BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat membuat siapa saja dapat memperoleh informasi dengan cepat. Salah satu sumber informasi yang paling banyak digunakan masyarakat saat ini adalah internet. Ketika setiap orang sudah memiliki ponsel pintar yang terhubung dengan internet, maka akses informasi sudah dalam genggaman.

Selain itu, fenomena media sosial atau media sosial yang makin mengglobal pun keberadaannya semakin tidak bisa dipisahkan dari cara manusia berkomunikasi satu sama lain. Sebagai bentuk komunikasi secara virtual, media sosial telah banyak digunakan oleh semua kalangan untuk saling berkomunikasi tanpa terkendala jarak dan waktu.

Dalam media sosial, beragam paradigma komunikasi muncul. Ada model komunikasi yang sifatnya satu arah, dimana satu pihak memberikan informasi kepada pihak lain, ada pula model komunikasi yang sifatnya partisipatoris, di mana pihak-pihak yang berkomunikasi melakukannya secara dialogis. Pada model partisipatoris, pengguna media sosial saling berbagi informasi, pendapat, pandangan, pengetahuan, pengalaman,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keinginan dan membangun kerangka tindakan untuk mencapai kemajuan bersama.[1]

Secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai sebuah media *online*, di mana para penggunanya (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Internet, medsos dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru. Saat ini yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat berupa jejaring sosial, blog dan wiki.[2]

Merebaknya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, membuat siapapun bisa melakukan komunikasi dengan memanfaatkan media sosial tanpa terkendala jarak dan waktu. Selain itu, media sosial juga bisa mempercepat tersebarnya informasi.

Dewasa ini, media sosial juga dimanfaatkan oleh para komikus Surabaya sebagai wadah mempublish karya mereka. Sehingga karya mereka bisa lebih dikenal dan dinikmati oleh peminat komik. Media sosial yang sering digunakan adalah Facebook dan Instagram.

Menurut data *The New York Times* pada April 2010, negara yang memiliki pengguna Facebook terbanyak adalah Amerika Serikat, Britania Raya dan Indonesia. Facebook memang memiliki arti tersendiri bagi warga Indonesia. Kini sejumlah data telah menempatkan Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Facebook terbanyak kedua di

[1] Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Pedagangan RI*, (Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), hlm. xii

[2] Ibid, hlm. 25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dunia setelah Amerika Serikat. Pengguna Facebook Indonesia kini telah mencapai setidaknya 24 juta atau 10% dari total penduduk Indonesia.[3]

Sedangkan instagram yang merupakan media sosial yang memungkinkan *users* (pengguna) untuk mengambil foto, menerapkan *filter digital* (pemberian efek pada foto), dan membagikannya. Pengguna *Instagram* lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti *smartphone.*[4] Indonesia juga termasuk ke dalam pengguna instagram terbesar. Para penggunanya mayoritas anak muda yang memiliki ponsel pintar.

Komik Indonesia memang sudah lama mati suri karena banyaknya gempuran komik impor seperti *manga* dari Jepang dan juga komik-komik dari Hong Kong atau Amerika. Namun, Komikus-komikus lokal melakukan banyak cara untuk membangkitkan kembali industri komik Indonesia. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membuat komik dan mengenalkannya ke khalayak melalui media sosial.

Menurut Beng Rahadian, komikus sekaligus dosen Institut Kesenian Jakarta, saat ini kesempatan merebut pasar bagi komik Indonesia sangat besar lantaran ada kecenderungan penurunan penetrasi komik luar. Walaupun porsinya masih banyak di rak-rak toko buku. Tapi, komik lokal memiliki keunggulan karena berbicara persoalan sehari-hari.[5]

Karena perkembangan teknologi itulah, kebangkitan komik Indonesia pun mulai terlihat. Saat ini justru penerbitlah yang mencari

---

[3] Ibid, hlm 72.

[4] Michelle Wifalin, Jurnal E-Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Vol. 4 No. 1: *Efektivitas Instagram Common Grounds*, (Surabaya: 2016), hlm. 2

[5]Pasti Liberti Mapapa, *"Komik Indonesia tak ada Matinya*" dalam *https://x.detik.com/detail/intermeso/20161222/Komik-Indonesia-Tak-Ada-Matinya/index.php*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komikus. Apalagi banyak komik yang dipublish secara online dan sudah memiliki peminatnya sendiri. Media sosial dan portal komik online menjadi media baru bagi komikus untuk mengenalkan karyanya ke publik dan bisa menerima *feedback* langsung.

Namun, saat ini para komikus lokal mulai memperlihatkan eksistensinya melalui media sosial Facebook dan Instagram. Apalagi semenjak munculnya beberapa portal komik digital. Karya-karya komikus lokal ini mulai disukai oleh kalangaan anak muda dan sudah memiliki pasarnya sendiri. Kemajuan itu tidak terlepas dari pemanfaatan media sosial Facebook dan Instagram. Banyak komikus lokal yang aktif mempublish karyanya di Facebook dan Instagram secara rutin dan memperoleh sambutan positif dari pengguna kedua media sosial tersebut. Hal itu membuat penikmat komik mengetahui bahwa karya komikus lokal juga tidak kalah bagus dengan komik asing.

Komikus Surabaya yang produktif juga menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai tempat mempublish karya. Diantaranya adalah komikus yang tergabung dalam Melati Komik Studio. Pada akun facebook Melati Komik Studio (MELATI) terdapat 112 karya yang sudah diunggah. Sedangkan pada akun instagram Melati Komik Studio (@melatistudio) terdapat 55 karya yang diunggah dan jumlah tersebut akan terus bertambah. Beberapa karya diunggah rutin setiap minggu dengan respon yang beragam dari pembacanya. Dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Facebook dan Instagram Sebagai Media *Publishing* Karya Komikus Di Melati Komik Studio Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Fokus Penelitian

1. Mengapa komikus Melati Studio Surabaya menjadikan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing*?
2. Bagaimana proses *publishing* karya yang dilakukan komikus Melati Studio melalui Facebook dan Instagram?
3. Faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam proses *publishing* tersebut?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan alasan komikus Melati Studio Surabaya menjadikan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing*.
2. Untuk mendeskripsikan proses *publishing* karya yang dilakukan komikus Melati Studio melalui Facebook dan Instagram.
3. Untuk menjelaskan faktor yang harus diperhatikan dalam proses *publishing* tersebut.

D. Manfaat Hasil Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan Ilmu Komunikasi terutama yang berkaitan dengan Komunikasi Visual.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi komikus lokal dalam mempublish karya melalui media sosial agar memperhatikan konten karya dan target sasaran sehingga pesan bisa tersampaikan sesuai dengan tujuannya.

E. Penelitian Terdahulu

a. Penulis: Dewi Rahmawati, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

Judul Skripsi: **Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada akun Instagram @FreezyBrowniez)**

Tahun Penelitian: 2016

Fokus dalam penelitian ini adalah Bagaimana pemilihan dan pemanfaatan Instagram seabagai media komunikasi pemasaran online yang dilakukan oleh Freezy Browniezz. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan Instagram dengan beberapa sifat media, sifat konsumen dan komunikasi pemasaran *online* yang dapat dilihat melalui empat komponen dalam pemasaran yang meliputi: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat dan distribusi), *Promotion* (promosi).[6]

[6] Dewi Rahmawati, *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada akun Instagram @FreezyBrowniez)*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan, terletak pada fokus penelitian. Penelitian diatas berfokus pada pemilihan dan pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran komunikasi *online* sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada bagaimana proses suatu karya dipublish melalui Facebook dan Instagram Melati Komik Studio dan faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam proses *publishing* tersebut.

b. Penulis: Lia Herliani, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman

Judul Penelitian: **Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial *Facebook* sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)**

Tahun Penelitian: 2015

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat situs jejaring sosial facebook sebagai media promosi anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor-faktor pendukung dan penghambat pemanfaatan situs jejaring sosial facebook sebagai media promosi anggota BUSAM adalah pada faktor pendukung seperti biaya yang murah, kesadaran terhadap perkembangan teknologi, banyaknya anggota dan kesamaan pandangan. Sedangkan faktor penghambat seperti sumber daya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia yang kurang memahami peraturan yang diberikan dan sanksi apabila ada anggota yang telah melanggar peraturan.[7]

Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian dimana penelitian diatas bertujuan untuk menganalisa faktor pendukung dan penghambat dan pemanfaatan situs jejaring sosial Facebook sebagai media promosi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini memeiliki beberapa tujan diantaranya adalah Untuk menjelaskan alasan komikus Melati Studio Surabaya menjadikan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing*, mendeskripsikan proses *publishing* karya yang dilakukan komikus Melati Studio melalui Facebook dan Instagram, dan menjelaskan faktor yang harus diperhatikan dalam proses *publishing* tersebut.

c. Penulis: Prima Ayu Rizqi Mahanani, Dosen STAIN Kediri Jurusan Ushuluddin dan Ilmu Sosial, Prodi Komunikasi Islam.

Judul Penelitian: **Relasi Facebook dengan Budaya Pop dalam Perspektif *Cultural Studies* (Telaah tentang Fenomena *Facebooker* di Kalangan Mahasiswa)**

Tahun Penelitian: 2013

Penelitian ini bertujuan untuk menyelami fenomena *facebooker* yang terjadi di kalangan mahasiswa STAIN Kediri, apakah dapat dikatakan sebagai produk budaya pop?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena *Facebooker* yang terjadi di STAIN Kediri merupakan interpretasi dari budaya pop

[7] Lia Herliani, *Analisis Pemanfaatan Situs* Jejaring Sosial *Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda),* eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 4 dalam ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id, 2015, hlm. 222

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena Facebook menciptakan sebuah tren dengan fakta bahwa media sosial ini menjadi yang terfavorit dan paling banyak digunakan oleh mahasiswa STAIN Kediri. Kehadiran facebook ternyata juga membawa perubahan besar dalam cara berkomunikasi mahasiswa STAIN Kediri dimana Facebook membuat komunikasi yang dilakukan mahasiswa lebih efektif dan efisien dengan keluarga, kerabat, teman, sahabat dan orang-orang yang baru dikenal. Facebook juga menjadi situs pertemanan yang paling favorit di kalangan mahasiswa STAIN Kediri bahkan ada yang merasa ketergantungan apabila tidak *berfesbuk* ria. Hal tersebut karena kemudahan mengaksesnya dan hiburan yang paling murah untuk menghilangkan kejenuhan, menghabiskan waktu, menuangkan ide dan gagasan, mengekspresikan hasrat, meluapkan kegembiraan, kesedihan dan kekecewaan, mencurahkan isi hati, mulai dari hal yang serius sampai pada hal yang tidak penting.[8]

Meskipun sama-sama menggunakan pendekatan budaya, Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Prima Ayu Rizqi Mahanani dengan yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokus penelitiannya dimana penelitian ini akan meneliti bagaimana Facebook dan Instagram dijadikan media *publishing* karya oleh komikus Melati Komik Studio serta faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam mempublish karya di Facebook dan Instagram Melati Komik Studio.

[8] Prima Ayu Rizqi Mahanani, *Relasi Facebook dengan Budaya Pop dalam Perspektif Cultural Studies (Telaah tentang Fenomena Facebooker di Kalangan Mahasiswa*), Dialogia Jurnal Studi Islam dan Sosial, vol. 13 no. 1 Juni 2015, hlm. 115

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Definisi Konsep Penelitian

1. Facebook dan Instagram

Aplikasi Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama beberapa teman kuliahnya di Universitas Harvard, yaitu Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes, pada 4 February 2004. Pada awalnya, Facebook hanya digunakan untuk kalangan terbatas di lingkungan kampus saja. Namun dengan cepat meluas ke wilayah Boston, Amerika Serikat, hingga mendunia, termasuk Indonesia. Facebook merupakan media sosial yang memudahkan penggunanya untuk berbagi tulisan, tautan, foto, hingga video. Salah satu fitur dalam Facebook yang dapat digunakan oleh komunitas atau kelompok untuk menunjukkan eksistensinya melalui media sosial adalah fitur *page* (halaman). Dengan memanfaatkan fitur tersebut, komunitas Melati komik studio membuat akun Facebook atas nama komunitas untuk kemudian dijadikan sebagai tempat mempublish karya anggotanya.

Aplikasi instagram merupakan jaringan sosial berbagi foto dan video seperti program-program lainnya. Hanya saja, yang paling membedakan adalah, tampilan foto Instagram memiliki ciri khas dengan “bingkai” persegi. Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010. Nama Instagram, merupakan gabungan dari “instant camera” dan “telegram”. Instagram kini dapat diinstal pada beragam sistem operasi telepon genggam, mulai dari Apple App Store, Google Play dan Windows

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Phone Store. Hanya beberapa bulan setelah diluncurkan, Instagram mampu meraih 1 juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah ini meningkat terus hingga mencapai 5 juta *user* pada Juni, kemudian mencapai 10 juta pada September 2011.[9]

Pada penelitian ini media sosial yang digunakan oleh komunitas komikus untuk mengunggah karya mereka adalah Facebook dan Instagram. Kelebihan fitur yang dimiliki Facebook dan Instagram tersebut yang membuat komunitas Melati komik studio untuk menjadikan Facebook dan Instagram sebagai tempat meng-*upload* karya mereka, baik berupa komik maupun ilustrasi.

2. Media *Publishing*

Media *publishing* merupakan media bagi seseorang atau kelompok untuk menerbitkan suatu karya. Media *publishing* juga dapat diartikan sebagai alat untuk mengkomunikasikan suatu karya. Pada konteks penelitian ini, yang digunakan sebagai media *publishing* adalah Facebook dan Instagram. Media sosial tersebut digunakan oleh komunitas Melati komik studio untuk menerbitkan secara *online* karya mereka yang berupa komik dan ilustrasi agar dikenal oleh khalayak secara meluas.

3. Komikus Melati Komik Studio Surabaya

Melati Komik Studio merupakan komunitas komikus yang dibentuk pada tahun 2015 oleh komikus Surabaya. Terdapat lima komikus dalam Melati komik studio. Bermula pada kecintaan yang

[9] Ibid, hlm. 84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sama pada kartun dan animasi, akhirnya mereka memutuskan untuk membentuk komunitas Melati Komik Studio. Sebenarnya tidak semua anggota berasal dari Surabaya. Namun, karena mereka bertemu di Surabaya akhirnya mereka memutuskan untuk membuat *basecamp* di kota Pahlawan ini. Komunitas Melati Komik Studio memiliki visi untuk membuat komik dengan unsur budaya Indonesia dan mengenalkan kepada khalayak khususnya anak muda tentang beberapa budaya Indonesia yang kurang diketahui oleh kalangan muda saat ini melalui komik. Setiap anggota wajib membuat komiknya sendiri untuk kemudian dicetak dengan mengusung nama Melati Komik Studio dan dijual di event-event yang berhubungan dengan komik. Selain itu, mereka juga menggunakan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing* karya komikus Melati Komik Studio.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Media sosial seperti Facebook dan Instagram memudahkan siapa saja untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi. Tidak hanya itu, kedua media sosial tersebut juga digunakan sebagai tempat mengunggah karya oleh sebagian kelompok tertentu seperti yang dilakukan oleh komikus Melati Komik Studio. Mereka membuat halaman (*page)* di Facebook dan Instagram dengan nama komunitas tersebut. Kemudian, anggota komikus dalam komunitas itu membuat karya (komik) dan mempublishnya di Facebook dan Instagram komunitas. Akun facebook dan instagram ini pun dibuat sedemikian rupa dengan membuat logo yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi ciri khas komunitas ini. Tujuan mereka adalah membuat komik dengan mengangkat budaya Indonesia.

Individu yang tergabung dalam Melati Komik Studio ini memiliki minat dan kecintaan yang sama akan komik. Oleh karena itu, mereka produktif membuat komik dan menggunakan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing*. Media sosial lebih mudah menjangkau khalayak secara luas dan dapat memperoleh *feedback* langsung dari pembacanya. Sehingga komikusnya bisa lebih dikenal luas khalayak sasarnya.

Teori yang mendukung dalam tema penelitian ini adalah teori Ekologi Media. Ekologi merupakan ilmu yang mempelajari hubungan antara organisme dengan lingkungannya. Ide utama dibalik ekologi media adalah adanya pengaruh media teknologi yang semakin berkembang. Teori ini memiliki 3 asumsi yaitu[10]:

1) Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat.

   Dalam perspektif McLuhan, media tidak dilihat dalam konsep yang sempit, seperti surat kabar atau majalah, radio, televisi, film, atau internet. Dalam konsep yang luas, McLuhan melihat medium sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia.

2) Media memperbaiki persepsi masyarakat dan mengorganisasikan pengalaman mereka

   Dalam asumsi kedua teori Ekologi Media melihat media sebagai sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia. Cara manusia memberi penilaian, merasa, dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh

[10] Abdul Karim Batubara, "Media Ecology Theory", *Jurnal Iqra'*, Vol. 08 No. 02, Oktober 2014, hlm. 134-135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

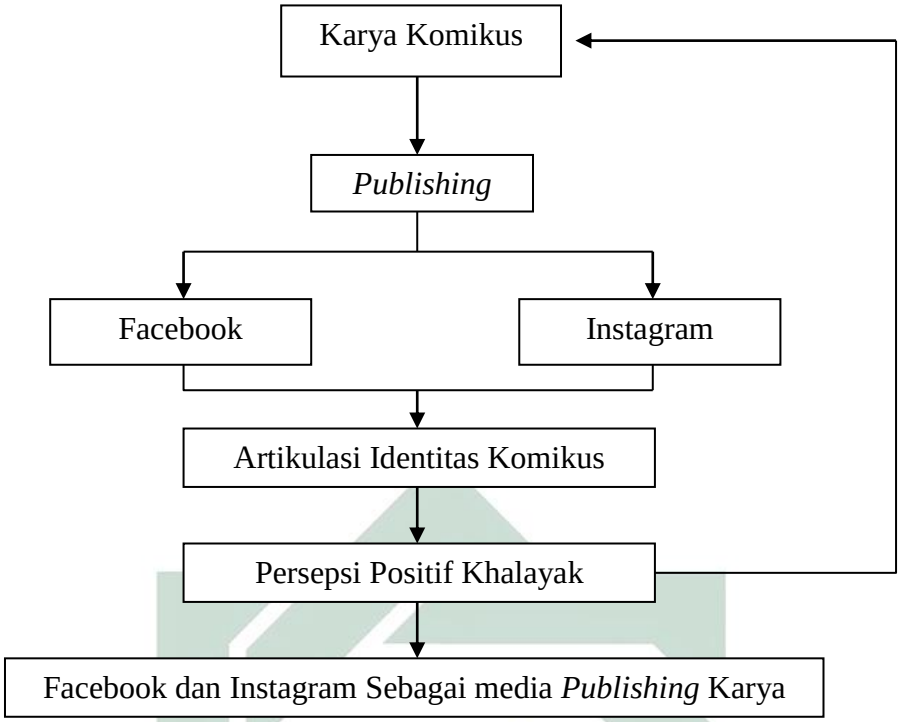
media. Dalam asumsi ini McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan masyarakat atas dunia.

3) Media menyentuh seluruh dunia.

Dalam asumsi ketiga teori ekologi media menyatakan bahwa setiap pertistiwa atau hal yang dilakukan di belahan dunia lain, dapat diketahui atau menjalar ke belahan dunia lain. Akibat dari hal tersebut, McLuhan menyebut, manusia kemudian hidup di sebuah desa global (*global village*). Media seolah mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar.

Berdasarkan asumsi teori ekologi media yang pertama, media melingkupi setiap tindakan manusia. Keberadaan media baru seperti Facebook dan Instagram membuat sebagian orang menjadikan media sosial itu sebagai sarana untuk mengkomunikasikan karya mereka, seperti yang dilakukan komikus Melati Komik Studio Surabaya. Media sosial yang dijadikan media *publishing* tersebut menjadi instrumen untuk mengkomunikasikan karya sehingga sebagaimana asumsi ekologi media yang kedua, media memperbaiki persepsi masyarakat dan mengorganisasikan pengalaman mereka. Melalui Facebook dan Instagram komikus mengkomunikasikan karyanya hingga dapat memperbaiki persepsi khalayak terhadap identitas komikus. Dengan demikian kerangka penelitian digambarkan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Bagan 1.1 Kerangka pikir penelitian

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

   a. Pendekatan

   Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan budaya atau pendekatan kultural. Pendekatan ini menganggap organisasi sebagai entitas budaya. Organisasi adalah produk dari interaksi budaya dengan lingkungannya, serta merupakan sistem *sharing* makna yang dipengaruhi latar belakang budaya anggotanya.[11]

   b. Jenis Penelitian

[11] Rachmat Kriyantono, *Public Relations, Issues, & Crisis Management Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif,* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tataran analisis deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek atau subjek tertentu.[12] Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini karena peneliti berusaha mendeskripsikan bagaimana sebuah fenomena dimana suatu kelompok membuat karya (komik atau gambar) dan menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media *publishing* karya mereka.

2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.[13]

Dalam penelitian ini, peneliti telah menentukan subjek penelitian yaitu komikus Surabaya yang tergabung dalam Melati Komik Studio.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aspek keilmuan komunikasi yang menjadi kajian penelitian.[14] Dengan demikian objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah Komunikasi Massa.

---

[12] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: KENCANA, 2009), hlm. 67.

[13] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: PT GELORA AKSARA PRATAMA, 2009), hlm. 91.

[14] Pedoman Teknik Penulisan Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, hlm. 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Surabaya tepatnya di *basecamp* studio komik Melati. Sebab, Surabaya sebagai Ibukota Jawa Timur memiliki perkembangan yang tinggi dan banyak memiliki komunitas komikus sejenis. Namun, peneliti memilih Melati Komik Studio karena berdasarkan informasi yang diperoleh, komikus dalam komunitas ini membuat karya dan mempublishnya di Facebook dan Instagram Melati Komik Studio bukan akun media sosial milik komikus perseorangan.

3. Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland sebagaimana dikutip oleh Lexy, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.[15] Maka, jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Maksudnya adalah data tentang Facebook dan Instagram sebagi media *publishing* karya. Datanya diperoleh dari akun media sosial komikus studio Melati.

b. Data Sekunder adalah data yang digunakan sebagai pendukung data primer. Dengan demikian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen, gambar, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan Melati Komik Studio.

4. Tahap-tahap Penelitian

[15] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut ini tahapan penelitian yang akan dilakukan:

1) Tahap Pra-lapangan

a. Peneliti menyusun proposal sebagai usulan penelitian. Selama proses penyusunan proposal ini peneliti melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing.

b. Memilih lapangan penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Surabaya sebagai lapangan penelitiannya.

b. Menjajaki dan Menilai Lapangan

Pada tahapan ini, peneliti mencari tahu informasi tentang Melati Komik Studio melalui akun media sosial facebook dan instagram.

c. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Peneliti memilih seorang informan yang mengetahui tentang Melati Komik Studio. Kemudian berkomunikasi langsung dengan salah satu komikus Melati Komik Studio agar memperoleh gambaran lebih tentang komunitas tersebut. Lalu memanfaatkannya untuk penelitian.

d. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti menyiapkan segala kebutuhan yang akan digunakan dalam penelitian. Peneliti, mencatat data-data tentang komikus Melati Komik Studio.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Tahap Lapangan

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri

Dalam tahap ini, peneliti berusaha memahami latar penelitian dan mencoba mengakrabkan diri dengan informan guna memudahkan peneliti untuk melakukan wawancara mendalam dan observasi lapangan.

b. Memasuki Lapangan

Ketika nanti memasuki lapangan, peneliti akan menjalin hubungan yang baik dan akrab dengan subyek penelitian. Bergaul dengan tetap menjaga etika pergaulan dan norma yang berlaku di lapangan penelitian. Peneliti akan ikut serta dalam kegiatan yang diadakan oleh Melati Komik Studio sambil mengamati interaksi komikus selama kegiatan.

c. Berperan serta sambil mengumpulkan data

Di tahap ini, peneliti mencatat setiap data yang diperoleh selama ikut serta dalam kegiatan. Untuk data wawancara, peneliti akan menggunakan recorder. Sedangkan hasil observasi akan peneliti catat.

d. Tahap Penulisan Laporan

Dalam tahap akhir ini, peneliti akan mulai memilah-milah data, menganalisis, kemudian menuliskannya ke

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam bentuk laporan penelitian sesuai dengan prosedur penulisan skripsi yang baik dan benar.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Partisipan

Observasi partisipan adalah metode tradisional yang digunakan dalam antropologi dan merupakan sarana untuk peneliti masuk ke dalam masyarakat yang akan ditelitinya. [16]

Observasi dilakukan dengan mengamati bagaimana perilaku dan kegiatan komikus tersebut dalam menyalurkan ide terkait dengan komik karya mereka dan cara mereka mengenalkan karya mereka melalui media sosial facebook dan instagram. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi saat wawancara dengan informan bersangkutan sambil mengamati *gesture* yang dilakukan informan

b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi secara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif . Selanjutnya dibedakan antara responden (orang yang akan diwawancarai hanya sekali) dengan

[16] Engkus Kuswarno, *Etnografi Komunikasi Pengantar dan contoh penelitiannya*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), hlm. 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan (orang yang ingin periset ketahui atau pahami dan akan diwawancarai beberapa kali).[17]

Wawancara mendalam yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut:

1. Peneliti akan menjelaskan sebelumnya kepada informan mengenai maksud dan tujuan dari wawancara ini serta peneliti akan menjelaskan bahwa apa yang informan sampaikan akan terjamin kerahasiaannya.
2. Peneliti akan menyusun daftar pertanyaan sebelum wawancara dilakukan sesuai dengan ciri-ciri dan perannya dalam Melati Komik Studio.
3. Pada saat proses wawancara berlangsung peneliti akan menggunakan *recorder* untuk merekam jawaban-jawaban dari informan. Apabila informan tidak bersedia, maka peneliti akan mencatat jawaban dari informan.
4. Peneliti juga akan memerhatikan respon-respon nonverbal dari informan pada saat diwawancarai dan mencatatnya.
5. Peneliti akan melakukan wawancara beberapa kali sampai peneliti memperoleh data yang cukup untuk dikaji.

c. Teknik Analisis Data

Analisis Data Kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola,

[17] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: KENCANA, 2009), hlm. 100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mensitesiskannya mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.[18]

Di pihak lain, analisis data kualitatif prosesnya berjalan sebagai berikut[19]:

a) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
b) Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar dan membuat indeksnya,
c) Berpikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

Analisis data dalam penelitian kualitatif deskriptif ini didahului dengan mengklasifikasikan data yang telah diperoleh ke dalam kategori tertentu karena data-data tersebut masih bersifat bertebaran. Peneliti akan memilah-milah mana data yang valid dan kurang valid. Setelah itu, peneliti melakukan pemaknaan terhadap data yang berarti peneliti akan memaknai, menjelaskan dan berargumentasi. Peneliti juga akan menghubungkan temuan data dengan konteks sosial dan budaya.

[18] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 248
[19] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah:

a. Ketekunan atau keajegan pengamatan

Keajegan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara yang berkaitan dengan proses analisis secara konstan atau tentatif. Mencari apa yang dapat dierhitungkan dan apa yang tidak dapat diperhitungkan. Sebelum mengambil pembahasan penelitian, peneliti telah melakukan pengamatan terlebih dahulu secara tekun dalam upaya menggali data informasi untuk dijadikan obyek penelitian, yang pada akhirnya peneliti menemukan permasalahan menarik untuk diteliti, yaitu tentang Facebook dan instagram sebagai media *publishing* karya.

b. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data melalui analisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Dalam hal ini, jawaban subjek di *cross-check* dengan dokumen yang ada.[20]

Pada penelitian ini, upaya yang dilakukan peneliti dalam pengecekan data adalah dengan menggunakan sumber data dalam penggaliannya baik sumber data primer maupun sumber data

[20] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran,* (Jakarta: KENCANA, 2009), hlm. 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekunder. Analisis kualitatif dilakukan dengan memanfaatkan data kualitatif dari hasil observasi dan wawancara mendalam, dengan tujuan memberikan penjelasan dan pemahaman yang lebih luas atas hasil data yang dikumpulkan. Kemudian, peneliti melakukan perbandingan atau mengkorelasikan hasil wawancara dengan hasil pengamatan.

I. Sistematika Pembahasan

Berikut ini adalah gambaran singkat mengenai sistematika pembahasan dalam penelitian ini:

Bab I PENDAHULUAN terdiri atas beberapa sub bahasan yaitu, Latar belakang masalah, Fokus penelitian, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Penelitian terdahulu, Definisi konsep penelitian, Metode penelitian yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, subyek, obyek dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pemeriksaan keabsahan data. Selanjutnya adalah Sistematika Pembahasan

Bab II KAJIAN TEORETIS dengan pembahasan yang terdiri dari kajian pustaka dan kajian teori berdasarkan data yang diperoleh dari bahan literatur.

Bab III PAPARAN DATA PENELITIAN merupakan bagian yang memaparkan tentang data-data yang telah diperoleh peneliti dari berbagai sumber untuk selanjutnya di analisis pada Bab IV

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab IV ANALISIS DATA yang menjelaskan tentang analisis terkait dengan penelitian yang dilakukan. Bagian ini terdiri dari Temuan penelitian dan Konfirmasi temuan dengan teori.

Bab V PENUTUP yang terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

DAFTAR PUSTAKA, merupakan daftar bahan literatur menjadi sumber dalam melakukan penulisan skripsi

LAMPIRAN, digunakan untuk melengkapi data atau uraian yang telah dicantumkan dalam laporan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id