majalah serial *The Amazing Fantasy*, sehingga Stan Lee mencoba mempublikasikan Spider-Man pada serial terakhir yaitu *The Amazing Fantasy no.15*. Berbeda dari ekspektasi dari penerbit dan Stan Lee yang memperkirakan serialnya akan hilang, akan tetapi serial tersebut justru menjadi populer, dari serial *The Amazing Fantasy* ini perjalanan Spider-Man dimulai.

Dalam penelitian yang dilakukan penulis akan menganalisa bagaimana proses transformasi Spider-Man dari media komik menuju media film dan hal apa yang membuat mereka berhasil dalam transformasi tersebut. Penulis mengangkat topik Spider-Man yang sudah terkenal dengan harapan masyarakat bisa tertarik dan merasakan relevan terhadap kesehariannya, dengan tujuan untuk menambah wawasan baru bagi para pembaca dan penggemar Spider-Man.

KAJIAN TEORI

Action Over Multiple Media

Dengan menyampaikan aksi dan mengembangkan karakter maupun *worldbuilding* ke media lain, semakin besar kekuatan *brand*. Sebelum proses penyampaian aksi ke berbagai media terdapat hal-hal penting yang perlu diperhatikan:

1 "Spider-Man (Peter Parker) In Comics Profile"

2 ("Spider-Man (Peter Parker) In Comics Profile")

1. Aksi dan peristiwa harus dipikirkan secara jelas sehingga dapat disampaikan.
2. Mengetahui dan memahami target audiens dari penyampaian aksi
3. Meningkatkan ketegangan dari sebuah aksi sehingga menimbulkan rasa urgensi kepada audiens
4. Merencanakan dan menentukan peran audiens pada suatu peristiwa

Upaya penyampaian aksi ke berbagai media memiliki beberapa upaya yaitu *Live Coverage*, *Delayed Coverage* dan *Story Archeology*. (Phillips, 2012)

a. *Live Coverage*

Live berarti aksi dan narasi dilakukan secara bersamaan atau aksi yang sedang berlangsung di atas panggung maupun di depan kamera. *Live Coverage* memiliki kelebihan untuk memberikan rasa urgensi untuk tindakan tersebut dan melatih memberitahu audiens untuk bersiaga agar audiens tidak melewatkan aksi yang berlangsung. Kelemahan *Live Coverage* adalah tidak bagus untuk jangka waktu yang lama dan saat aksi berlangsung tidak dapat dianalisis terlalu dalam. *Live Coverage* dapat berupa *live stream* atau *live radio*.

b. *Delayed Coverage*

Delayed Coverage menjelaskan aksi kepada audiens setelah aksi itu terjadi. *Delayed Coverage* memiliki kelebihan mudah dilakukan dan tidak membutuhkan biaya yang banyak. Kelemahannya adalah hilangnya rasa urgensi dari cerita dan menurunkan rasa ketegangan. *Delayed Coverage* bisa digunakan untuk sejumlah besar aksi dan mengandalkan *Live Coverage* untuk beberapa aksi penting. *Delayed Coverage* dapat berupa unggahan artikel di blog.

c. *Story Archeology*

Story Archeology menjelaskan aksi dan peristiwa dibalik layar. *Story Archeology* memiliki kelebihan untuk memberikan wawasan mengenai *brand* tersebut, membangun kepercayaan audiens dengan transparansi terhadap cara kerja dari sebuah *brand*. *Story Archeology* dapat berupa wawancara dengan penulis atau pemeran.

METODOLOGI

Metode studi yang digunakan untuk merancang makalah ini adalah studi pustaka dengan sifat dari penelitian adalah analisis deskriptif. Pembahasan akan dilakukan secara sistematis dan bertahap, dengan mengikuti langkah-langkah penelitian kepustakaan menurut Kuhlthau (2002): (1) Pemilihan topik, (2) eksplorasi informasi, (3) pengumpulan sumber data (4) persiapan penyajian data dan (5) penyusunan makalah.

PEMBAHASAN

Perjalanan dari Komik ke Film

Perjalanan Spider-Man dari media komik menuju media film tidak semulus yang dibayangkan. Walau pada masa itu Marvel mendapatkan banyak penggemar, tetapi pada sekitar tahun 1970 pertengahan, penjualan Marvel masih kalah dengan

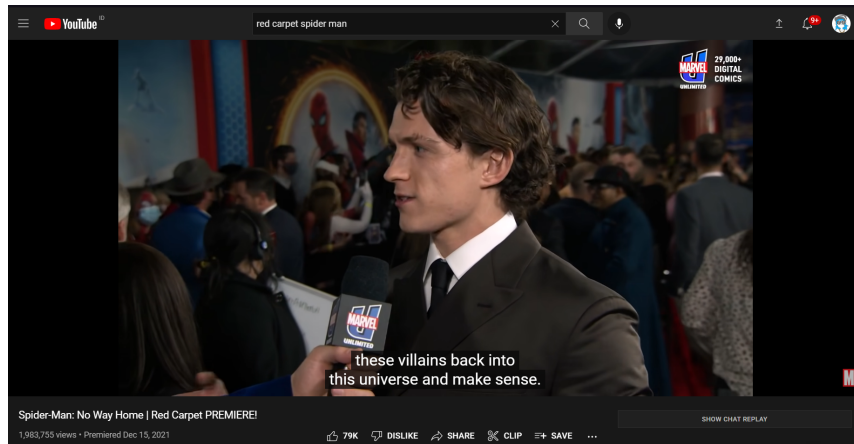
pesaingnya, studio DC. Karena hal ini, Marvel pun terpaksa untuk melisensikan banyak karakter terkenalnya ke rumah produksi yang ada. Persyaratan lisensi seperti itu sering kali memberikan izin kepada studio film untuk menggunakan HAKI Marvel dalam film mereka dengan imbalan biaya atau royalti, tanpa Marvel harus mengeluarkan uang untuk pembuatan atau produksi film yang sebenarnya. Dengan sangat terpuruknya Marvel, mereka sampai rela untuk menyewakan hak film Spider-Man kepada Toei Jepang selama 3 tahun. Dari kesepakatan itu muncullah seri Spider-Man ala kamen Rider, dimana Spider-Man yang biasa kita kenal bukanlah Peter Parker dari Queens, New York, melainkan adalah Takuya Yamashiro dari Jepang. Seri ini berlangsung dari tahun 1977 hingga tahun 1979. Pada tahun 1999, Marvel memilih untuk melisensikan Spider-Man ke Columbia Pictures Industries, Inc., yang merupakan cabang perusahaan Sony Picture Entertainment, dengan syarat Sony harus memproduksi film Spider-Man baru setiap lima tahun agar dapat untuk mempertahankan hak atas karakter tersebut.

Sejak itu, Sony merilis trilogi pertama film Spider-Man yang disutradarai oleh Sam Raimi pada tahun 2002, 2004, 2007 dan juga *reboot The Amazing Spider-Man* dibintangi Andrew Garfield pada tahun 2012–2014. Mulai pada tahun 2008, Marvel pun memulai untuk membangun studio filmnya sendiri yang dikenal dengan Marvel Cinematic Universe (MCU). Tetapi Spider-Man masih belum dapat masuk, bergabung, muncul maupun berada di satu universe dengan karakter Marvel lainnya karena lisensi film masih dipegang oleh Sony. Karena itu, Marvel Studios dan Sony Pictures membuat kesepakatan pada tahun 2015. Di dalam kesepakatan tersebut Spider-Man dapat muncul dalam film Marvel, dan karakter yang haknya dipertahankan oleh Marvel. Sedangkan Sony akan mempertahankan semua hak dasar atas film Spider-Man. Dengan demikian, Spider-Man bisa bertahan lama di MCU. Walau kesepakatan tersebut sempat putus pada tahun 2019, kesepakatan tersebut pada akhirnya diperpanjang lagi hingga saat ini. Dengan perjuangan tersebut maka kita dapat melihat film Spider-Man terbaru yang kita ketahui seperti *Spider-Man: No Way Home* di layar lebar.

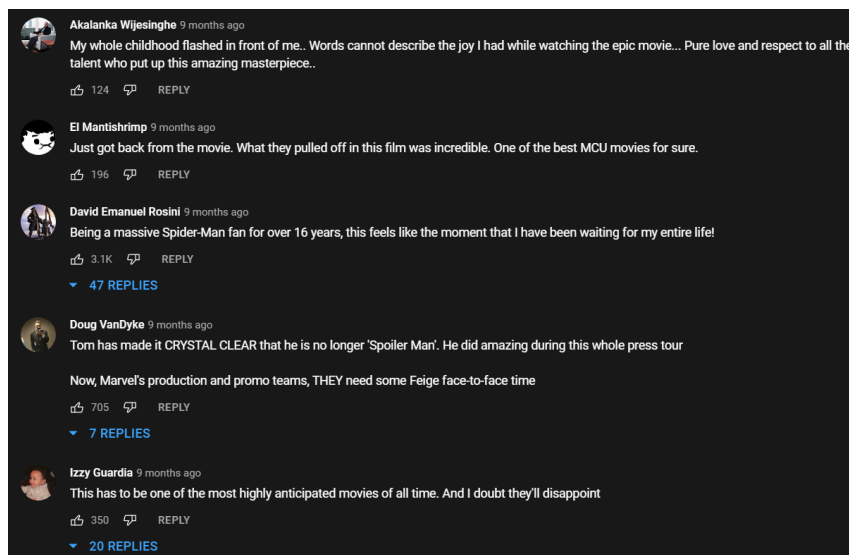
Analisis keberhasilan Film Spiderman dan Action Over Multiple Media

Upaya Marvel menyampaikan aksi Spiderman ke berbagai media memiliki beberapa upaya yaitu:

- a. *Live Coverage*, dimana Marvel mengadakan acara *Red Carpet* dimana seluruh pemain film akan datang ke bioskop tertentu untuk merayakan hari rilis film *Spider-Man: No Way Home* dan juga mengadakan nonton bersama dengan pengunjung yang beruntung. Hal ini meningkatkan ketertarikan penggemar dan rasa urgensi untuk segera menonton film terbaru Spider-Man agar tidak tertinggal dengan *update* terbaru Spider-Man.

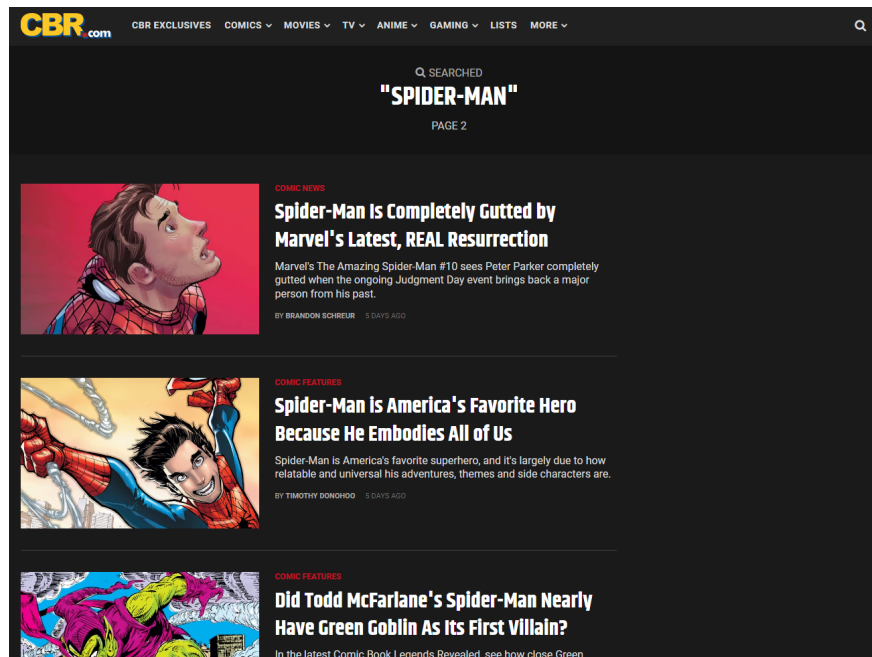


Gambar 1. Cuplikan Video Acara Red Carpet Spider-Man: No Way Home (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=sKtHn7DaG9E&t=202s>)



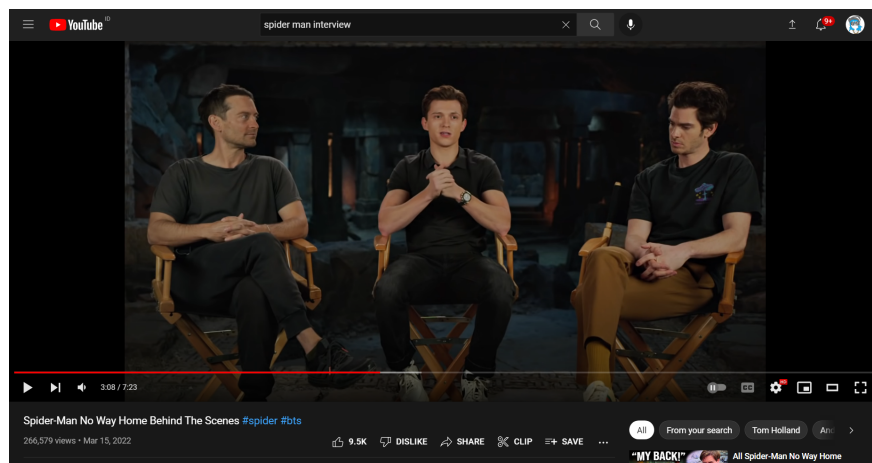
Gambar 2. Kolom Komentar Video Acara Red Carpet Spider-Man: No Way Home (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=sKtHn7DaG9E&t=202s>)

- b. *Delayed Coverage*, dengan menerbitkan berbagai macam artikel-artikel tentang Spiderman. Walau tidak memunculkan rasa urgensi dibandingkan dengan *Live Coverage*, cara ini juga dapat membantu dalam meningkatkan rasa penasaran para penggemar yang lebih dalam mengenai Spider-Man. Di setiap blog maupun artikel yang membahas mengenai Spider-Man, tentu isinya juga berbagai macam. Begitu banyak wawasan baru ataupun pendapat baru yang dapat penggemar dapatkan dari membaca artikel maupun blog. Semakin penasaran seseorang maka mereka akan mencoba untuk terus menggali lebih dalam mengenai topik yang ingin mereka cari tahu. Konsep tersebut mirip dengan adanya berbagai artikel maupun blog yang ada mengenai Spider-Man.

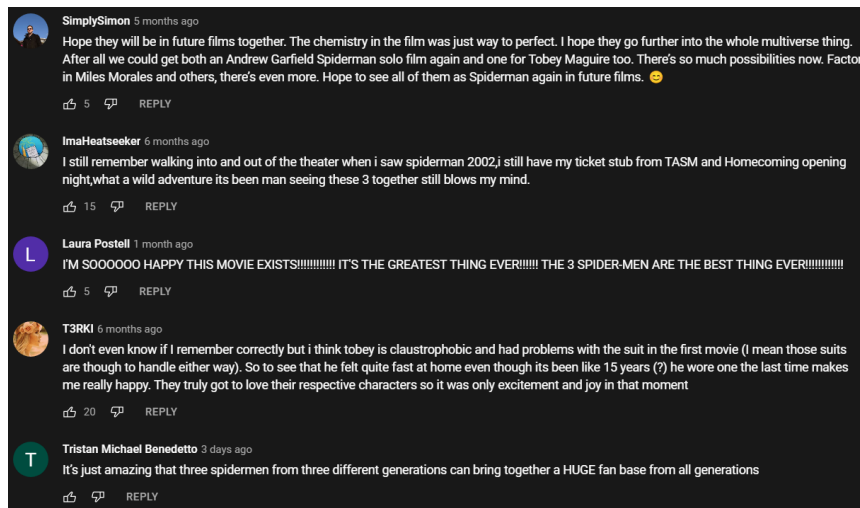


Gambar 3. Artikel yang Membahas Spider-Man
(Sumber: <https://www.cbr.com/search/spider-man/2/>)

- c. *Story Archeology*, dengan menyebarkan transparansi melalui cuplikan *behind the scene* di platform youtube ataupun video wawancara dari seluruh tokohnya. Spider-Man menonjol di semua jenis platform media. Salah satu contohnya adalah wawancara dengan Tom Holland, Tobey Maguire, dan Andrew Garfield. Di dalam video ini mereka menceritakan pengalaman mereka dan pendapat mereka mengenai film Spider-Man yang mereka bintang.



Gambar 4. Cuplikan Video Spider-Man: No Way Home Behind The Scene
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=TiSqVPu16qA>)



Gambar 5. Kolom Komentar Video Spider-Man: No Way Home Behind The Scene
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=TiSqvPu16qA>)

Dari kolom komentar dapat dilihat banyak penggemar yang sangat antusias akan kemunculan tiga aktor yang sudah pernah membintangi film Spider-Man yang sebelumnya. Dari interview ini juga dapat dilihat dari kolom komentar bahwa banyak yang menantikan kelanjutan dari film Spider-Man kedepannya. Dengan tingginya harapan untuk film Spider-Man kedepannya, hal tersebut juga menunjukkan perkembangan *engagement* ataupun ketertarikan terhadap Spider-Man.

Selain dalam menggunakan metode *Live Coverage*, *Delayed Coverage*, dan *Story Archeology* dalam penyampaian aksinya, keberhasilan film maupun komik Spider-Man didukung dengan rasa relevan antara penggemar dengan pahlawannya. Dalam transformasi suatu media ke media lainnya, dibutuhkan proses penyampaian aksi. Sebelum debutnya, dua tokoh pahlawan super yang paling terkenal pada saat itu adalah Superman dan Batman. Kedua pahlawan tersebut digambarkan sebagai dewa. Mereka tampak mahakuasa dan memiliki fisik seperti Adonis. Tetapi meskipun banyak yang ingin menjadi mereka, mereka tidak dapat benar-benar *relate* dengan mereka. Di situlah Spider-Man masuk. Mengaburkan garis yang membuat seseorang menjadi superhero. Spiderman dibuat berdasarkan tokoh remaja yang memiliki banyak kekurangan seperti tidak populer di kalangan perempuan, bukan pria yang kuat, tapi hanya siswa SMA yang kurus dan berjerawat. Maka dari itu, banyak penggemar Spiderman yang merasa relevan dengan kehidupannya. Walau telah banyak melalui perkembangan maupun pergantian cerita, tetapi ceritanya masih sama: *the nobody who turned into somebody*. Itulah yang membuat Spiderman digemari banyak orang dari komik hingga filmnya yang sekarang masih banyak penggemar berumur yang masih setia. Aksi yang ingin disampaikan Marvel disampaikan dengan jelas sehingga para remaja lebih mudah merasa relevan dengan tokoh favorit mereka, Spider-Man.

Walaupun sudah berkembang ke dalam media lain selain dengan media komik, para penggemar komik Spider-Man tidaklah berkurang. Hal tersebut disebabkan oleh adanya relevansi narasi Spider-Man dalam komik maupun film. Walaupun beberapa

karakter musuh yang ada di komik tidak muncul di dalam film *live-action* Spider-Man, namun beberapa musuh yang muncul ke dalam film, menciptakan korelasi antara cerita Spider-Man dalam komik maupun film. Contoh lain dari korelasi antara komik dan film Spider-Man adalah, semua karakter Spider-Man diceritakan sebagai seorang remaja jenius yang tidak memiliki orang tua, namun mereka tinggal bersama bibi May.

Domestic Box Office For 2021						
2021 ▾		Calendar grosses ▾				
Rank	Release	Gross	Theaters	Total Gross	Release Date	Distributor
1	Spider-Man: No Way Home	\$572,984,769	4,336	\$804,793,477	Dec 17	Sony Pictures Entertainment (SPE) ↗
2	Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings	\$224,543,292	4,300	\$224,543,292	Sep 3	Walt Disney Studios Motion Pictures ↗
3	Venom: Let There Be Carnage	\$212,609,036	4,225	\$213,550,366	Oct 1	Sony Pictures Entertainment (SPE) ↗
4	Black Widow	\$183,651,655	4,275	\$183,651,655	Jul 9	Walt Disney Studios Motion Pictures ↗
5	F9: The Fast Saga	\$173,005,945	4,203	\$173,005,945	Jun 25	Universal Pictures ↗
6	Eternals	\$164,616,321	4,090	\$164,870,234	Nov 5	Walt Disney Studios Motion Pictures ↗
7	No Time to Die	\$160,772,007	4,407	\$160,891,007	Oct 8	Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) ↗

Gambar 6. Tabel Box Office Domestik Tahun 2021
 (Sumber: <https://www.boxofficemojo.com/year/2021/>)

Film Spider-Man sendiri berhasil menempati peringkat pertama di Box Office domestik pada tahun 2021 silam, Film *Spider-Man : No Way Home* yang didistribusikan oleh Sony Pictures *Entertainment* ini tayang pada bulan Desember 2021, berhasil mendapatkan penghasilan sebesar \$804,793,477. Berkat penghasilannya ini Spider-Man ditempatkan sebagai film ke-enam paling sukses secara global sepanjang masa. Faktanya film ini jauh lebih sukses dari beberapa film yang tayang setelahnya seperti *Shang-Chi* dan *The Legend of The Ten Rings*.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, jurnal ini membahas mengenai analisis transformasi narasi Spider-Man dari komik ke media film dengan teori *Conveying Action Over Multiple Media*. Analisis ini diangkat berdasarkan tingginya minat masyarakat terhadap Spider-Man pada tahun 2021. Setelah melakukan analisis jurnal ini, penulis menemukan adanya penerapan teori *Conveying Action Over Multiple Media* dalam narasi maupun penyampaian dalam film layar lebar. Mulai dari penggunaan metode *Live Coverage*, dimana Marvel mengadakan acara *Red Carpet*, *Delayed Coverage*, dengan menerbitkan berbagai macam artikel-artikel tentang Spiderman, hingga *Story Archeology*, dengan menyebarkan transparansi melalui cuplikan *behind the scene* di platform youtube ataupun video wawancara dari seluruh tokohnya. Penyampaian aksi dilakukan dengan baik yang menghasilkan adanya rasa relevan dan rasa ingin tahu para penggemar dengan Spider-Man yang membuat jumlah penggemar semakin meningkat seiring waktu.

Rekomendasi

Pada akhirnya, teori *Conveying Action Over Multiple Media* membantu dalam pengembangan Spider-Man dari Marvel. Semakin berkembangnya zaman, penyampaian aksi Spider-Man ke berbagai media juga semakin berkembang. Dari hasil analisis, penulis menyimpulkan bahwa penyampaian narasi dari Spider-Man dari komik ke media film berhasil. Dilihat dari, penyampaian narasinya yang tetap relevan dari komik pertama hingga filmnya yang terakhir. Penggunaan teori dalam dunia produksi layar lebar meningkatkan ketertarikan pembaca dalam mengikuti perkembangan Spider-Man dan meningkatnya penggemar baru Spider-Man yang mengetahui Spider-Man dari film layar lebarnya. Dengan adanya perluasan media kedalam film layar lebar, kini Spider-Man tidak hanya terkurung dalam media komik, tetapi menyebar luas ke dalam media lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, T. (2022) The 25 Best Spider-Man Villains Of All Time, Ranked Retrieved from <https://gamerant.com/marvel-best-spiderman-villains/>
- Box Office Mojo (2021) Retrieved from <https://www.boxofficemojo.com/year/2021/>
- Gamespot Universe (2018) The History Of Spider-Man Movie Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=6disCRsa_eE
- Kuhlthau, C.C., Maniotes, L.K., dan Caspari, A.K., (2007), *Guided Inquiry :Learning in 21st Century School*, Greenwood Publishing Group, USA.
- Lealos, S. S. (2021) The First 15 Super-Villains Spider-Man Ever Fought In Comics Retrieved from <https://screenrant.com/marvel-spider-man-comics-first-villains-fought/>
- Marshall, Evan (1998). *The Marshall Plan for Novel Writing*. Cincinnati, Ohio : Writer's Digest Books, 142
- Matter B. (2018) Stan Lee on What Made Spider-Man So Special Retrieved from <https://www.marvel.com/articles/comics/stan-lee-on-what-made-spider-man-so-special>
- Murphy, D. (2007) 'Spider-mania, running wild!', *Esquire*, 4 May.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Phillips, Andreas (2012) *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling*. United States: McGraw Hill
- Retrieved from <https://blog.ipleaders.in/spider-mans-ip-journey-to-the-marvel-cinematic-universe-a-case-study/>
- Robinson, B. 'Why spider-man is popular', *ABC News*, 1 May.
- Suvigya, B. (2021). Spider-Man's IP journey to the Marvel Cinematic Universe : a case study