



memperbarui fitur-fitur yang dimilikinya mulai dari *instastory*, *live streaming video*, sampai fitur yang paling baru yakni *carousel* dimana pengguna Instagram dapat meng-upload sampai 10 foto dalam satu kali *upload*.

Facebook dan Instagram dengan kelebihanannya masing-masing itu membuat para penggiat industri kreatif dalam hal ini kreator komik menggunakannya sebagai media *publishing* karya mereka. Berikut ini paparan hasil temuan peneliti:

### **1. Penggunaan Facebook dan Instagram sebagai Media *publishing* karya komikus**

Penggunaan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing* karya yang dilakukan oleh komikus Melati komik studio didasari oleh efektivitas kedua media sosial tersebut. Komikus berpendapat bahwa saat ini media sosial seperti Facebook dan Instagram sangat efektif bagi komikus khususnya bagi komikus-komikus baru. Karena media sosial tersebut jangkauannya luas dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan di Indonesia. Jadi komikus bisa mengenalkan ataupun menunjukkan karya dengan meng-*upload* karya tersebut melalui Facebook dan Instagram. Melati komik studio menggunakan fitur *page* yang ada di Facebook. Salah satu kelebihan *page* Facebook ini, pengguna bisa melihat perkembangan grafik *page* yang dibuat. Komikus bisa mengetahui berapa banyak pengguna Facebook yang *like*, *share* dan komentar karya-karya mereka. Sedangkan Instagram karena pada dasarnya merupakan media berbagi foto, maka banyak

fitur di dalamnya yang bisa membuat karya-karya komikus lebih tersebar luas sesuai dengan topik terkait dengan menggunakan fitur *hashtag* ataupun *mention* akun komikus lainnya. Sehingga bisa tersebar lebih mudah sesuai sasarannya.

Tidak bisa dipungkiri pengguna Facebook dan Instagram semakin meningkat dari waktu ke waktu. Komik Indonesia yang sebelumnya kurang dikenal publik karena kalah bersaing dengan komik luar, kini justru semakin dikenal berkat penggunaan media sosial sebagai media *publishing* karya. Pemanfaatan Facebook dan Instagram oleh komikus Indonesia ini menimbulkan tren di kalangan kreator komik. Pasalnya beberapa komikus lokal yang mengunggah karya di Facebook dan Instagram walaupun hanya iseng-iseng saja, karyanya bisa dikenal luas di jagat maya. Karena banyak pembaca yang menyukainya akhirnya dia berhasil populer lewat karya yang dia *upload*.

Mengunggah karya di Facebook dan Instagram dengan rutin hingga memperoleh banyak *like*, *share*, *comment*, bahkan *followers* dari pembaca khususnya pecinta komik maupun ilustrasi dapat menarik minat penerbit untuk menerbitkan karya komikus tersebut. Karena jumlah *like*, *share*, *comment*, dan *followers* dapat dijadikan patokan bagi penerbit apabila komik itu diterbitkan seberapa banyak orang yang akan membeli komik tersebut. Apalagi jika komentar dari pembaca banyak yang meminta untuk diterbitkan, semakin banyak peluang komik tersebut untuk dilirik penerbit. Hal-hal itulah yang



dimunculkan dalam komik. Karena komunitas Melati komik studio ingin menjadikan tema lokalitas tersebut sebagai salah satu ciri khas karya komunitasnya. Sehingga dalam karya komik yang dibuat, baik dari segi cerita, maupun penggambaran tokoh mengandung tema-tema lokal budaya yang kuat.

Proses pembuatan komik oleh komunitas komikus Melati studio membutuhkan jangka waktu yang beragam. Komik Hari yang Indah memakan waktu yang tidak terlalu lama karena merupakan jenis komik strip yang terdiri dari 4 panel. Hal yang perlu dilakukan komikusnya adalah memperbanyak ide cerita. Lain halnya dengan komik Kidangmas dan Babad Jahiliyah yang proses pembuatannya membutuhkan waktu lama.

Komik Kidangmas membutuhkan waktu satu tahun untuk selesai, sedangkan komik Babad Jahiliyah membutuhkan waktu setengah tahun untuk bisa dicetak. Dua komik tersebut memiliki tingkat kesulitan yang tinggi karena dibutuhkan riset dan referensi dalam pembuatan ceritanya.

Tahap kedua yang dilakukan oleh Melati komik studio adalah mempublish karya melalui Facebook dan Instagram. Karya yang diunggah adalah komik Hari yang Indah di *upload* setiap hari Minggu. Kemudian “Kitab Melati” diupload setiap hari Sabtu. Sampai saat ini sudah ada 751 *like page* Facebook Melati komik studio dan 78 followers Instagram (@melatistudio) dengan 55 kiriman yang telah diupload. Berdasarkan pengamatan peneliti, komentar pada karya-



*#karyaindonesia*. Penggunaan *hashtag* dalam Instagram memudahkan pembaca saat melakukan pencarian di kolom *search* berdasarkan topik yang diinginkan. Misalnya, ketika pembaca komik menulis *#komikkomedi* maka hasil pencarian akan memunculkan semua kiriman yang menggunakan *#komikkomedi* dalam *caption*-nya.

Selain memanfaatkan *hashtag* dan *caption*, admin Melati komik studio juga menyebutkan nama akun komik lain seperti *mention @komikindostrip* sehingga pemilik akun tersebut akan menerima pemberitahuan mengenai gambar yang telah diunggah oleh *@melatistudio*. Memanfaatkan *hashtag* dan *mention* akun sejenis merupakan salah satu bentuk promosi agar karya Melati komik studio dapat dikenal lebih luas lagi khususnya bagi pecinta komik di jagat maya.

### 3. Faktor yang perlu diperhatikan dalam *Publishing* Karya

Faktor yang paling menentukan suatu karya layak di-*publish* atau tidak adalah tergantung pada kualitas karya. Kualitas karya diukur dari bagaimana komikus bisa menggambarkan ide cerita dengan baik dan pesan yang ingin disampaikan oleh komikus bisa tersampaikan pada pembaca dengan baik juga. Antara kemampuan menggambar dengan kemampuan meramu cerita yang dimiliki komikus haruslah seimbang. Karena dalam suatu komunitas komikus terdiri dari orang-orang yang memang berpengalaman di bidang komik, maka karya komik yang sudah selesai dibuat akan ditunjukkan pada setiap anggota. Setelah itu, akan muncul pendapat dari masing-masing anggota. Dari





memperoleh respon yang baik dari pembacanya. Jumlah *like*, *comment*, *followers* dan *share* yang dilakukan oleh pembaca karya komikus di media sosial membuat karya tersebut bisa tersebar luas di jagat maya. Sehingga, komikus saat ini khususnya yang masih baru dalam industri komik mau tidak mau akan bergantung pada media sosial sebagai media *publishing* karya mereka karena media sosial seperti Facebook dan Instagram jangkauannya luas dan tidak membutuhkan biaya yang banyak untuk menggunakannya. Facebook dan Instagram memberikan peluang bagi karya komikus untuk bisa dikenal lebih luas lagi. Walaupun meng-*upload* karya di Facebook dan Instagram bukan satu-satunya cara untuk membuat komikus bisa menunjukkan eksistensinya, namun tidak bisa dipungkiri bahwa di era digital seperti saat ini, untuk mendukung eksistensi identitas komikus maka komikus akan selalu bersinggungan dengan media. Memanfaatkan Facebook dan Instagram sebagai media *publishing* karya menjadi cara yang efektif untuk menunjukkan karya komikus secara meluas di kalangan pecinta komik.

Identitas seorang komikus sebagai seniman dengan kemampuan menggambar dan bercerita membutuhkan pengakuan dari khalayak agar eksistensinya lebih dikenal luas. Oleh karena itu, komikus membuat karya kemudian mengkomunikasikannya melalui media sosial Facebook dan Instagram. Kedua media sosial tersebut menjadi media *publishing* bagi karya-karya yang dibuat oleh komikus.

Kemudian, asumsi kedua media memperbaiki persepsi dan mengorganisasikan pengalaman kita. Mempublish karya komik di

Facebook dan Instagram memperbaiki persepsi konsumen sebagai pembaca. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa dulu komik Indonesia pernah berada dipuncak kejayaannya dengan cerita pewayangan yang diangkat. Namun, setelah tahun 60-an komik Indonesia mulai tidak terlihat eksistensinya atau kurang dikenal khalayak lagi karena kalah dengan komik-komik dari luar. Kemudian, komik Indonesia kembali bangkit setelah media sosial digandrungi oleh masyarakat. Para komikus terus produktif membuat karya komik dan mempromosikannya melalui media sosial atau event-event industri kreatif. Melalui karya komikus yang diunggah di media sosial, komikus ingin membangun persepsi baru dan membagi pengalamannya kepada khalayak agar mereka bisa kembali menyadari bahwa komik Indonesia kualitasnya tidak kalah dengan komik luar. Karya komik yang di-*upload* oleh komikus telah mengubah persepsi pecinta komik mengenai komik lokal maupun *indie*. Tidak hanya mengubah persepsi khalayak tentang komik lokal, namun juga mengubah persepsi penerbit. Saat ini beberapa penerbit mencari karya komikus yang produktif di-*upload* di media sosial dan mendapatkan banyak *comment*, *like*, *followers* dan *share* dari pembaca untuk kemudian diterbitkan. Meskipun cara lama seperti komikus mengirimkan naskah komiknya ke penerbit itu masih dilakukan. Namun, karya komikus yang diunggah di media sosial juga menjadi acuan bagi penerbit untuk menerbitkan karya komik tersebut.

Asumsi ketiga dari ekologi media adalah media menyatukan seluruh dunia. McLuhan menggunakan istilah *Global Village* untuk

