

Penerimaan Komik Digital untuk Menceritakan Kehidupan Profesi Ilustrator Menggunakan Instagram

Brigitte Wu

Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra
Surabaya
brigittewu01@student.ciputra.ac.id

Hutomo Setia Budi

Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra
Surabaya
hbudi@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Kehidupan ilustrator dianggap sebagai hal mudah dengan pekerjaan yang sepele oleh masyarakat dan ilustrator kesulitan untuk mengomunikasikan tentang kehidupannya. Namun, nyatanya mereka memiliki peluang besar untuk melakukan suatu komunikasi yang efektif dengan memanfaatkan keahlian yang dimiliki, yakni keahlian dalam pembuatan visual, seperti membuat komik sebagai media informatif. Namun, komik sering dipandang hanya sebagai sebuah media penghibur untuk mengisi waktu luang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana komik berpotensi lebih sebagai media penyampaian informasi untuk menjadi suatu alternatif yang dapat digunakan, terutama oleh ilustrator dalam komunikasi kreatif mereka. Ditambah dengan penggunaan media sosial yang semakin meningkat seiring berjalannya waktu dapat dimanfaatkan sebagai *platform* mengunggah komik. Media sosial Instagram menjadi pilihan utama karena mengandalkan foto dan video sebagai media utama, serta memiliki fitur-fitur pengunggahan media seperti Instagram *feeds*, *carousel*, *story*, dan *reels*. Selain itu, juga terdapat fitur berguna dalam mempromosikan akun atau unggahan dari suatu akun agar dapat dilihat khalayak lebih luas, yakni Instagram *business* dan Instagram *Ads*. Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode studi literatur dan metode survei terhadap audiens dengan rentang usia 18-25 tahun. Hasil dari penelitian ini, yaitu komik yang dilihat sebagai media penghibur efektif digunakan untuk menyampaikan informasi yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan oleh ilustrator mengenai kehidupannya, serta penggunaan Instagram efektif sebagai *platform* mengunggah komik digital.

Kata Kunci: Komik, Ilustrator, Media Informatif, Instagram, Media Sosial

PENDAHULUAN

Setiap pelaku di dunia industri kreatif dituntut untuk selalu aktif menciptakan solusi bagi persoalan yang dihadapi masyarakat menggunakan cara-cara yang

kreatif ataupun inovatif, tetapi tetap efektif dan efisien, seperti dalam memberikan informasi. Para desainer tersebut umumnya menggunakan keahliannya dalam komunikasi visual sebagai senjata andalan mereka untuk dalam menjawab persoalan yang ada, dan salah satu pelaku yang disebut desainer ini adalah ilustrator. Komunikasi visual sendiri sesuai dengan istilahnya, menggunakan unsur dasar visual sebagai elemen utama dalam penyampaian pesan kepada masyarakat luas. Unsur dasar visual berarti segala sesuatu yang dapat dilihat dan berfungsi sebagai unsur yang memiliki arti atau makna dalam mengungkapkan pesan tersebut (Waluyanto, 2005).

Sama halnya dengan tuntutan kreativitas, teknologi yang semakin berkembang pun ada untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, di zaman yang serba canggih sekarang, tidak mengherankan suatu informasi dapat tersampaikan secara praktis dan cepat dalam ranah publik. Hal ini pun didukung dengan adanya internet dan penggunaan media sosial yang semakin meningkat setiap tahunnya, di mana juga merupakan dampak pandemi dan salah satu kebiasaan baru yang timbul di masyarakat. Dilansir dari Hootsuite (*We are Social*) mengenai laporan tren internet dan sosial media, pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat dari pengamatan sejak tahun 2014 hingga 2022, dengan jumlah sekitar 191 juta jiwa di tahun 2022. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 12,6% dari jumlah pengguna di tahun 2021 yang mencapai sekitar 170 juta jiwa.

Melihat adanya peningkatan pengguna media sosial ini dapat dimanfaatkan oleh ilustrator sebagai media komunikasi kreatif mereka, serta berpotensi besar untuk terus ditelusuri dan dikembangkan. Hal seperti penyampaian informasi pun dapat dilakukan melalui berbagai cara dan salah satunya adalah media yang menghibur, seperti komik digital. Setara dengan suatu pembelajaran, penerimaan informasi akan lebih diminati jika proses dilakukan dengan cara yang menyenangkan dan dapat dinikmati, tetapi juga memiliki makna. Komik merupakan media yang sederhana karena dapat memuat pesan secara lebih ringkas melalui bentuk cerita, sehingga berpotensi menjadi alternatif media informasi, terutama bagi ilustrator.

Melalui penelitian ini, adapun tujuannya untuk mengetahui validasi komik digital pada media sosial dengan menganalisis apakah komik yang sering dilihat sebagai media yang menghibur juga sebenarnya dapat digunakan sebagai media informatif, beserta preferensi target utama publikasi komik yakni kalangan usia 18-25 tahun terhadap tipe komik digital ataupun tercetak. Selain itu juga dengan observasi *platform* digital seperti Instagram masih dapat digunakan sebagai media publikasi komik.

KAJIAN TEORI

Teori Komik

Secara visual, komik merupakan suatu cerita bergambar yang dipetakan melalui panel yang saling berlanjut. Namun, Scott McCloud menjabarkan bahwa dalam pengaplikasian komik sesungguhnya tidak terbatas pada penuangan ide ke sebuah lembar kosong, panel-panel yang digunakan tidak selalu berbentuk kotak

atau bahkan tidak menggunakan panel, serta urutan baca tidak selalu dari kiri ke kanan dan atau dari atas ke bawah. Komik dikatakan berhasil jika ceritanya mampu dipahami maknanya dan setiap elemen serta kejadian sampai akhir cerita dapat diikuti oleh pembacanya.

Prinsip Pemilihan Media

Umumnya, terdapat beberapa pertimbangan yang wajib diperhatikan dalam pemilihan suatu media agar tepat sasaran pada audiens yang dituju. Pada ranah pendidikan, pemilihan media belajar memiliki beberapa kriteria umum (Susilana, 2009:74) di mana beberapa hal di antaranya tersebut dapat diimplementasikan dalam pemilihan *platform* untuk publikasi komik digital. Kriteria tersebut dirumuskan dalam satu kata ACTION, yaitu *Access*, pentingnya ketersediaan, kemudahan, dan daya pemanfaatan media oleh penggunaannya. *Cost*, perlunya perhatian terhadap ketersediaan anggaran pembuatan atau penggunaan. *Technology*, pemilihan media disesuaikan dengan ketersediaan teknologi yang ada. *Interactivity*, jika suatu media dapat menimbulkan suatu interaktivitas antar penggunaannya adalah salah satu tanda bahwa media tersebut baik untuk digunakan. *Organization*, perlu adanya dukungan dari organisasi/komunitas tertentu dalam keberlangsungan penyampaian informasi. Terakhir, *Novelty*, media yang lebih baru biasanya lebih menarik bagi audiens, bahkan kemungkinan lebih baik untuk digunakan, sehingga kebaruan media menjadi suatu bahan pertimbangan.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel jurnal ini berupa studi literatur terhadap berbagai artikel jurnal. Sumber-sumber referensi yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang pandangan komik sebagai media menghibur, sejarah komik sendiri sebagai media penyampai informasi, serta penggunaan media sosial di Indonesia. Artikel jurnal pun menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan dilakukannya survei terhadap audiens dengan rentang usia 18-25 tahun di mana *form* disebarluaskan pada media digital. Data dikumpulkan guna observasi terhadap preferensi masyarakat berusia 18-25 tahun terhadap komik digital dan tercetak beserta alasannya, juga kalangan *gender* yang membaca komik tersebut.

PEMBAHASAN

Umumnya, komik diartikan sebagai cerita bergambar yang menghibur. Menurut KBBI (2008), komik didefinisikan sebagai cerita bergambar (di majalah, surat kabar, atau berbentuk buku) yang umumnya mudah dicerna dan lucu. Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, komik adalah suatu bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan memerankan suatu cerita dalam urutan yang erat dihubungkan dengan gambar untuk memberikan hiburan kepada para pembacanya (Listiyani & Widayati, 2012:80). Kesan bahwa komik menghibur dan menyenangkan telah melekat semenjak tahun 1980an, yaitu masa awal kemunculan komik sendiri. Berdasarkan pernyataan Will Eisner dalam buku *Graphic Storytelling and Visual Narrative* (Affeldt et al., 2018) didefinisikan bahwa komik adalah kumpulan gambar dan balon kata yang berurutan dalam bentuk sebuah buku. Namun, sebenarnya komik lebih dari pengertian tersebut. Menurut opini Scott McCloud (2001) komik

dapat mempunyai makna gambar-gambar serta lambang lain yang jukstaposisi dalam urutan tertentu, bertujuan untuk menyampaikan informasi dan/atau meraih tanggapan estetis dari pembaca. Komik adalah salah satu bentuk media komunikasi visual yang memiliki kekuatan untuk menyampaikan informasi dan mudah dimengerti. Komik memadukan elemen gambar dan teks yang dirangkai dalam bentuk alur cerita, sehingga memungkinkan informasi lebih mudah untuk ditangkap dan diingat.

Melihat kembali ke sejarah perkembangannya, komik bahkan digunakan sebagai media periklanan dan selang beberapa waktu, komik menjadi salah satu media terbaik bagi para penjual untuk memasarkan produk mereka. Fungsi komik pun mulai berkembang seiring berjalannya zaman untuk beradaptasi dengan situasi. Misalnya, pada tahun 90-an dan 2000-an Amerika mencoba menanggulangi isu narkoba di kalangan anak muda, sehingga dapat ditemukan maraknya iklan antinarkoba di sebagian besar judul komik ternama, seperti *Marvel* memasukkan petisi antinarkoba dalam cerita komik *Spider-Man*. Contoh lainnya adalah penggunaan komik sebagai media kampanye Presiden 2014 di Indonesia.

Daya Tangkap Masyarakat terhadap Komik tentang Kehidupan Ilustrator

Untuk permasalahan kekinian juga kegunaan komik sebagai media informatif dirasa efektif dan hal tersebut dapat dilihat melalui kuisioner yang telah dilakukan. Seorang ilustrator membuat beberapa halaman komik mengenai pengalaman yang pernah dialami diri sendiri dan atau ilustrator lain sebagai *prototype*. Melalui salah satu contoh halaman, para responden diminta untuk memberikan pendapat mereka mengenai situasi yang terjadi dalam komik yang menceritakan bagaimana seorang ilustrator merasa malu melihat gambar-gambar lamanya. Jawaban yang didapat cukup variatif, tetapi paling banyak menjawab dengan karakter melihat gambar lamanya dan merasa *cringe*, sehingga tidak ingin menunjukkannya kepada karakter lain, dan bahwa karakter sekarang memiliki gambar yang lebih baik. Dengan ini, pesan yang ingin disampaikan bisa dikatakan dapat ditangkap oleh pembacanya. Para audiens yang berasal dari kalangan ilustrator secara luas pun menyatakan bahwa konten komik yang telah dibuat, dirasa sangat *relatable* karena kejadian-kejadian dalam cerita pernah atau bahkan sering terjadi dalam perjalanan karirnya. Maka dari itu, komik ini dapat mewakili kehidupan ilustrator di dunia.



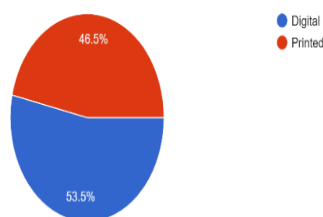
Gambar 1 Contoh Komik. (Sumber: Wu, 2022)

Tidak melupakan faktor hiburan dari komik, dari segi cerita, beberapa di antaranya memuat masalah/*struggle* ilustrator yang terbilang konyol. Selain itu, dari penggambaran visualnya yang luwes dan ekspresif menjadi poin tambahan untuk membuat para pembaca dapat menangkap perasaan karakter dalam tiap halaman dan menikmati cerita sebagai sesuatu yang menyenangkan.

Respon terhadap Komik di Indonesia

Sebuah survei dilakukan terhadap 43 peminat komik di Indonesia dalam rentang usia 18-25 tahun secara acak untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap komik digital dan tercetak. Melalui survei, didapatkan bahwa peminat komik didominasi oleh kalangan perempuan, yaitu 35 responden atau setara dengan 81,4% dari keseluruhan.

Do you prefer reading digitalized or printed comic/manga/manhwa?
43 responses



Gambar 2 Hasil Survei Preferensi terhadap Komik Digital atau Cetak. (Sumber: Wu, 2022)

23 responden (53,5%) menyatakan bahwa mereka lebih memilih untuk membaca komik digital, sedangkan komik tercetak mendapatkan 20 suara (46,5%) dari total keseluruhan. Rata-rata alasan yang dinyatakan responden yang lebih menyukai komik digital sama, yaitu karena komik gratis, lebih mudah diakses setiap waktu, tidak memakan tempat, dan lebih efisien. Sedangkan para responden yang lebih menyukai komik tercetak memiliki alasan yang lebih variatif, tetapi rata-rata berpendapat karena membaca buku lebih nyaman untuk mata dan buku komik sekaligus dijadikan sebagai koleksi.

Penggunaan Instagram dalam Keseharian

Instagram mengandalkan foto dan video sebagai media utama, serta memiliki fitur-fitur pengunggahan media seperti Instagram *feeds*, *carousel*, *story*, dan *reels*. Selain itu, juga terdapat fitur berguna dalam mempromosikan akun atau unggahan dari suatu akun agar dapat dilihat khalayak lebih luas, yakni Instagram *business* dan Instagram *Ads*. Selain itu, sempat disinggung sebelumnya mengenai peningkatan pengguna media sosial setiap tahunnya hingga tahun 2022. Laporan mengenai penggunaan internet dan media sosial dari Hootsuite (*We are Social*) tidak berhenti sampai di sana. Jika diperhatikan kembali data-data yang dilaporkan, sesungguhnya komik digital pada media sosial memiliki peluang sangat besar terutama untuk mencapai kalangan usia dewasa muda karena pengguna dari kalangan tersebut berjumlah cukup tinggi. Instagram juga menduduki peringkat kedua sebagai *platform* yang paling sering digunakan, di mana mencapai 84,8%

dari total keseluruhan pengguna media sosial. Dari data yang dijabarkan, Instagram adalah *platform* yang baik untuk publikasi karya komik.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa memang komik secara umum dipandang oleh publik sebagai sebuah media yang menghibur, tetapi saat dimanfaatkan sebagai media informasi akan sangat berguna dan efektif. Melalui contoh-contoh komik tentang kehidupan ilustrator, tanggapan yang datang dari audiens kalangan ilustrator adalah merasa *relate* terhadap kejadian-kejadian dalam cerita, sehingga komik dapat mewakili tema yang diangkat. Peminat komik digital dan tercetak dari kalangan usia 18-25 tahun di Indonesia rupanya hampir seimbang dengan peminat komik digital karena. Kebanyakan peminat tersebut berasal dari kalangan perempuan. Pengguna media sosial yang sesuai dengan usia peminat komik terus meningkat setiap tahunnya dan kedudukan Instagram yang masih unggul sebagai *platform* dengan frekuensi penggunaan yang tinggi, sehingga pemanfaatan Instagram beserta fitur-fitur yang disediakan sebagai media utama publikasi komik efektif untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansah, I. & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Eisner, W. (2008). *Graphic Storytelling and Visual Narrative*. Poorhouse Press.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*. Diambil kembali dari DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- McCloud, S. (2001). *Understanding Comics The Invisible Art*. Kitchen Sink Press.
- Mulyati, T., Kusumadewi, R. F., & Ulia, N. (2021). PEMBELAJARAN INTERAKTIF MELALUI MEDIA KOMIK SEBAGAI SOLUSI PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*, 8(1), 28-39.
- Pratiwi, N. S., Nisa, D. A., & Yani, A. R. (2021). Perancangan Komik Online tentang Cara Menggunakan Media Sosial dengan Bijak pada Remaja Usia 15-17 Tahun. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 20(2), 42-49. http://dx.doi.org/10.12962/iptek_desain.v20i2.11591
- Puspananda, D. R. (2022). STUDI LITERATUR: KOMIK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN YANG EFEKTIF. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 9(1), 85-91. <http://dx.doi.org/10.30734/jpe.v9i1.1682>
- Putra, A. A., & Irfandi, F. (2018). IMPLEMENTASI QUICK RESPONSE (QR) CODE PADA APLIKASI PRATINJAU KONTEN KOMIK CETAK. *Jurnal Siliwangi*, 4(2), 104-111.

Susilana, R. & Riyana, C. (2009). *Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*. Bandung: Wicana Prima.

Sutanto, S. M., & Wardaya, M. (2020). THE PARADIGM SHIFT OF COMIC AS STORYTELLING MEDIA. *VCD Journal of Visual Communication Design*, 5(1), 57-70. <https://doi.org/10.37715/vcd.v5i1.2685>

Waluyanto, H. D. (2005). KOMIK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL PEMBELAJARAN. *NIRMANA Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 45-55. <https://doi.org/10.9744/nirmana.7.1>.