

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komik merupakan media ilustrasi yang saat ini dapat ditemui dimanapun karena telah beredar dalam bentuk media digital maupun dalam bentuk cetak. Boneff (1998) menjelaskan komik merupakan karya sastra bergambar dengan tampilan visual gambar dan kata yang disusun dengan bentuk *panel* dengan tujuan mengekspresikan ide dan disampaikan kepada pembaca. Boneff (1998) juga menjelaskan bahwa di Indonesia komik pertama kali muncul pada tahun 1931 dimana kehadiran komik strip pendek mulai dimuat di surat kabar Sin Po, yaitu komik Put On yang diciptakan oleh Kho Wang Gie. Komik strip sendiri merupakan komik pendek yang terdiri dari beberapa panel dan biasanya muncul di surat kabar dan bertema humor serta bergaya kartun atau karikatur (Maharsi, 2011).

Keberadaan komik di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang, sampai akhirnya tahun 2000 hingga 2010-an komik perlahan mulai dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jumlah data terbitan komik di Indonesia. Kepala Bekraf, Triawan Munaf (2018) menjelaskan bahwa industri komik di Indonesia sempat redup, dimana pada 2012 tercatat hanya 1 judul komik yang terbit, namun tercatat pada 2018 sudah ada 1.000 judul komik rilis di *platform* komik daring lokal CIAYO Comics. Hal tersebut tidak terlepas dari media teknologi yang mulai berkembang.

Revolusi teknologi ini selain telah memberi kemudahan untuk seniman dalam membuat karya mereka juga menyebabkan penerbit menemukan cara baru untuk menerbitkan komik mereka. Hal ini mendorong beberapa perusahaan untuk membuat *platform* komik daring. Salah satunya LINE Webtoon yang diluncurkan pada tahun 2015 oleh aplikasi pengolah pesan LINE yang berasal dari Korea. Tahun 2017, LINE Webtoon secara global mendapatkan pendapatan sebesar 7,07 juta dolar Amerika (Bhaskara, 2019). Memasuki tahun 2022, LINE Webtoon telah memiliki 35 juta

pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Dari data tersebut menunjukkan bahwa secara pasar global LINE Webtoon akan terus meningkat tajam.

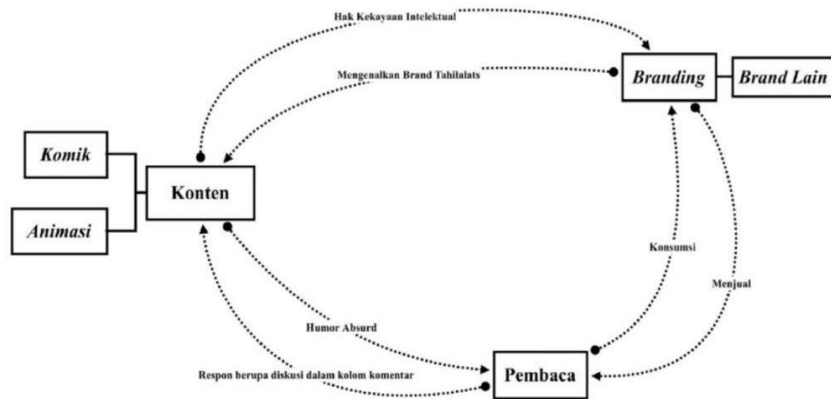
Asosiasi Komik Seluruh Indonesia (AKSI) juga mencatat ada 13 juta orang yang membaca komik di Indonesia setiap harinya. Dengan kemudahan akses internet tersebut, tidak hanya munculnya *platform* komik digital saja tetapi komik juga menemukan kemajuannya melalui publikasi digital pada *platform* media sosial. Hal ini didukung dengan jumlah data pengguna internet di Indonesia, dimana menurut data dari We Are Social Indonesia (2021), pengguna yang aktif dalam media sosial di Indonesia sejumlah 170 juta orang (61,8%). Data ini juga menunjukkan bahwa pengguna aktif di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 10 juta orang (6,3%) dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kondisi ini dipengaruhi oleh pandemi di tahun 2020 yang berdampak pada peningkatan pengguna media sosial.

Menurut Ramadhan & Rasuardie (2020) dalam pemanfaatan komik sekarang ini dengan adanya peningkatan pengguna media sosial, maka hasilnya mayoritas aspek produksi komik berubah menjadi lebih efisien. Hal tersebut merupakan sebuah fenomena yang menarik atas dampak positif kemajuan teknologi yang memungkinkan pola kerja industri komik dapat berubah. Format komik strip yang efektif dan praktis akhirnya juga ikut berkembang. Meski banyak gaya gambar yang bermunculan sebagai referensi baru, format komik strip selalu bertahan dari tahun ke tahun. Hingga saat ini format ini mulai menggabungkan keunggulan teknologi media sosial menjadi alternatif bagi komikus untuk mempublikasikan karya mereka.

Pemanfaatan media sosial komik strip dapat memberikan efektivitas berkomunikasi dan memberikan alternatif kegiatan promosi atau pengenalan identitas melalui penggunaan media sosial. Hal tersebut juga didukung dengan banyaknya sejumlah komik strip populer di Indonesia, dimana komik saat ini dinilai sebagai salah satu faktor penting pada industri kreatif lokal, salah satu contohnya adalah komik Tahilalats yang cukup mewakili dari segala aspek perkembangan komik di Indonesia. Komik karya Nurfadli Mursyid tersebut memiliki respon yang besar terhadap pembaca, serta keunggulan Tahilalats dalam segi bisnis dan *branding*. Tahilalats juga sudah

terdaftar menjadi salah satu perusahaan yang menjual IP (*intellectual property*) yang berbasis media sosial.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Rasuardie (2020) dengan studi kasus komik Tahilalats, dalam perkembangannya industri komik media sosial yang menjual saat ini bukan hanya menampilkan konten yang baik, tetapi mencakup tiga aspek penting lainnya, diantaranya konten yang berupa karya komik, hak kekayaan intelektual, serta pembacanya yang saling berhubungan satu sama lain. Ketiga aspek tersebut dapat menjadi penghasilan untuk perusahaan atau seniman komik itu sendiri.



Gambar 1.1 Bagan alur penghasilan karya komik Tahilalats
Sumber : Ramadhan & Rasuardie, 2020

Pemanfaatan komik strip yang sudah disebutkan tersebut juga diterapkan pada studio Sugarnuts Indonesia dalam media promosi identitas visual maskot mereka. Sugarnuts Indonesia merupakan perusahaan studio di bidang desain dan ilustrasi di kota Malang. Penggunaan maskot karakter Argusnuts di studio Sugarnuts Indonesia merupakan bagian dari media promosi untuk memberikan daya tarik dan daya ingat masyarakat terhadap studio Sugarnuts Indonesia. Dalam pengaplikasian maskot tersebut, Sugarnuts menggunakan komik strip dengan cerita keseharian karakter Argus sebagai media pendukung identitas visual dalam menyampaikan informasi ataupun hiburan dengan tujuan membangun ikatan emosional antara konsumen/*netizen* sehingga maskot lebih mudah diingat dan dikenali.

Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang berfokus pada bidang ilustrasi, penulis berkesempatan untuk menjalankan praktik kerja lapangan sebagai *Illustrator* di studio Sugarnuts Indonesia. Penulis ditugaskan untuk membantu dalam pengerjaan jasa ilustrasi media implementatif salah satunya yaitu komik strip. Penulis juga dapat mempelajari hal-hal baru tentang penerapan ilustrasi digital dalam media promosi identitas visual maupun media jasa ilustrasi implementatif. PKL yang dilakukan penulis didampingi dan dibina oleh Bapak Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn, M.Ds selaku dosen program studi DKV Universitas Ma Chung.

1.2. Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan-batasan masalah penulis atau batas tugas yang penulis kerjakan dalam melaksanakan MBKBM: Magang Industri di Sugarnuts Indonesia:

- a) Penulis melakukan kegiatan MBKBM: Magang Industri di Sugarnuts Indonesia selama 1 semester sejak 18 Juli hingga 18 Desember 2022 secara daring.
- b) Penulis diterima sebagai mahasiswa magang pada divisi ilustrasi di studio Sugarnuts Indonesia.
- c) Penulis memenuhi tugas-tugas *brief* berupa membuat komik strip maskot dari studio Sugarnuts Indonesia.
- d) Penulis juga mendapatkan tugas ilustrasi berupa membuat ilustrasi *vector*, aset *card game*, poster dan lain-lain.

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai penulis dari pelaksanaan praktik kerja lapangan di Sugarnuts Indonesia yaitu;

- a) Mahasiswa dapat menerapkan dan mempraktekkan ilmu yang dipelajari selama di Universitas Ma Chung.
- b) Mahasiswa dapat mengembangkan ilmu yang telah dipelajari pada lingkungan industri.
- c) Mahasiswa mendapatkan ilmu non-akademis di lingkup pekerjaan guna meningkatkan kualitas sesuai standar tenaga kerja.

- d) Melaksanakan MBKM: Magang Industri sebagai pemenuhan syarat dari mata kuliah PKL
- e) Memenuhi syarat mata kuliah praktik kerja lapangan (PKL).
- f) Memenuhi syarat kelulusan di Universitas Ma Chung, Malang.

1.3.2 Manfaat

Manfaat yang didapatkan selama MBKM: Magang Industri di Sugarnuts Indonesia yaitu:

- a) Bagi Mahasiswa
 - Memenuhi tugas praktik kerja lapangan MBKM.
 - Memenuhi persyaratan kelulusan Universitas Ma Chung.
 - Mengembangkan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan.
 - Mengetahui standar yang dibutuhkan perusahaan.
- b) Bagi Universitas Ma Chung
 - Memperkenalkan Universitas Ma Chung kepada industri dan masyarakat luas.
 - Meningkatkan hubungan kerjasama antar Universitas Ma Chung dan Sugarnuts Indonesia.
 - Menjadi acuan dan evaluasi Universitas Ma Chung untuk meningkatkan kebutuhan industri.
- c) Bagi Sugarnuts Indonesia
 - Menjalin relasi dengan Universitas Ma Chung melalui mahasiswanya.
 - Membangun hubungan baik dan kerjasama antara Universitas Ma Chung dan perusahaan.