

BAB II

TUJUAN PUSTAKA

Untuk mendukung pembuatan buku komik monumen di Surabaya ini, maka disertakan berbagai teori dan konsep yang relevan, dirancang secara sistematis sehingga pembuatan buku komik ini lebih ilmiah dan kuat.

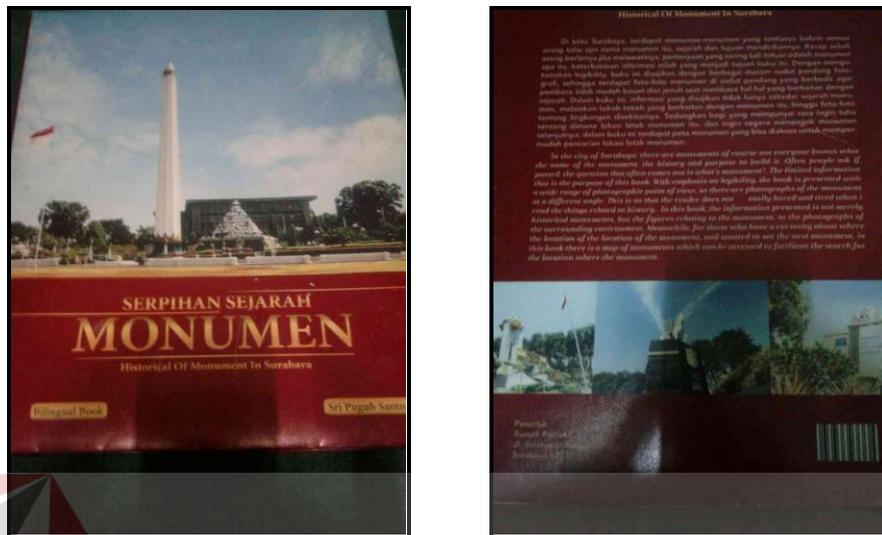
2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian kali ini dilakukan, telah ada beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat objek serupa dengan judul dan hasil yang berbeda.

Penelitian tersebut antara lain:

1. Pembuatan Buku Monumen Bersejarah

Jurnal Penelitian tentang Monumen di Kota Surabaya ini merupakan tugas akhir salah seorang mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer (STIKOM) Surabaya, Sri Puguh Santoso yang berjudul, “Pembuatan Buku Monumen Bersejarah sebagai upaya Pelestarian Cagar Budaya di Kota Surabaya” pada tahun 2012.



Gambar 2.1 Cover Depan & Belakang Buku “Serpihan Sejarah Monumen”
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Buku merupakan salah satu media informasi yang efektif dalam penyampaian informasi, karena media buku dapat berisi informasi secara verbal seperti uraian-uraian secara deskriptif dan visual seperti gambar ilustrasi, fotografi, Peta perjalanan dan table grafik. Seperti buku pada umumnya, Buku “Serpihan Sejarah Monumen” ini berisikan informasi-informasi penting seperti sejarah, peta lokasi, detail monumen juga Foto yang dapat digunakan sebagai penunjang pemahaman informasi. Buku ini lebih menonjolkan sisi visual daripada sisi verbal. Hal ini dikarenakan isi informasi verbal hanya berupa kilasan-kilasan informasi yang berguna untuk menjelaskan foto-foto monumen yang ditampilkan. Sedangkan foto-foto yang ditampilkan lebih dominan, karena menggunakan teknik fotografi jurnalistik yaitu, foto essay dan foto dokumentasi. Teknik pengambilan gambar ini juga dilakukan secara professional karena ingin menampilkan kesan “gagah” dalam gambar monumen yang ditampilkan.



Gambar 2.2 Isi Buku “Serpian Sejarah Monumen”
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2013

Selain itu, buku ini sangat mempertimbangkan segi layout, hal ini didasari oleh perhitungan penulis agar pembaca mudah dalam menerima informasi dan tidak mudah bosan selama membaca buku ini. Namun, buku ini tidak menampilkan monumen-monumen yang berukuran kecil maupun yang sedang. Contohnya, Monumen berbentuk prasasti seperti monumen gedung RRI, monumen Rumah Sakit Simpang (sekarang Delta Plaza), Prasasti Lindeteves, Prasasti Don Boscho dan monumen Alun-alun Contong. Juga, buku ini tidak memberikan sejarah yang detail tentang monumen perjuangan siola (monumen Madun) sehingga informasi yang didapat pembaca tidak lengkap.

Jika di analisis berdasarkan target yang ingin dituju oleh penulis, maka dapat dipastikan kalangan remaja kurang tertarik untuk membaca buku ini. Karena, dibandingkan dengan media buku, remaja saat ini lebih banyak mencari informasi lewat media internet. Ditambah lagi dengan pemilihan warna merah marun tua untuk *cover*, yang kurang cocok untuk menarik perhatian remaja.

Maka, buku ini menjadi kurang efektif bila digunakan untuk mengangkat monumen-monumen yang ada di kota Surabaya bagi perkembangan dan upaya pelestarian monumen sebagai cagar budaya kota Surabaya.

2.2 Pengertian Monumen

Kata monumen berasal dari bahasa latin, “monumental” yang secara harfiah berarti meningkatkan. Kata ini berkembang menjadi , “mnemon”, “mnemonikos” yang dalam bahasa inggris menjadi, “mnemonic” yang artinya sesuatu untuk membantu mengingat. Pengertian monumen dalam arsitektur berarti sifat perancangan tinggi yang dapat dicapai oleh perancang untuk dapat membangkitkan kenangan atau kesan yang mudah terlupakan (Mustopo, 2005: 64). Pada monumen melekat dua hal. Satu, sebuah kenangan kolektif akan sebuah waktu atau sebuah peristiwa. Dua, kekekalan. Kata kolektif mengandung ambiguitas, karena kolektivitas selamanya hegemonik, selalu ada pihak yang memegang control dan ada yang tersisih. Meninjau pengalaman empiris di Indonesia, monumen adalah ekspresi atau kehendak dari pemegang hegemoni untuk menegaskan kekuasaan atau kekuatan dari kekuasaan tersebut.

Karena itu, monumen pertama-tama didirikan untuk menguasai ruang public dalam batas-batas geometris dan geografis yang teraplikasi dalam desain tata ruang kota, tetapi juga ruang yang dialami sehari-hari oleh khalayak, yakni ruang dalam kehidupan sosial mereka.

Jika monumen adalah sebuah upaya untuk melupakan fana, maka di dalam monumen lalu disiratkan nilai-nilai yang setiap saat mampu mengunggah,

mengetuk dan menggetarkan hati nilai-nilai universal yang diyakini oleh hampir semua umat manusia di bumi ini, seperti keberanian, kekuatan, kepahlawanan, keramahan, dan kesopanan. Penanaman nilai-nilai universal tersebut selain untuk mengekalkan kekuasaan, juga sebuah pendekatan persuasif untuk menghimpun kolektivitas (Armand dalam Santoso, 2012:11).

2.3 Sejarah Surabaya

Surabaya pada abad ke 15 dan 16 merupakan daerah yang bersifat kesultanan dan memiliki kekuatan politik dan militer yang disegani di daerah timur pulau Jawa, hingga akhirnya jatuh ke dalam kekuasaan Sultan Agung, Pemimpin Kesultanan Mataram, pada tahun 1625. Kekuasaan Sultan Agung berakhir saat tentara Kolonial Belanda masuk ke Indonesia dan menjadikan Surabaya sebagai pusat perdagangan dan pelabuhan terbesar saat itu, saat ini dikenal sebagai Tanjung Perak. Kemudian, pada Tahun 1942, Surabaya direbut dari tangan Kolonial Belanda oleh Jepang. Pemerintahan Jepang bertahan sampai berakhirnya Perang Dunia kedua yang dimenangkan tentara sekutu. Hal ini membuat Belanda ingin merebut kembali Indonesia dari tangan Jepang. Namun para pejuang Surabaya tidak tinggal diam dan berusaha mempertahankan daerah Surabaya dari tentara kolonial Belanda.

Pertempuran ini menjadi titik penting dalam sejarah revolusi Indonesia, dimana dimulai dengan tewasnya Brigadir Jendral Mallaby pada 30 Oktober 1945 di daerah Jembatan Merah. Ultimatumpun diberikan oleh tentara sekutu kepada para pejuang saat itu, namun arek-arek Suroboyo menolaknya mentah-mentah.

Sehingga tumpahlah pertempuran sengit yang terjadi pada 10 November 1945 yang sampai sekarang diperingati sebagai Hari Pahlawan Nasional (Santoso,2012:1).

Kota yang memiliki lambang Soera dan Baia ini adalah kota metropolitan dan kota terbesar nomor 2 (dua) setelah Ibukota Jakarta. Menurut (Widodo,2004 : 65-66), pengertian lambang Surabaya ini adalah sebuah tanda, bisa berupa lukisan, lencana atau kata dan mengandung makna tertentu. Mitos yang beredar di masyarakat lokal mengenai asal-usul nama Surabaya adalah cerita perseteruan antara 2 hewan, Sura (Hiu putih) dan Baya (buaya), yang memperebutkan lahan sandang pangan. Perseteruan ini terjadi di sebuah sungai yang kini dikenal sebagai Kali Mas. Akibat perseteruan ini, air di Kali Mas menjadi merah oleh darah kedua binatang tersebut. Untuk mengenang pertempuran sengit itu, dibangunlah sebuah jembatan yang dinamai Jembatan Merah saat ini. Perwujudan lambang Kota Surabaya ini dapat kita temui di depan Kebun Binatang Surabaya (KBS). Lambang kota Surabaya ini juga menggambarkan keberanian arek-arek Suroboyo dalam menghadapi tantangan.

2.3.1 Monumen di Kota Surabaya

Berdasarkan hasil observasi dan data yang didapat lewat buku *Surabaya Tourism Information Center*, monumen-monumen yang terdapat di Kota Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Monumen Tugu Pahlawan
2. Monumen Jalas Vevas jaya Mahe
3. Monumen Kapal Selam

4. Monumen Gubernur Suryo
5. Monumen Pangeran Diponegoro
6. Monumen Jendral Sudirman
7. Monumen Bambu Runcing
8. Monumen Ronggolawe
9. Monumen Mayangkara
10. Monumen Wira Surya
11. Monumen bahari
12. Monumen Matosin
13. Monumen Madun
14. Monumen Mulyosari
15. Monumen Kombes M. Duriyat
16. Monumen Alun-alun Contong
17. Monumen Resolusi Jihad

Ke- 17 Monumen ini berkaitan dengan kejadian perang 10 November 1945.

2.4 Kajian Buku

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangun watak . Jutaan Buku agama atau kitab suci, dari masa ke masa, yang telah menjadi pegangan manusia dalam menjalani hidupnya, telah membentuk cara pandang manusia terhadap kehidupannya, memantapkannya dengan jalan yang telah ditempuhnya, mengubah apa yang telah diyakininya, menjadikannya kian tabah

dan yakin atas perjuangannya, dan seterusnya. Semua itu memiliki implikasi yang tidak kecil dan bahkan mampu mengubah sejarah satu bangsa – dan dunia.

Singkatnya, buku mempunyai peran yang tidak kecil dalam mendorong perkembangan sosial, budaya, teknologi, politik dan ekonomi. (muktiono, 2003:4-5). Buku dapat dijadikan pula sebagai sarana informasi untuk memahami sesuatu dengan mudah. Dalam masyarakat, buku untuk anak-anak umumnya adalah buku bergambar, karena anak-anak lebih mudah memahami buku tersebut dengan banyak gambar dari pada tulisan, sedangkan orang dewasa lebih fleksibel untuk memahami apa yang ada pada buku walaupun tanpa gambar sekalipun (Muktiono, 2003:76).

Pemanfaatan buku sebagai media informasi sudah sangat umum. Sebagaimana yang dikutip dari eniklopedia bebas (www.wikipedia.org), jenis-jenis buku antara lain :

1. Buku Fiksi

Jenis buku ini merupakan salah satu jenis buku yang paling banyak diterbitkan didunia. Adapun kisah dibalik cerita adalah sebuah fiksi / tidak berdasarkan kehidupan nyata. Contoh dari buku fiksi adalah : Novel, novel grafis ataupun komik.

2. Buku Non Fiksi

Dalam kepustakaan jenis-jenis buku non fisik banyak digunakan sebagai buku-buku referensi ataupun juga ensiklopedia. Adapun beberapa jenis buku non fiksi antara lain adalah : buku sekolah, buku jurnalistik, atlas, album, laporan tahunan, dan sebagainya.

Sehingga berdasarkan pernyataan diatas, buku ini adalah salah satu buku non fiksi, karena buku non fiksi digunakan sebagai buku referensi, dimana sifat dari pembuatan buku ini adalah sebagai buku referensi, yang menyuguhkan informasi monumen-monumen bersejarah yang ada di kota Surabaya.

2.5 Struktur Buku

1. Cover

Merupakan bagian terpenting pada perwajahan buku karena bagian ini harus dapat mengundang perhatian pembeli untuk tertarik membeli suatu buku. Bagian ini dibagi menjadi:

a. Front Cover (Cover Depan)

Berisikan Nama Pengarang, Nama Editor, Nomor Edisi, dan Judul Buku. Front Cover biasanya memuat fotografi atau ilustrasi yang mencerminkan buku tersebut.

b. Back Cover (Cover Belakang)

Biasanya memuat foto pengarang dan juga mandatoris seperti quotes ataupun barcode dan juga logo penerbit. Berbicara tentang cover, judul buku akan di letakkan di cover depan, judul merupakan bagian terpenting dari sebuah buku, karena melalui judul inilah, pembaca akan memutuskan untuk terus melihat dan membaca semua pesan ataukah akan mengalihkan perhatiannya.

2. Halaman Pengantar Buku

a. Halaman Judul (halaman ii)

Halaman ini berisi judul buku, naman pengarang, dan juga penerbit.

b. Halaman Dedikasi (halaman iii)

Halaman ini berisi judul buku, nama pengarang, dan juga penerbit.

3. Halaman Pra Kata

Berisikan tentang kata pengantar yang dibuat oleh editor, ataupun orang yang mempunyai hubungan dengan pengarang dalam pembuatan buku.

4. Daftar Isi

Merupakan halaman penting dalam penulisan buku non fiksi, dikarenakan akan memuat isi-isi setiap halamannya.

5. Kata Pengantar

Berisikan kata pengantar oleh pengarang yang ditujukan kepada pembaca.

6. Halaman Persembahan

Berisikan ucapan syukur ataupun terimakasih pengarang kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian buku ini.

7. Halaman Isi

a. Pendahuluan

Dalam penulisan buku non fiksi pada halaman ini yang dijelaskan pertama kali adalah pendahuluan yang tertuju ke topik.

b. Kesimpulan

Merupakan kesimpulan dari seluruh isi buku.

c. Tentang Pengarang

Berisikan Biodata Penulis, Riwayat Hidup, serta pas foto penulis.

2.6 Pengertian Komik

Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Biasanya, komik dicetak di atas kertas dan dilengkapi dengan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam koran, dimuat dalam majalah, hingga berbentuk buku tersendiri.

1. Posisi komik di dalam seni rupa

Komik menurut Laccasin (1971) dan koleganya dinobatkan sebagai seni kesembilan. Walaupun sesungguhnya ini hanya sebuah simbolisasi penerimaan komik ke dalam ruang wacana seni rupa. Bukanlah hal yang dianggap penting siapa atau apa saja seni yang kesatu sampai kedelapan.

Menurut sejarahnya sekitar tahun 1920-an, Ricciotto Canudo pendiri Club *DES Amis du SeptiÈme Art*, salah satu klub sinema Paris yang awal, seorang teoritikus film dan penyair dari Italia inilah yang mengutarakan urutan 7 kesenian di salah satu penerbitan klub tersebut tahun 1923-an. Kemudian pada tahun 1964 Claude Beylie menambahkan televisi sebagai yang kedelapan, dan komik berada tepat dibawahnya, seni kesembilan.

Pada tahun 1996, Will Eisner menerbitkan buku *Graphic Storytelling*, di mana ia mendefinisikan komik sebagai "tatanan gambar dan balon kata yang berurutan, dalam sebuah buku komik." Sebelumnya, di tahun 1986, dalam buku *Comics and Sequential Art*, Eisner mendefinisikan teknis dan struktur komik

sebagai sequential art, "susunan gambar dan kata-kata untuk menceritakan sesuatu atau mendramatisasi suatu ide".

Dalam buku *Understanding Comics* (1993) Scott McCloud mendefinisikan seni sekuensial dan komik sebagai

“juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/or to produce an aesthetic response in the viewer.”

“Rangkaian gambar yang disusun secara berurutan, bertujuan menyampaikan pesan dan informasi dan/atau memberikan kesan estetik terhadap pembaca”

Untuk lingkup Nusantara, seorang penyair dari semenanjung Melayu (sekarang Malaysia) Harun Amniurashid (1952) pernah menyebut 'cerita bergambar' sebagai rujukan istilah cartoons dalam bahasa Inggris. Di Indonesia terdapat sebutan tersendiri untuk komik seperti diungkapkan oleh pengamat budaya Arswendo Atmowiloto (1986) yaitu cerita gambar atau disingkat menjadi cergam yang dicetuskan oleh seorang komikus Medan bernama Zam Nuldyn sekitar tahun 1970. Sementara itu Seno Gumira Ajidarma (2002), jurnalis dan pengamat komik, mengemukakan bahwa komikus Teguh Santosa dalam komik *Mat Romeo* (1971) pernah mengiklankan karya mereka dengan kata-kata "disajikan setjara filmis dan kolosal" yang sangat relevan dengan novel bergambar.

2. Sejarah Komik di Indonesia

Marcell Bonnef, seorang pria berkebangsaan Perancis menjelaskan sejarah perkembangan komik di Indonesia dalam bukunya yang berjudul *Komik Indonesia*. Dalam buku yang diterjemahkan dari bahasa Perancis menjadi bahasa

Indonesia oleh Rahayu S. Hidayat tersebut menjelaskan sejarah komik di Indonesia sudah dimulai pada zaman pembuatan relief-relief di Candi Borobudur dan Candi Prambanan. Relief-relief ini merupakan bentuk awal komik yang pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu menyampaikan pesan atau sebuah cerita. Menurut Bonnef, relief di Candi Borobudur ini sendiri mengisahkan tentang perjalanan Sang Buudha Gautama mencapai kesempurnaan, setelah terbebas dari hawa nafsu dan lepas dari urusan duniawi.

Berbeda dengan relief yang terpatat di Candi Borobudur, relief yang terdapat pada tembok Candi Prambanan mengisahkan tentang mitos Ramayana. Epos besar ini berasal dari mitologi India yang diperkaya dengan unsur-unsur lokal. Kisah mitos tersebut merupakan dasar peradaban Jawa yang sangat dipengaruhi oleh budaya Hindu, budaya Islam dan lama kemudian budaya Barat. Misalnya, lakon di dalam wayang menggali unsur-unsurnya dari sumber mite keagamaan dan legenda Jawa sebelum Islamisasi. Cerita Ramayana ini juga di abadikan dalam bentuk perwayangan, terutama seni wayang kulit.

Kesenian wayang kulit ini juga merupakan aspek penting dalam perkembangan komik di nusantara. Wayang kulit yang juga mempunyai fungsi menyampaikan pesan lewat cerita yang di pimpin oleh seorang *dalang*. Dalang mempersiapkan banyak tokoh untuk sebuah pementasan sesuai dengan kebutuhan cerita (beberapa tokoh sering ditampilkan). Seorang *dalang* harus memiliki bakat dalam berbagai bidang seni drama, seni suara, musik, pencitraan dan animasi. Dalam hal pencitraan, seorang dalang harus mampu mencitrakan sekian banyak tokoh yang hanya berbentuk 2 dimensi tersebut sesuai dengan karakteristik tokoh

itu sendiri. Dari mulai membedakan suara seorang tokoh kesatria, punakawan, sampai tokoh seorang raja besar. Biasanya, *dalang* akan menyusun tokoh-tokoh tersebut dengan urutan kasta Raja akan berada lebih tinggi dibanding dengan bawahannya. Tokoh yang mempunyai karakter baik akan ditempatkan di sebelah kanan *dalang* sedangkan tokoh yang mempunyai karakter buruk akan ditempatkan di sebelah kiri. Citra ini sendiri sudah cukup terbaca meskipun tidak sekaya citra yang dibuat oleh gambar, mengingat pertunjukan wayang yang selalu menyuguhkan visual berupa siluet-siluet dari tokoh-tokohnya. Namun, bakat animator *dalang*-lah yang membuat pencitraan itu menjadi seolah seperti komik.

Komik dalam bentuk saat ini (gambar dalam panel yang tersusun dengan balon kata), mulai merasuki masyarakat Indonesia sejak munculnya surat kabar besar, *Sin Po*, sebuah media komunikasi Cina peranakan yang berbahasa Melayu. Di Koran inilah komik pertama kali dimuat dan diedarkan kepada masyarakat. Sebuah komik berjudul *Put On* yang mengambil dari nama karakter utamanya selalu muncul di Koran tersebut setiap hari Jumat atau Sabtu. Komik ini termasuk komik yang populer di masa itu. Beberapa komik buatan anak negeri pun mulai bermunculan setelah masa komik *Put On* habis. Namun, setelah proklamasi kemerdekaan dikumandangkan, banyak dari komikus-komikus nasional yang pada akhirnya berhenti membuat komik dikarenakan sulitnya pasokan kertas. Meskipun pada awal tahun 50-an, salah seorang yang dianggap sebagai pelopor komik Indonesia, Abdussalam, terus memasok komiknya setiap minggu ke harian *Kedaulatan Rakjat* yang terbit di Jogjakarta. Komiknya itu berkisah tentang kepahlawanan orang-orang yang telah membebaskan kota itu dari Belanda (*Kisah*

Pendudukan Jogja) dan pemberontakan Pangeran Diponegoro, arketipe pahlawan patriotis yang mengawali kisah kepahlawanan bangsa muda yang berhasil menang melawan kolonialisme.

Meskipun komik tersebut cukup laku keras sampai dimuat pula oleh harian *Pikiran Rakjat* di Bandung, tapi tidak berhasil menahan serbuan komik-komik Amerika dalam media massa Indonesia. Karya komik seperti, *Tarzan*, *Rip Kirby*, *Phantom*, *Jhonny Hazard*, dan lain lain berhasil memikat hati masyarakat Indonesia. Untuk mengimbangi pengaruh dari *Tarzan* dan gempuran komik-komik dari Amerika tersebut, atau mungkin juga untuk memuaskan selera pembaca, yang sebagian besar keturunan Cina, mingguan kelompok Keng Po, *Star Weekly*, menyajikan petualangan llegendaria *Sie Djin Koei* (Hsuehh Jen-Kuei). Kisah Seorang jenderal dan pendekar yang hidup di masa kaisar Toay Cung (627-649). Komik ini juga berhasil mengalahkan kepopuleran *Flash Gordon* dan superhero lainnya. Hal ini juga sebagai bukti bahwa komik-komik pengaruh Barat bukan tanpa kelemahan, dan dunia Asia (dalam hal ini Cina dan Indonesia) mampu menjadi sumber ilham bagi komikus.

Pada tahun 1954, komikus-komikus muda seperti, Kosasih (dengan karakter *Sri Asih*), yang saat ini juga disebut sebagai bapak Komik Indonesia, juga karakter-karakter seperti Gundala, Kapten Komet, Puteri Bintang dan Garuda Putih mulai menyemarakkan dunia komik di Indonesia. Meskipun pada awalnya para komikus muda Indonesia ini menyadur, bahkan boleh dibilang meniru, gaya komik Barat dari segi penciptaan karakter sampai kepada pembuatan jalan cerita, namun komik-komik bernuansa superhero ini mulai marak dibicarakan dan

disukai oleh masyarakat. Keberhasilan komik-komik ini tidak lama berlangsung. Pada tahun itu pula, kalangan pendidik mulai merasa bahwa komik adalah sebuah ancaman, dan mulai mengecam kehadirannya karena dianggap sebagai ancaman. Para pendidik sempat berpikir untuk menghentikan penerbitan komik untuk selamanya. Namun, beberapa penerbit mulai bereaksi dengan memberikan orientasi baru kepada komik Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, maka antara tahun 1954 dan 1955, terbitlah komik bernuansa wayang, “*Lahirnya Gatotkaca*” yang lebih menggali potensi Indonesia dan menegaskan kepribadian nasionalisme.

Komik wayang mulai populer sejak saat itu. Pada tahun 1960, komik wayang menjadi sebuah identitas komik Indonesia. Hal ini berlangsung sampai 1 dekade, 1960-1968. Pada tahun 1968, peminat komik wayang mulai menurun, hal ini disebabkan oleh mulai banyaknya komikus-komikus yang meniru keberhasilan Kosasih dengan komik Gatotkaca-nya. Komikus lain yang mencoba meniru maupun menyadur, dengan hanya merubah jalan cerita namun tidak dalam penokohan, mulai marak dan memperluas dunia perwayangan. Tidak sampai disitu saja, komik-komik tentang perjuangan juga mulai merebak kembali sekita tahun 1968-1971.

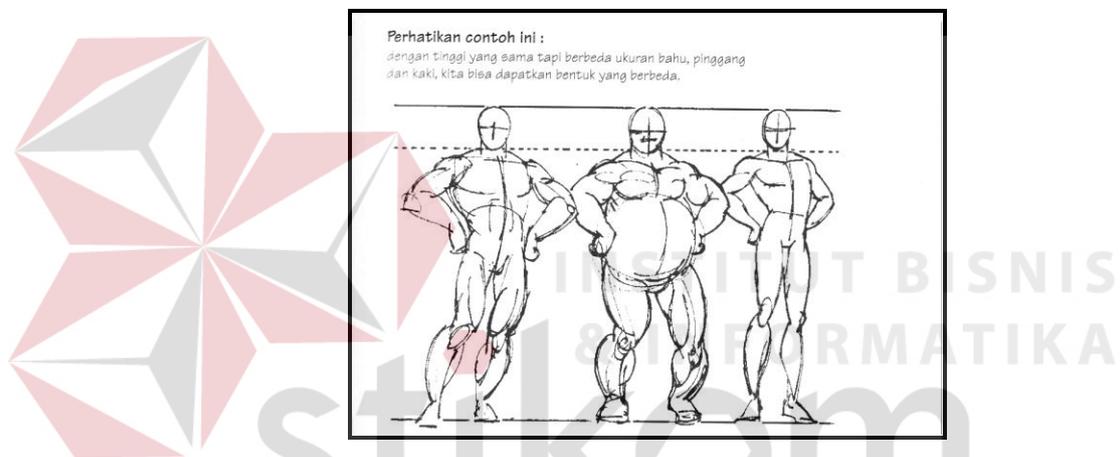
Saat ini, komikus-komikus Indonesia lebih bebas untuk menerbitkan komik dengan tema-tema humor atas kejadian sehari-hari. Banyak dijumpai komik-komik yang menceritakan tentang kelucuan seseorang dengan profesinya sehari-hari. Karakter-karakter yang diciptakan pun mulai mencirikan “orang Indonesia” meskipun lebih banyak bergaya karikatur.

Sebuah komik mempunyai standarisasi tersendiri dalam penciptaannya.

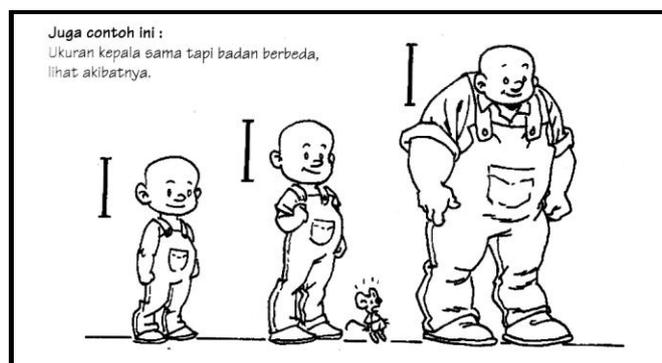
Secara umum, sebuah komik memiliki unsure-unsur sebagai berikut :

2.6.1 Proporsi

Proporsi sangat penting dalam pembuatan komik, karena hal ini berkaitan dengan penampilan karakter yang diciptakan. Hal yang paling mendasar dari pengaturan proporsi adalah ukuran tinggi manusia dipengaruhi oleh proporsi kepala.



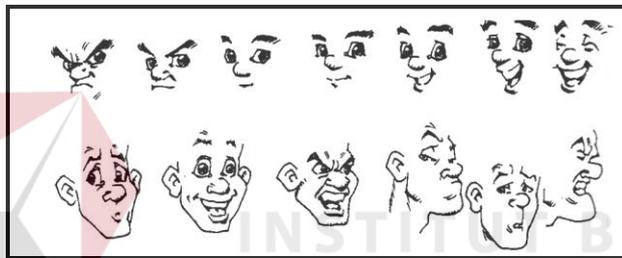
Gambar 2.3 Ukuran Tinggi Proporsi Manusia Dipengaruhi Proporsi Kepala.
Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 17



Gambar 2.4 Proporsi Kepala yang Serupa namun Berbeda Ukuran Tubuh.
Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 17

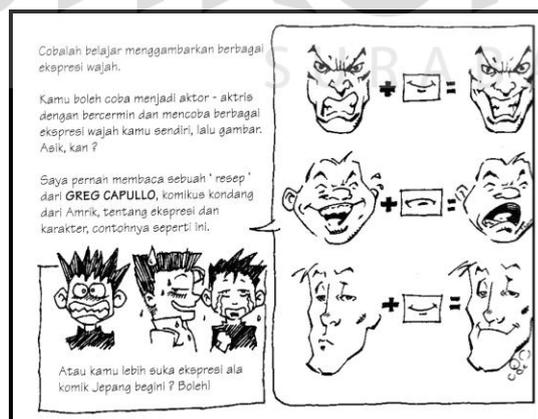
2.6.2 Ekspresi

Ekspresi berperan dalam menyampaikan pesan dan perasaan dari karakter. Jika seorang komikus tidak dapat menggambarkan ekspresi karakter dengan baik, maka perasaan atau emosi dari karakter tidak akan dirasakan oleh pembaca. Namun, ekspresi bukan hanya terletak pada poin wajah saja. Tetapi gesture dari karakter juga berperan untuk mendukung informasi yang ingin disampaikan oleh karakter.



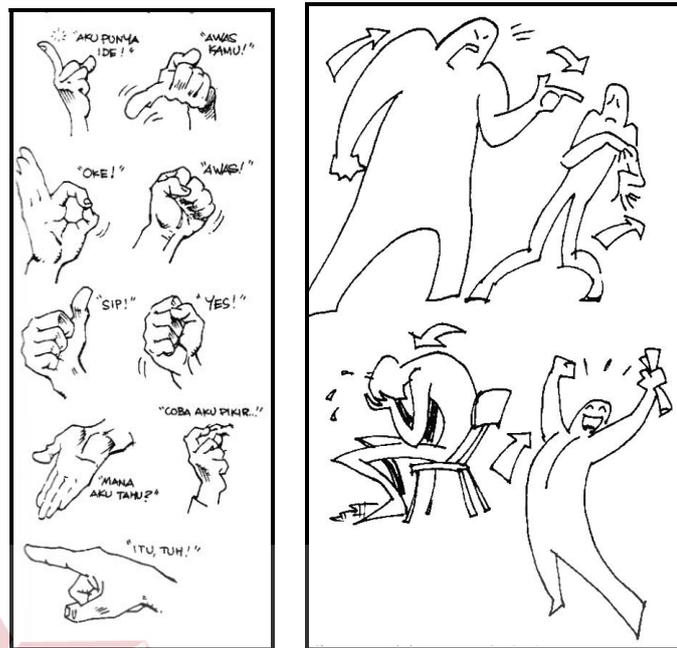
Gambar 2.5 Peran Ekspresi dalam Penyampaian Pesan.

Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 20



Gambar 2.6 Beberapa Contoh Eksplorasi dari Ekspresi.

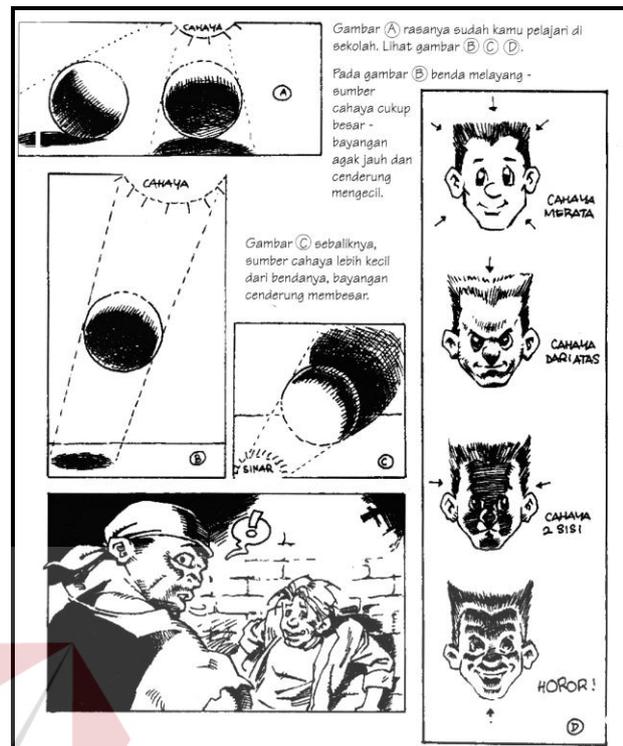
Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 20



Gambar 2.7 Contoh Aplikasi *Gesture* Tubuh dan Tangan dalam Berekspresi.
 Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 21

2.6.3 Bayangan

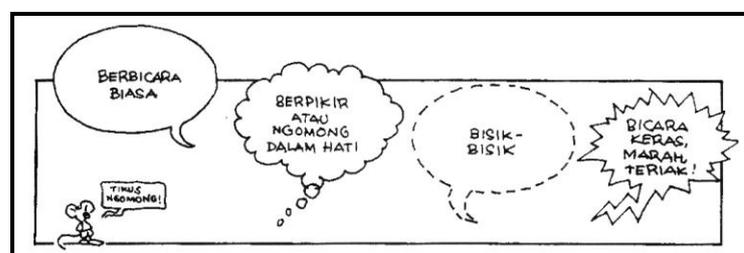
Bayangan / Shadow tidak hanya berperan dalam memberi kesan sebuah gambar itu nampak 3d dan hidup. Tetapi juga berperan dalam pendramatisir jalan cerita yang ada di dalam sebuah komik. Bahkan sebuah bentuk siluet dalam komik, dapat memberikan sebuah informasi / bercerita tanpa adanya bantuan dari balon kata. Dalam aturan shadow/ bayangan juga dikenal istilah *mirror effect*. Efek pantulan cermin yang dapat dihasilkan kaca, kaca mata, bola mata, besi, gelas, jendela dan segala sesuatu yang dapat memantulkan gambar.



Gambar 2.8 Contoh Fungsi Umum Penggunaan Bayangan.
 Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal.24

2.6.4 Balon Kata & Sound Lettering

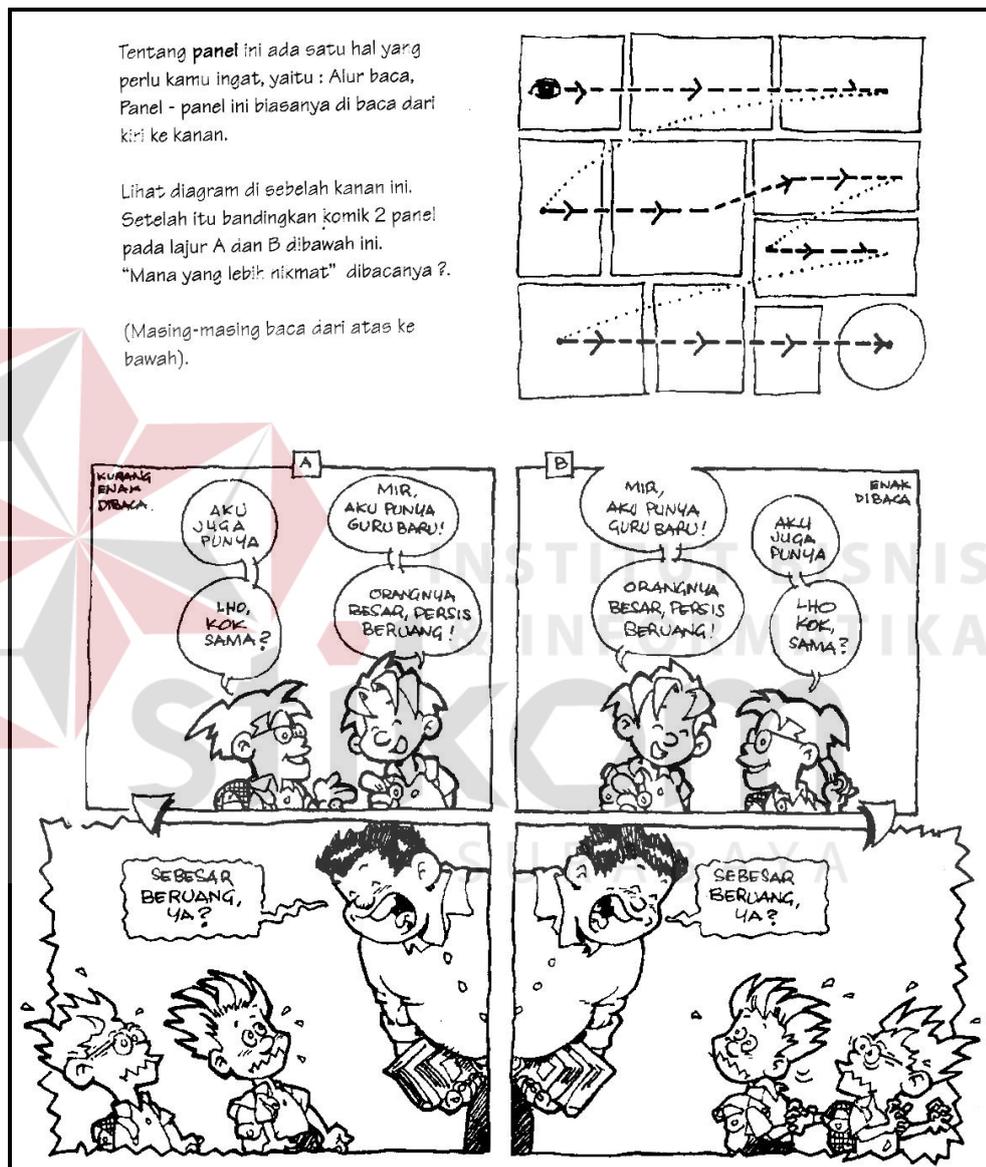
Balon Kata / Balon Ucapan adalah unsur penting di dalam sebuah komik. Terdapat beberapa aturan dasar penggunaan balon kata untuk menyampaikan sebuah percakapan dan ekspresi dari karakter.



Gambar 2.9 Balon kata (*Words Balloon*) dan Kegunaannya Secara Umum.
 Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 26

2. Alur Baca Panel

Alur baca panel-panel memiliki standarisasi dibaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah.



Gambar 2.12 Contoh Aplikasi Penggunaan Panel dan Alur Pembaca Komik.
Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 29

2.6.6 Style / Gaya komik

Style / gaya komik tidak terpacu pada satu aturan, ada berbagai macam style komik di seluruh negara. Tapi, style komik tercipta murni dari sang kreator komik tersebut. Style komik juga dapat berubah-ubah sesuai dengan proses perkembangan sang kreator. Beberapa Style komik yang terkenal seperti, manga, realis, minimalis dan amerika.



Gambar 2.13 Contoh Beberapa *Style* Komik.

Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 32

2.6.7 Panel

Panel dalam komik berfungsi sebagai penunjuk ruang dan waktu yang terpisah. Gerakan antar panel mematahkan waktu dan ruang menjadi suatu peristiwa. Bagian-bagian tersebut sebagai satu kesatuan disebut *closure*.

1. Transisi momen ke momen

Befungsi menunjukkan aksi gerak yang lambat. Transisi ini mendamatisir suasana dan meningkatkan ketegangan dengan menangkap perubahan kecil dan menciptakan efek *frame by frame* seperti dalam film.

2. Transisi aksi ke aksi

Tipe paling populer dan efisien. Komikus hanya menggunakan satu momen peraksi, maka setiap panel membantu menggerakkan plot dan alur tetap terjalin.

3. Transisi subyek ke subyek

Untuk menggambarkan alur cerita dengan mengubah sudut pandang namun masih dalam satu adegan atau satu gagasan.

4. Transisi aspek ke aspek

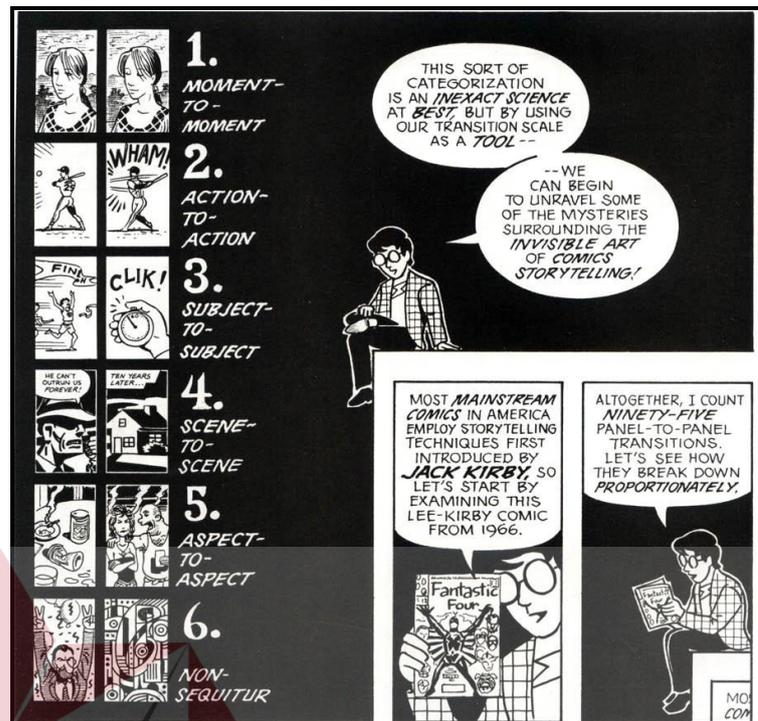
Jenis transisi untuk merangkai sebuah narasi yang masih berada dalam satu rangkaian waktu namun juga menampilkan lompatan situasi.

5. Transisi adegan ke adegan

Peralihan yang membawa kita melintasi ruang dan waktu sambil memberikan jarak dan waktu dalam cerita.

6. Transisi non sequitur

Peralihan ini tidak menunjukkan hubungan yang logis antara panelnya. Biasanya muncul dalam komik eksperimental yang menyajikan potongan-potongan tak masuk akal yang terselip dalam sebuah cerita.



Gambar 2.14 Aplikasi Penggunaan Panel dalam Komik.
 Sumber: Scott McCloud, Understanding Comics, Harper Collin Publisher, USA, Hal. 80.

2.6.8 Pace / Timing

Pace / Timing ikut berperan dalam alur cerita di dalam komik. Pace / Timing adalah teknik membuat jarak, atau langkah dari satu gambar / visual ke gambar berikutnya agar pembaca tetap dapat menikmati cerita dari komik tersebut dan tidak terkesan terlalu cepat.



Gambar 2.15 Aplikasi dari Pace / Timing.

Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 36.

2.6.9 Ide Cerita

Ide cerita dibuat sebelum memulai proses pembuatan komik. Pada dasarnya, ide cerita adalah kerangka awal untuk memulai proses pembuatan komik.

Pada mulanya adalah cerita ide, yang kemudian disusun dalam bentuk "skenario". Di bawah ini saya beri contoh sebuah skenario sederhana. Kamu boleh kembangkan gaya skenario kamu sendiri.

Skenario : CAQ ZATEH - The Wonder Tukang Sate (1halaman)
 Ide Cerita : Sony
 Skenario : Toni M.
 Pensil : Alung
 Tinta : Toni M.

Panel 1
 • Judul cerita di bagian atas.
 • Malam hari, ada bulan, siluet rumah-rumah sebagai latar belakang dan di bagian depan siluet Caq Zateh dengan bakulnya, berjalan dengan lincah.

Panel 2
 • Mas Bejo (MB) dengan baju Jawa dan blangkon sedang baca koran, terdengar teriakan Caq Zateh (CZ) : "Sateee...!"

Panel 3
 • MB langsung loncat memanggil tukang sate : "Sateee...!"

Panel 4
 • MB di depan rumah, gembira, memesan sate. CZ hanya kelihatan sedikit dari bagian belakang.
 • MB : "Satanya satu porsi, Cak!"
 CZ : "Beres, Mas!"

Panel 5
 • Gambaran kesibukan persiapan membakar sate. Ada bumbu kacang, kecap, panggangan, kipas. Sate belum kelihatan.

Panel 6
 • MB kelihatan terharu.
 • MB (bergumam) : Aduuh, lezatnya sate serasa sudah sampai di tenggorokanku..."
 • Teks : TERHARU

Panel 7
 • MB : "Ngomong-ngomong, satanya mana, Cak ?"
 • CZ menoleh, tersenyum : "Hmm?"

Panel 8
 • CZ menoleh, sedikit gelap, nampak jelas mata dan senyumnya yang misterius. Dari tangan kirinya muncul tiga tusuk sate 'ajaib'. MB terkejut ketakutan
 • CZ : "Lha, ini satanya, Mas!" (Ada suara "SNIKT!")

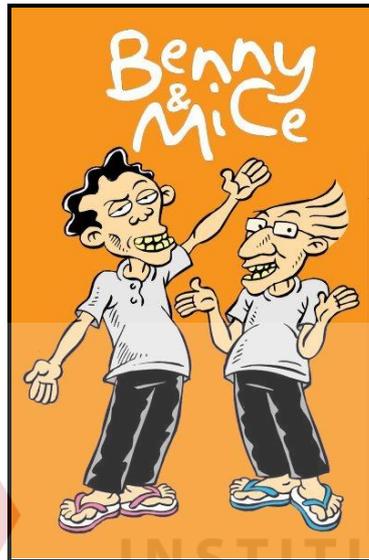
Panel 9
 • MB ngacir ketakutan : "Hiiiijj...!"
 • CZ (hanya suara) : "Mas ! Ini satanya...!"

Selesai

Gambar 2.16 Contoh Pembuatan Skenario "CAQ ZATEH".
 Sumber: Toni Masdiono, Buku 14 Jurus Membuat Komik, Creative Media, Jakarta, Hal. 38

2.6.10 Character Developing

Character Developing, atau biasa disebut Desain Karakter atau rancang karakter. Proses ini berpengaruh pada *genre* komik yang akan diciptakan.



Gambar 2.17 Karakter Benny & Mice yang *Simple* namun Tetap Terkesan Cerdas.
Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/Benny_%26_Mice.

2.7 Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Karena warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (Supriyono, 2010:58). Warna diyakini mempunyai dampak psikologis terhadap manusia. Dampak tersebut dapat dipandang dari berbagai macam aspek, baik aspek panca indera, aspek budaya dan lain-lain.

Sepanjang sejarah seni, warna menjadi daya tarik utama bahkan menyita hampir seluruh perhatian seniman dimanapun. Warna bisa menjadi sekutu yang sangat mengesankan bagi seniman dalam media visual apapun. Perbedaan antara

komik hitam-putih dan berwarna sangat luas dan dalam, yang mempengaruhi semua tingkat pengalaman membaca. Dalam komik hitam-putih, gagasan dibelakang karya tersebut disampaikan secara langsung. Makna diturunkan pada bentuk. Bentuk-bentuk ini sangat berperan. Scout McCloud menyatakan, melalui warna yang ekspresif komik dapat menjadi sensasi yang memabukkan, kualitas permukaan yang berwarna akan selalu lebih mudah menarik perhatian pembaca daripada komik yang hitam-putih. Komik berwarna akan selalu terlihat lebih nyata pada pandangan pertama.

2.8 Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)

2.8.1 Segmentasi

Segmentasi merupakan upaya untuk membagi calon konsumen dalam kelompok-kelompok tertentu (Harjanto, 2009). Upaya ini dilakukan untuk memudahkan usaha penjualan seseorang karena segmentasinya yang dipertajam.

Penentuan segmentasi pasar ini dapat dilakukan dengan menganalisis segmentasi yang sudah ada atau menentukan sendiri pasar konsumen yang dianggap potensial. Penentuan segmentasi ini dapat dilakukan dengan melihat:

1. Demografis, membagi pasar dalam kelompok yang didasarkan pada variable demografis seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, siklus keluarga, agama, besar keluarga, pendidikan, penghasilan.
2. Geografis, membagi pasar dalam unit-unit geografis seperti Negara / tempat / kota / wilayah, kepadatan, ukuran kota, dan iklim.
3. Psikografis, seperti kelas sosial, kepribadian dan gaya hidup.

4. Behavioristik, seperti kebiasaan pembeli, status pembeli, tingkat konsumsi, kadar kesetiaan, dan kesiapan membeli.

Penentuan segmentasi ini umumnya berawal dari riset media yang terukur, yang khalayaknya minimal harus didukung parameter diatas. Segmentasi umumnya disampaikan secara deskriptif, hal ini dilakukan untuk memudahkan penentuan segmentasi.

2.8.2 Targeting

Targeting adalah tahap selanjutnya dari analisis segmentasi. Targeting yang dimaksudkan disini adalah target market (pasar sasaran), yakni beberapa segmen pasar yang akan menjadi focus pemasaran (Kasali, 2000). Targeting juga dapat dikatakan sebagai upaya untuk menyeleksi pasar sasaran dengan memfokuskan kegiatan pemasaran atau promosi pada beberapa segmen saja dan meninggalkan segmentasi lainnya yang kurang potensial. Pemasar dapat memilih untuk menargetkan pada satu atau dua segmen sekaligus. Targeting memiliki dua fungsi yakni untuk menyeleksi pasar sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu (*selecting*), dan menjangkau pasar sasaran tersebut (*reaching*) untuk mengkomunikasikan nilai.

2.8.3 Positioning

Positioning merupakan tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu di ingatan konsumen. Dengan kata lain *Positioning* adalah bagaimana menempatkan produk kedalam pikiran audience, sehingga calon konsumen memiliki pemikiran tertentu dan mengidentifikasi

produknya dengan produk tersebut. Positioning merupakan hal yang penting dalam pemasaran, khususnya bagi produk yang tingkat persaingannya sudah sangat tinggi.

Philip mendefinisikan *positioning* (dalam Kasali, 2000):

“The act designing the company’s offering and image so that they occupy a meaningful and distinct competitive position the target customers mind”

(Positioning adalah tindakan yang dilakukan marketer untuk membuat citra produk dan hal-hal yang ingin ditawarkan kepada pasarnya, berhasil memperoleh posisi yang jelas dan mengandung arti dalam benar sasaran).

Dari berbagai definisi mengenai *positioning* diatas dapat disimpulkan bahwa *positioning* merupakan strategi komunikasi yang mengandung arti tertentu untuk menancapkan kesan tertentu dibenak khalayak/konsumen. Beberapa hal yang dapat ditonjolkan dalam *positioning* diantaranya adalah:

1. *Positioning* harus memberikan arti yang penting bagi konsumen
2. Apa yang ingin ditonjolkan harus unik dan berbeda dari pesaingnya
3. *Positioning* harus diungkapkan dalam bentuk suatu pernyataan, pernyataan tersebut harus dinyatakan dengan mudah, enak didengar dan dapat dipercaya.

Positioning juga dapat ditentukan dengan melihat hal-hal berikut (Kasali, 2000), diantaranya *positioning* berdasarkan perbedaan produk, *positioning* berdasarkan manfaat produk, *positioning* berdasarkan pemakaian, *positioning* berdasarkan kategori produk, *positioning* berdasarkan kepada pesaing, *positioning* melalui imajinasi, dan *positioning* berdasarkan masalah.

2.8.4 Unique Selling Proposition (USP)

Dalam membangun posisi produk dibenak konsumen, perusahaan atau lembaga harus mengembangkan *Unique Selling Proposition* yang merupakan *competitive advantage* (Kotler, 2005:76). Strategi ini berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk saingannya. Kelebihan tersebut juga merupakan sesuatu yang dicari atau dijadikan alasan konsumen menggunakan suatu produk. Produk dibedakan oleh karakter yang spesifik.

2.9 Analisis Data

Secara umum proses analisis data mencakup reduksi data, kategorisasi data, sintesisasi, dan diakhiri dengan menyusun hipotesa (Moleong, 2006:288).

1. Teknik reduksi data

Merupakan penyederhanaan jawaban-jawaban dari seluruh pertanyaan yang telah diajukan kepada pihak-pihak tertentu dalam teknik pengumpulan data. Proses ini dilakukan untuk menajamkan, mengarahkan dan menggolongkan hasil penelitian dengan memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting dalam penelitian, jika melebar maka hasil jawaban akan dibuang dan tidak digunakan. Reduksi data ini juga bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang telah terkumpul, dari hasil catatan lapangan dengan cara merangkumnya serta mengklasifikasikan sesuai masalah.

2. Kategorisasi

Merupakan upaya memilah-milah setiap satuan kedalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan, yang nantinya setiap kategori di berinama dan di sendiri kan.

3. Sintesisasi

Merupakan mencari kaitan antara kategori satu dengan kategori kategori lainnya.

4. Menyusun Hipotesis Kerja atau Kesimpulan

Kesimpulan merupakan upaya untuk mencari penjelasan yang dilakukan terhadap data-data yang telah dianalisis, dengan mencari hal-hal yang dianggap penting. Dalam hal ini kesimpulan disusun dalam bentuk pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan mengacu kepada tujuan penelitian. Hal ini dilakukan dengan jalan merumuskan suatu pernyataan yang proposional, terkait dan sekaligus menjawab pertanyaan penelitian.