



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Komunikasi Visual

Menurut Salen dan Zimmerman (2004), tidak ada yang dapat mendefinisikan desain secara tepat. Mereka mengumpulkan beberapa definisi dari beberapa ahli yang berbeda. Mereka menyimpulkan bahwa, desain adalah proses seorang desainer menciptakan konteks yang akan diperhadapkan kepada peserta, dari situlah makna dari desain akan muncul. Desain yang dibahas di paragraf ini memiliki konteks yang luas. Definisi ini berlaku untuk seluruh aspek yang mendesain sesuatu (hlm. 32).

Sementara itu, menurut Hashimoto dan Clayton (2009) menyebutkan bahwa desain seperti tujuan yang terorganisir. Alasan mereka berpendapat seperti itu, karena dalam desain semua dipikirkan secara matang, terencana, dan teratur dengan maksud tertentu. Menurut mereka, visual terdiri dari dua konsep dasar, yaitu konten dan bentuk. Konten adalah pokok bahasan, konsep, atau solusi dari permasalahan desain. Bentuk adalah visual yang diciptakan untuk desain tersebut (hlm. xvi). Dalam paragraf ini, mereka lebih mempersempit makna desain ke dalam dunia desain visual.

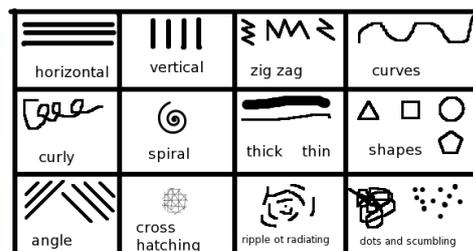
Dari kedua sumber yang penulis dapatkan, penulis menyimpulkan bahwa keduanya membahas tentang proses dan tujuan. Salen dan Zimmerman lebih membahas tujuan dari desain, yaitu mendapatkan makna ketika desain diperhadapkan kepada orang-orang. Mereka juga menyebutkan bahwa desain

memerlukan proses, hanya tidak didefinisikan secara detil. Sebaliknya dengan Hashimoto dan Clayton, yang lebih membahas prosesnya yang membutuhkan pemikiran yang dalam, terencana, dan teratur. Tapi, mereka juga menyebutkan bahwa desain juga memiliki tujuan. Dari kedua definisi yang ditemukan, penulis menyimpulkan bahwa desain adalah proses penyelesaian masalah desain, dengan proses yang terencana dan teratur, untuk diperhadapkan kepada manusia agar desain tersebut lebih bermakna.

Menurut Hashimoto dan Clayton (2009), visual adalah hal yang bisa manusia lihat (hlm. xvi). Visual memiliki beberapa elemen yaitu:

1. *Line* atau garis adalah elemen paling dasar dalam visual. Garis dapat terlihat tipis dan lembut, tapi juga dapat terlihat tebal dan kuat. Garis juga memiliki bentuk yang berbeda, ada yang melengkung ataupun lurus dan tajam.

Types of Lines



Gambar 2.1. Jenis Garis

(Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-o-UfpxcD8Z0/Vj9zB1UvgaI/AAAAAAAAAAk/xol-zjYXHm0/s1600/types.of_.lines_.png, 2015)

2. *Shape* atau bentuk memiliki panjang dan lebar, bersifat 2D (dua dimensi), tapi tidak memiliki massa ataupun kedalaman.

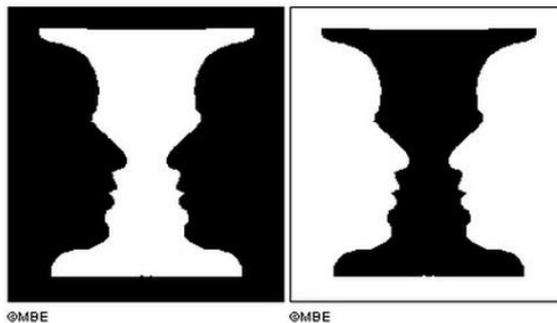


Gambar 2.2. Berbagai Macam Bentuk

(sumber: <http://3.bp.blogspot.com/--pVZRnkCqZI/Vj942NuiNxI/AAAAAAAAABE/zxFfuDZJP1c/s1600/9823033.jpg>,

2015)

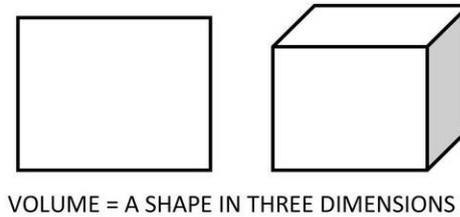
3. *Space* atau lebih tepatnya *negative space* (area kosong) adalah area yang mengelilingi *positive shape*. Hal ini seperti figur dan latar, figur adalah *positive shape*, dan latarnya adalah *negative space*. Seperti foto dalam KTP (Kartu Tanda Penduduk), manusia pada foto tersebut adalah *positive shape*, dan latar merah atau biru adalah *negative space*.



Gambar 2.3. *Negative & Positive Space*

(Sumber: <http://egorman.weebly.com/uploads/2/1/2/4/21241956/2434551.jpg?511>, n.d.)

4. *Volume* adalah visual dengan 3D (tiga dimensi) yang memiliki panjang, lebar, dan kedalaman.



Gambar 2.4. Contoh Volume
(Sumber: <https://2.bp.blogspot.com/-hVf5vSOX7gA/T4SBwZXq8TI/AAAAAAAAABB4/s8ZORvGzG3Y/s1600/Volume.jpg>,

n.d.)

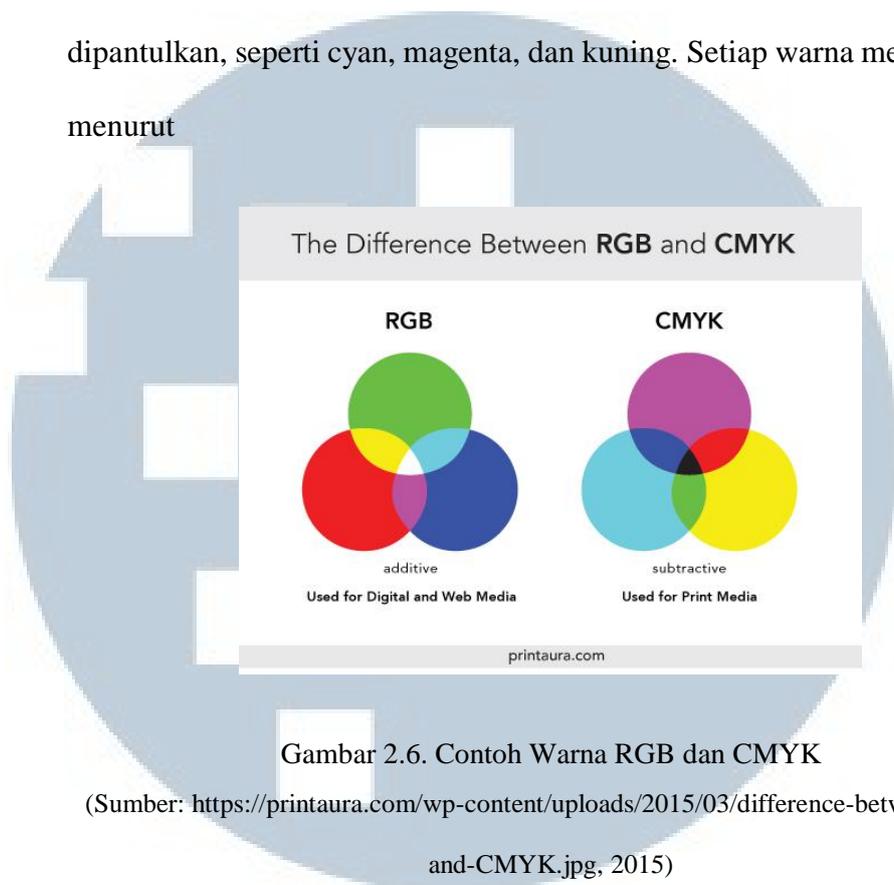
5. *Value* yang dimaksud adalah gelap terangnya suatu gambar. Cahaya menciptakan kontras dalam value sehingga terlihat bentuk, baik 2D maupun 3D. Kekontrasan value juga membantu memperlihatkan kedalaman pada suatu gambar.



Gambar 2.5. Contoh *Value* Terang ke Gelap
(Sumber: <https://www.sitepoint.com/principles-of-design-value/>, 2009)

6. *Color* atau warna adalah bagian dari elemen cahaya. Ketika cahaya menyinari kaca prisma segitiga, kita dapat melihat cahaya datang akan melalui kaca prisma segitiga dan terbagi menjadi berbagai warna. Warna terbagi menjadi dua jenis yaitu aditif dan subtraktif. Warna aditif adalah warna yang dihasilkan dari cahaya yang dipancarkan, seperti merah, hijau, biru. Warna subtraktif adalah warna yang dihasilkan dari cahaya yang

dipantulkan, seperti cyan, magenta, dan kuning. Setiap warna memiliki arti, menurut



Gambar 2.6. Contoh Warna RGB dan CMYK

(Sumber: <https://printaura.com/wp-content/uploads/2015/03/difference-between-rgb-and-cmyk.jpg>, 2015)

7. *Texture* atau tekstur adalah kualitas permukaan dari sebuah benda. Sifat tekstur dibagi menjadi dua yaitu, nyata dan ilusi. Maksud dari nyata adalah, dapat diraba dan dirasakan langsung dengan indera. Sementara ilusi, hanya dapat dilihat tapi tidak dapat dirasakan.



Gambar 2.7. Contoh Berbagai Macam *Texture*

(Sumber: <http://insidetheoutline.com/texture/>, 2016)

Davis mengatakan, ketika desain visual selesai dibuat, maka akan tercipta bahasa visual yang menyampaikan pesan kepada orang yang melihat ataupun merasakannya (2016, hlm. 4). Hampir setiap desain, khususnya komik memiliki desain visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada pembaca. Bertolak belakang dengan sebuah pepatah ‘jangan menilai buku dari sampulnya’, karena nyatanya visual adalah hal yang paling dipersepsi pertama. Contohnya, seorang pembaca yang takut membaca komik bertema horror, ia tidak akan tertarik dengan sampul depan komik horror yang cenderung menggunakan warna gelap, dengan gambar kuburan dan tengkorak. Pembaca tersebut sudah mempresepsikan konsep sebuah komik dari sampul depan tersebut.

Hashimoto dan Clayton, mendefinisikan visual dan elemen-elemennya secara luas. Visual yang didefinisikan dapat diterapkan pada berbagai divisi dari desain. Sementara itu, Friedman menjelaskan arti visual atau gambar pada desain permainan. Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa visual adalah hal yang dipresepsi manusia menggunakan indera mata. Dari analisa ini, dapat disimpulkan bahwa desain visual pada komik adalah proses desainer menyelesaikan masalah desain melalui visual agar konsep komik dan informasi tersampaikan pada calon pembaca dan pembaca.

2.2. *Interactive Media Design*

Manusia tak bisa terpisahkan dari perkembangan teknologi di sekitar lingkungan. Hampir setiap hari, orang-orang tak jauh dari peralatan teknologi, seperti smartphone, komputer, tablet, dsb. Kegiatan yang mereka lakukan menggunakan teknologi tersebut, bermacam-macam, ada yang mendengarkan lagu, bermain

game, berkirim pesan via media sosial, dll. Hal tersebut bukan hanya karena mesin yang canggih, tetapi juga desain interaksi yang berguna. Dari fenomena itulah, muncul studi yang mempelajari desain komunikasi, faktor manusia, dan interaksi manusia dengan komputer (Saffer, 2010). Hasil akhir dari studi ini adalah media interaktif.

England dan Finney berpendapat bahwa media interaktif adalah media digital yang mengombinasikan teks, gambar, gambar bergerak dan suara dalam suatu lingkungan digital sehingga orang dapat berinteraksi dengan data-data tersebut. Lingkungan digital yang beliau maksud dapat berupa, internet, telekomunikasi, dan televisi digital interaktif. Tapi, beliau juga mengatakan bahwa konsep utama dari media interaktif adalah 'interaktivitas', 'media', dan 'platform' atau alat dimana media interaktif dapat dijalankan (2011, hal. 2). Hal ini dapat dirasakan secara langsung ketika berinteraksi dengan salah satu contoh teknologi terdekat manusia kini, smartphone. Dalam smartphone, manusia berinteraksi dengan software yang terdiri dari berbagai macam media yang hanya dapat berfungsi di smartphone tersebut.

Penulis menyimpulkan, studi ini mempelajari mengenai gabungan berbagai media yang dibuat interaktif dengan pengguna yang dibatasi pada platform yang sudah ditentukan. Hasil dari studi ini, adalah suatu multimedia yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Berbeda dengan desain visual lainnya yang tidak memiliki interaksi, yang hanya seperti komunikasi satu arah antara pencipta dan penikmat. Dengan adanya interaksi ada komunikasi dua arah, antara pencipta

dengan pengguna. Contoh produk dari studi ini dapat berupa, permainan video, situs web, aplikasi smartphone, dsb.

2.3. Komik

Istilah komik dipopulerkan oleh Amerika Serikat pada akhir abad 19. Komik tersebut pendek dan dipublikasikan setiap hari Minggu di koran. Komik yang pertama kali dipublikasikan berjudul “The Yellow Kid” yang muncul pada tahun 1896 (Lee, 2010, hlm. 14). Namun, Kukkonen (2013) mengatakan bahwa awal keberadaan komik dapat ditemukan pada relief dinding-dinding bangunan pada Mesir Kuno (hlm. 99). Hal ini dapat membuktikan bahwa sebelum media kertas muncul, manusia sudah mengukir gambar dan menyusunnya menjadi sebuah cerita. Bahkan menurut Soedarso (2015), relief pada Candi Borobudur bisa dikatakan sebagai cikal bakal komik (hlm. 496).

Kata ‘komik’ adalah kata serapan dari bahasa Inggris ‘comic’. Kata komik memiliki berbagai macam definisi dari berbagai sumber pustaka. McCloud mendefinisikan komik sebagai deretan gambar yang disusun sedemikian rupa untuk menyampaikan pesan atau menghasilkan estetika pada pembaca (1994, hlm. 9). Soedarso berpendapat bahwa komik merupakan sebuah susunan gambar dan kata untuk menyampaikan informasi kepada pembaca (2015, hlm. 497). Kukkonen (2013) berpendapat bahwa komik adalah media yang menggunakan gambar, kata-kata, dan urutan untuk menyampaikan narasi (hlm. 4). De Lima et al. (2013) berpendapat serupa dengan Kukkonen, dengan menambahkan unsur lain dalam elemen teks seperti balon dialog, caption, dan efek suara sebagai pelengkap definisi komik (hlm. 4).

Beberapa studi membuktikan komik berguna untuk mempermudah proses pembelajaran, sehingga pada tahun 1970, komik yang pernah mendapat pandangan buruk, kembali dipublikasi bahkan digunakan untuk edukasi. Marianthi et al. (2007) memberikan beberapa alasan komik menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan informasi:

1. Sifat alamiah manusia yang tertarik pada gambar menarik dan mempertahankan motivasi membaca pembaca.
2. Gabungan gambar (terutama ekspresi wajah manusia) dan teks menceritakan kisah yang dapat mengoneksi hubungan emosional pembaca dan karakter komik.
3. Media informasi melalui teks bersifat permanen, tapi karena komik memiliki gambar dan teks, maka pembaca dapat menentukan tempo membacanya.
4. Menjadi perantara antara cerita yang terkadang bertopik berat dan pembaca pemula, sehingga menciptakan pengalaman yang baru.
5. Memopulerkan media literasi dan mendorong pembaca untuk lebih kritis terhadap gaya hidup, mitos dan nilai kehidupan.
6. Mengembangkan kemampuan berpikir analitis dan kritis (hlm. 2).

Komik menyebar ke berbagai benua, sehingga cara penyampaian informasi disesuaikan dengan kebudayaan masing-masing. Dari semua negara yang membuat komik, hanya Amerika dan Jepang yang memiliki ciri khas tersendiri. Komik yang berasal dari Amerika biasa disebut, komik barat atau komik Amerika, sedangkan dari Jepang disebut, manga. Reynal (2012) membedakan kedua komik berdasarkan

bahasa, arah baca, warna, panjang kata, cerita, dan penerbitan (hlm. 2). McCloud (seperti dikutip dari Cohn et al., 2012) menambahkan dua pembeda yaitu subyektivitas dan titik fokus saat transisi panel (hlm. 3). Berikut tabel perbandingan antara komik barat dan manga:

Tabel 2.1. Perbandingan komik barat dan *manga*

| Pembeda | Komik Amerika/Barat | Komik Jepang/ <i>manga</i> |
|---------------------------------|---|--|
| Bahasa | Inggris | Jepang |
| Arah Baca | Kiri ke kanan | Kanan ke kiri |
| Warna | Umumnya berwarna | Umumnya tidak berwarna/hitam-putih |
| Panjang Kata | Banyak kalimat yang ditulis dalam dialog | Kalimat yang ditulis dalam dialog sedikit |
| Cerita | Pendek | Panjang |
| Penerbitan | <i>Paperback</i> atau <i>hardback</i> | Majalah dan <i>paperback</i> |
| Subyektivitas | Obyektif - Pembaca dapat melihat berbagai sudut pandang | Subyektif - Pembaca hanya dapat melihat dari sudut pandang karakter utama |
| Titik Fokus saat Transisi Panel | Fokus pada perpindahan antar karakter (<i>one character to another</i>) dan sebuah adegan | Fokus tidak hanya pada adegan, tapi pada objek tertentu yang di dalam adegan tersebut(<i>panel amorphic</i>) |

De Lima et al. (2013) juga mengatakan bahwa cara mudah untuk mengerti komik adalah dengan melihat strukturnya. Arnott (2009), juga memiliki pendapat yang cukup sama yaitu, panel, gutter atau spasi di luar panel, balon teks, splash ballons atau balon teks khusus teks dramatis dan penunjuk balon teks. Muzumdar (2016), juga memiliki pendapat serupa dengan Gumelar dan Arnott, hanya ia menambahkan closure yang adalah bagian dari elemen gutter (hlm. 3).

Menurut De Lima et al. (2013) setiap halaman memiliki beberapa panel di dalamnya, di dalam panel menyampaikan cerita melalui tiga elemen visual. Tiga elemen visual terdiri dari figuratif, ikonik, dan tekstual. Elemen figuratif adalah karakter dan segala yang berhubungan seperti tindakan, ekspresi dan sikapnya. Elemen ikonik adalah berbagai macam balon teks, untuk mengatakan apa yang dikatakan, dipikirkan, dan kotak narasi. Elemen tekstual adalah kata-kata yang terdapat di dalam elemen ikonik. Elemen-elemen komik menurut beliau adalah panel, gutter, caption, balon teks (hlm. 4). Berikut adalah kesimpulan penulis tentang elemen-elemen komik berdasarkan pendapat beberapa sumber:

1. Cerita

Seperti yang sudah didefinisikan beberapa sumber lain, setiap komik pastinya bertujuan menyampaikan informasi atau pesan. Muzumdar mengatakan, cerita pada komik umumnya disampaikan lebih dominan pada gambar dibanding teks (2016, hlm. 2). Dengan gambar dan teks, pembaca mengikuti alur cerita serta menghubungkan pembaca dan pencerita melalui narasi yang dilakukan karakter (Kukkonen, 2013, hlm. 31).

2. Panel

Panel adalah unit dasar dari sebuah komik yang berisi sebuah ilustrasi. Biasanya panel berbentuk persegi atau persegi panjang, terkadang berbentuk lingkaran (Arnott, 2009). Menurut Muzumdar (2016) panel adalah wadah penyampaian narasi dalam sebuah komik. Untuk menyampaikan narasi, sebuah panel tidak bisa berfungsi sendiri. Setiap panel saling berhubungan dan menciptakan suatu transisi yang

meyampaikan narasi (Arnott, 2009; Muzumdar, 2016). Spasi di luar panel adalah gutter yang sempit dan teratur dan tidak ada gambar apapun (Arnott, 2009).

3. Gambar atau Ilustrasi

Koendoro berpendapat bahwa komik tidak dapat dikatakan komik jika tidak memiliki gambar (hlm. 31). Zeegen (2012) berpendapat bahwa ilustrasi dapat dikatakan baik jika dapat mengajak pembaca untuk terlibat aktif untuk mengerti arti pesan tersebut. Agar dapat menciptakan ilustrasi yang baik, seorang komikus haruslah kreatif dan memiliki ide pemecahan dari suatu masalah (hlm. 20).

4. Karakter

Karakter selalu melayani cerita (Tillman, 2011). Keberadaan karakter adalah untuk mendukung jalannya cerita. McCloud (2006) mengatakan bahwa karakter tidak harus berwujud manusia, kuncinya adalah makhluk yang hidup dan manusiawi (hlm. 58-59).

5. Balon Kata

McCloud (2006) mendefinisikan balon teks adalah sebuah alat yang membantu memvisualkan suara atau bunyi.

6. Kata-kata

Kata-kata adalah hal yang utama dalam seni membuat komik. Dengan adanya teks, dapat memunculkan perasanaan, sensasi dan konsep abstrak yang ada pada gambar (McCloud, 2006). Koendoro mengatakan bahwa teks dalam komik dapat berupa dialog, monolog, narasi, dan efek suara (2007).

Dewasa ini, muncul istilah *Webtoon* yang terdiri dari kata ‘Web’ dari World Wide Web dan ‘toon’ dari *cartoon*. *Webtoon* adalah komik digital yang dipublikasi melalui internet (Lee, 2017, hlm. 12). Istilah *Webtoon* yang bermula dari Korea Selatan tahun 2000 ini, juga memiliki istilah lain seperti ‘*mobile cartoon*’, komik digital, dan *web manhwa*. Hal yang membuat *webtoon* berbeda adalah formatnya yang mengikuti situs web, sehingga panel-panel pada komik disusun secara vertical. Selain itu, beberapa *webtoon* ada tambahan animasi, suara dan tombol yang memiliki reaksi (Lynn, 2015).

Karena berbasis internet, *webtoon* dapat dinikmati di berbagai negara. Dipelopori oleh perusahaan web Naver, yang memulai mengekspor *webtoon* dengan menerjemahkannya ke dalam berbagai bahasa melalui ‘LINE Webtoon’. Di Indonesia, aplikasi *smartphone* ‘LINE Webtoon’ muncul pada tahun 2015. Aplikasi ini adalah wadah bagi pembaca, untuk membaca *webtoon*, serta bagi komikus baik amatir maupun berpengalaman untuk berbagai karya secara gratis. Aplikasi ini sedang populer di Indonesia terbukti dari jumlah 6 juta pembaca dan 65 *webcartoonist* dan akan terus bertambah (Detik HOT, 2017).

2.3.1. Cerita

Seperti yang telah didefinisikan beberapa ahli, dalam setiap komik pastinya ada pesan yang ingin disampaikan. Dalam buku “Stan Lee How to Write Comics”, Lee (2011) mengatakan bahwa setiap komik berawal dari cerita. Dalam buku “Contemporary Comics Storytelling”, Kukkonen (2013) menjelaskan, cerita dalam komik ada agar membangun imajinasi pembaca, dimaknai oleh pembaca dan dapat diceritakan kembali (hlm. 7). Menurut McCloud dalam bukunya “Making Comics”,

sebuah cerita dalam komik haruslah jelas, persuasif, dan menarik. Hal tersebut dilakukan agar pembaca mengerti dan peduli dengan apa yang diceritakan (2006, hlm. 8-9). Dapat disimpulkan bahwa cerita membantu pembaca imersif dalam komik, sehingga pembaca berempati, mengerti apa yang dimaksud komikus dan dapat menceritakannya kembali.

Cerita memiliki berbagai jenis, salah satunya adalah fabel. Fabel berasal dari Bahasa Latin *fabula*, yang berarti ceramah atau kisah (Wolosky, 2014). Suprihatin (2015) menyimpulkan bahwa fabel adalah cerita fiksi mengenai kehidupan hewan yang berperilaku seperti manusia. Beliau menambahkan bahwa fabel sering disebut cerita moral karena fabel memiliki pesan moral (hlm. 42). Fabel memiliki ciri-ciri, karakter hewan, bersifat persuasif untuk melakukan kebaikan, dan cerita pendek.

Cerita yang sudah ada, dikonversi menjadi kumpulan gambar yang berurutan dan kata-kata seperlunya (McCloud, 2006, hlm. 9). Berbeda dengan Meskin (2007), berpendapat bahwa kata-kata bukan suatu hal yang sangat esensial (hlm. 372). Mengingat eksistensi komik bisu, komik juga dapat bercerita tanpa teks. Tapi, dalam studi ini, penulis membahas komik yang memiliki teks. Dalam proses mengonversi cerita menjadi komik, ada banyak elemen-elemen komik yang harus diperhatikan. McCloud (2006) menyederhanakan proses tersebut menjadi lima dasar:

1. *Choice of Moment*

Menentukan mana momen-momen yang tepat dan berhubungan dengan cerita untuk diceritakan dalam komik. Juga menentukan momen yang kurang efisien dalam menjelaskan cerita.

2. *Choice of Frame*

Menentukan isi daripada panel, seperti jarak dan sudut yang tepat untuk memperlihatkan momen tersebut.

3. *Choice of Image*

Menggambarkan isi panel yang sudah ditentukan. Membuat setiap momen dalam panel menjadi lebih hidup.

4. *Choice of Word*

Menentukan kata-kata yang tepat yang menginformasikan hal penting, sesuai, dan seimbang dengan gambar.

5. *Choice of Flow*

Menentukan alur panel. Dimana komikus menuntun pembaca membaca dari panel ke panel berikutnya sehingga membentuk suatu cerita.

2.3.2. Panel

Menurut Kukkonen (2013), gambar cocok untuk menampilkan cerita, sementara kata-kata cocok untuk menyampaikan cerita. Dalam komik, terdapat keduanya yaitu gambar dan teks yang harus disusun berurutan. Dalam sebuah panel, biasanya terdapat gambar, teks, serta urutan. Memang dalam sebuah panel, bisa saja hanya terdapat gambar saja tanpa teks. Panel tidak dapat berdiri sendiri karena setiap panel memiliki aksi (McCloud, 2006). Jika beberapa panel disusun, maka akan terlihat

sebuah cerita. Dalam sebuah komik, komikus harus bisa menentukan kapan ia harus mengaplikasikan jenis transisi pada panel-panel. Berikut berbagai macam transisi menurut McCloud (2006, hlm. 11-17):

1. *Moment to Moment*

Beberapa panel yang tersusun menggambarkan setiap momen dari sebuah gerakan yang sederhana dan singkat seperti, membuka mata, menoleh ke belakang, dsb. Tipe transisi ini berguna untuk memperlambat suatu gerakan, menambah ketegangan, menggambarkan perubahan-perubahan kecil, dan menampilkan gerakan seperti film dalam komik.



Gambar 2.8. Contoh Transisi *Moment to Moment*
(McCloud, 2006, hlm. 16)

2. *Action to Action*

Transisi beberapa panel yang menunjukkan sebuah subyek (dapat berupa orang, objek, dll) yang sedang melakukan beberapa rangkaian kegiatan. Transisi ini terkenal akan tingkat efisiensinya. Komikus hanya perlu menggambarkan satu momen dalam setiap kegiatan. Transisi ini berguna untuk mempercepat alur cerita, tapi kecepatan alur cerita masih terjaga.



Gambar 2.9. Contoh Transisi *Action to Action*
(McCloud, 2006, hlm. 16)

3. *Subject to Subject*

Transisi beberapa panel yang menunjukkan pergantian lebih dari satu subyek dalam satu adegan. Transisi ini efisien untuk mempercepat cerita dengan mengubah sudut pandang untuk mengarahkan perhatian pembaca sesuai keperluan komikus.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.10. Contoh Transisi *Subject to Subject*
(McCloud, 2006, hlm. 16)

4. *Scene to Scene*

Transisi yang menggambarkan jarak yang signifikan antar ruang atau waktu. Transisi ini membantu untuk memadatkan cerita, tetapi masih dapat memperlihatkan jarak ruang atau waktu yang signifikan.



Gambar 2.11. Contoh Transisi *Scene to Scene*
(McCloud, 2006, hlm. 17)

5. *Aspect to Aspect*

Transisi yang menggambarkan aspek satu ke aspek lainnya untuk menunjukkan tempat, ide atau suasana. Transisi ini dapat digunakan untuk menciptakan sensasi dan suasana yang kuat dari sebuah tempat.



Gambar 2.12. Contoh Transisi *Aspect to Aspect*
(McCloud, 2006, hlm. 17)

6. *Non Sequitur*

Transisi panel yang tidak ada hubungannya sama sekali baik dari segi gambar maupun teks. Biasanya digunakan untuk komik ekperimental.

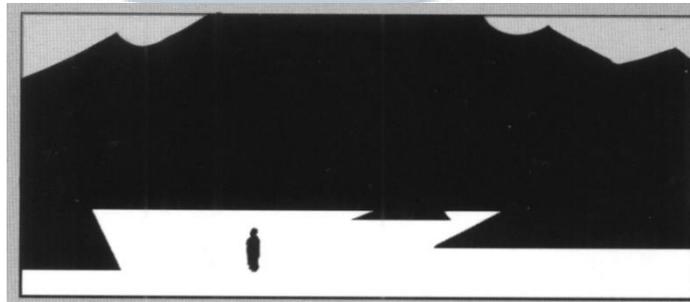


Gambar 2.13. Contoh Transisi *Non Sequitur*
(McCloud, 2006, hlm. 17)

Salah satu cara mengonversi cerita menjadi susunan panel dengan *choice of frame*. Suatu proses dimana komikus menentukan jarak untuk menggambarkan aksi. Gambar panel terkadang memiliki latar belakang untuk mendukung cerita tersebut. Hal ini bertujuan memberitahu informasi latar tempat pada pembaca. Agar pembaca mengetahui latar tempat, maka diperlukan *Establishing Shot*. Berikut adalah beberapa jenis *shot* menurut McCloud (2006) dan Mateu-Mestre (2010, hlm. 25):

1. *Long-Shot*

Teknik pengambilan gambar jenis ini, diambil dari jarak yang sangat jauh. Jenis ini untuk memunculkan sensasi umum dalam suatu adegan. *Shot* ini menampilkan karakter serta dengan lingkungan sekitar karakter.



Gambar 2.14. Contoh *Long Shot*
(Mateu-Mestre, 2010, hlm. 25)

2. *Medium Shot*

Jenis pengambilan gambar ini masih sedikit mirip dengan *long shot*. Dalam panel ini karakter dan latar belakang masih terlihat, tidak sejauh *long shot*. Latar tempat ada yang terpotong tanpa mengurangi makna gambar tersebut.



Gambar 2.15. Contoh *Medium Shot*
(Mateu-Mestre, 2010, hlm. 25)

3. *Close-Ups*

Teknik pengambilan gambar jenis ini lebih memfokuskan pada wajah karakter. Jenis *shot* ini untuk menunjukkan reaksi karakter pada situasi atau benda pada lingkungan sekitarnya. Pada panel ini, reaksi karakter lebih penting daripada lingkungan sekitarnya.



Gambar 2.16. Contoh *Close up shot*
(Mateu-Mestre, 2010, hlm. 25)

Choice of Frame berhubungan dengan latar belakang, mengingat fungsinya juga untuk memberi informasi kepada pembaca mengenai latar tempat (hlm. 23). Beliau juga mengatakan bahwa latar belakang dapat menambah imersi pembaca, seolah pembaca sedang keluar dari cerita dan merasakan dunia dalam komik tersebut. Lee (2010) juga menambahkan bahwa tanpa latar belakang, tidak ada kehidupan (hlm. 102). Beliau menekankan bahwa, untuk menciptakan latar

belakang yang bagus, harus memperhatikan detail di sekitar komikus. Berikut adalah pendapat McCloud dalam menciptakan latar belakang yang imersif, yaitu:

1. *Expansion*

Gambar dalam panel diperbesar hingga melebihi garis panel. Tujuannya, agar menciptakan ilusi ruang yang luas seolah pembaca sedang melihat ke dalam panel.

2. *Detail*

Penambahan detail dan tekstur yang tepat pada latar belakang, dapat memicu ingatan pembaca mengenai sensasi objek tersebut, seperti, baunya, suaranya, dll.

3. *Wordless*

Menghilangkan kata pada latar belakang menciptakan keheningan. Keheningan tersebut memungkinkan pembaca untuk berhenti sejenak dan mengeksplor dunia tersebut.

4. *Angle*

Menentukan sudut penggambaran panel, hal ini juga berhubungan dengan *establishing shot*.

5. *Sense of Depth*

Menentukan kedalaman ruang dalam suatu panel, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan ukuran benda yang sebenarnya agar latar belakang terkesan melingkupi pembaca.

2.3.3. Karakter

Tillman berpendapat, karakter ada untuk mendukung jalannya cerita (2011, hlm. 5). Bahkan, desain karakter menjadi kunci kesuksesan dari berbagai media komik, novel grafis, ataupun animasi (Islam et al., 2011, hlm. 17). Dalam proses pembuatan karakter, tidak hanya dibutuhkan kemampuan gambar, tapi juga simpati pembaca agar karakter tersebut menjadi lebih hidup (McCloud, 2006, hlm. 58). Karakter dalam komik tidaklah harus berbentuk manusia, bisa saja hewan, robot, atau bahkan benda disekitar manusia. McCloud (2006) mengatakan, kunci untuk menggambar karakter yang terlihat hidup adalah simetris bilateral dan menggambar makhluk yang terlihat hidup. Beliau juga mengatakan, ada tiga hal penting agar sebuah karakter menjadi lebih hidup, yaitu desain karakter, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh (hlm. 59-62).

Ada tiga hal yang harus diperhatikan ketika mendesain karakter, yaitu:

1. Kehidupan Pribadi

Hal-hal tak terlihat yang membuat karakter tersebut hidup seperti, kepribadian, cara berpikir, tujuan, latar kehidupan, dan pengalaman hidup. Kehidupan pribadi karakter, memengaruhi cara pandang dan berpikirnya. Dalam proses pembuatan ini, komikus dapat menggunakan *archetypes* (McCloud, 2006, hlm. 68-69). *Archetypes* adalah pengelompokan sifat dan perilaku karakter dalam grup tertentu. Berikut adalah *archetypes* yang dibuat ahli psikologi Carl Jung (dikutip dari Tillman, 2011):

a. Hero

Pahlawan sering didefinisikan memiliki sifat positif seperti, pemberani, tulus, suka menolong yang lain, dll.

b. Shadow

Agar cerita menarik, protagonis haruslah memiliki musuhnya. Ia sering dilihat kejam, misterius, tidak mengenakan, jahat, dll.

c. Fool

Karakter yang terlihat kebingungan dan menjatuhkan orang lain ke situasi tak mengenakan. Ia berusaha untuk memperbaiki kesalahan tapi pada akhirnya jatuh ke dalam masalah.

d. Anima/animus

Anima adalah rekan wanita dari hero pria, sedangkan animus rekan pria dari hero wanita. Karakter ini mempresentasikan hasrat seksual dan selera pembaca.

e. Mentor

Karakter yang menyadarkan hero akan kemampuan sesungguhnya. Biasanya digambarkan dengan orang yang tua, karena budaya menganggap orang yang lebih tua, lebih bijak.

f. Trickster

Karakter yang abu-abu, tidak baik dan tidak jahat. Ia hanya melakukan hal yang menguntungkan bagi dirinya sendiri. Memiliki mental yang kuat sehingga menjadi musuh yang harus dikalahkan hero dahulu, sebelum siap melawan shadow (hlm. 11-20).

Archetype hanyalah alat bantu mengelompokan karakter dalam suatu cerita, bukan aturan wajib. Pada akhirnya, ada juga beberapa desain karakter yang berbeda dengan aturan ini. McCloud (2006) berpendapat, bahwa manusia adalah makhluk yang kompleks. Jika kekomplekan tersebut diterapkan dalam karakter, maka karakter akan terasa semakin hidup. Kehidupan pribadi karakter haruslah berwarna, agar tidak terpaku pada stereotipe (hlm. 69).

2. Pembeda Visual

Variasi dan pembeda desain visual karakter dalam komik, agar pembaca dapat membedakan setiap karakter. Penampilan karakter akan menjadi penguat visual bagi pembaca agar mengingat karakter tersebut. Apapun gaya gambar yang digunakan komikus, setiap karakter memiliki bentuk dan ukuran penampilannya yang khas. Beliau menyarankan untuk mencari referensi stereotipe fisik karakter, agar karakter mudah dikenali pembaca (McCloud, 2006, hlm. 70-73). Tillman (2011) menekankan pentingnya bentuk dan siluet dalam proses mendesain visual karakter (hlm. 67).

Tillman (2011) mendefinisikan bentuk sebagai dasar yang digunakan untuk mendefinisikan hal yang pasti dan kemungkinan dari kegunaannya. Bentuk dibagi menjadi tiga jenis yaitu, persegi, segitiga, dan lingkaran. Persegi memberi kesan stabilitas, kepercayaan, kejujuran, tertib, kenyamanan, keselarasan, kesetaraan, maskulin. Segitiga memberi kesan aksi, agresi, energi, kelicikan, konflik, ketegangan. Lingkaran memberi kesan kelengkapan, keanggunan, bermain-main, kenyamanan, kesatuan, perlindungan, kekanak-

anakan. Beliau menekankan pentingnya bentuk dasar dalam desain karakter untuk menentukan sifat karakter (hlm. 67-74).

Siluet pada karakter desain adalah garis luar karakter yang diwarnai hitam, seperti bayangan. Siluet adalah salah satu proses pembuatan karakter agar pembaca dapat mengenal karakter yang dibuat. Siluet lahir dari kombinasi berbagai macam bentuk yang dikenali saat berupa bayangan. Untuk menambahkan detail pada siluet, perancang dapat menambahkan beberapa garis putih (hlm. 75-77).

3. Ciri khas

Ciri khas sebuah karakter dapat ditampilkan pada bahasa tubuhnya, ekspresi wajah, cara berbicara, dan ciri khas lainnya. Hal yang terutama adalah membuat karakter tersebut unik (McCloud, 2006, hlm. 76-77).

Bancroft (2006) mengatakan bahwa, sebelum menggambar karakter perlu menentukan hierarki karakter. Menurut beliau, hierarki karakter adalah menentukan tingkat kedetilan suatu karakter. Hierarki karakter memiliki tingkat kedetailan yang berbeda mulai dari penggambaran yang sederhana sampai realistik. Berikut adalah 6 kategori hierarki menurut Bancroft (2006, hlm. 18-20):

1. Ikonik

Jenis hierarki ini memiliki teknik penggambaran yang paling sederhana. Biasanya, bentuk matanya hanya lingkaran hitam tanpa detail lain seperti pupil. Contoh karakter hierarki ikonik adalah, Hello Kitty, Mickey Mouse versi awal, dll.



Gambar 2.17. Hello Kitty

(Sumber: <https://www.sanrio.com/categories/hello-kitty>, n.d.)

2. *Simple*

Jenis hierarki ini tidak sesederhana hierarki ikonik. Jenis ini lebih memiliki proporsi yang lebih detail dan wajah yang lebih ekspresif dibanding karakter ikonik. Jenis karakter ini biasanya digunakan untuk animasi TV dan internet. Contoh karakter hierarki *simple* adalah, Fred Flinstones, Sonic the Hedgehog, Dexter's Lab, dll.

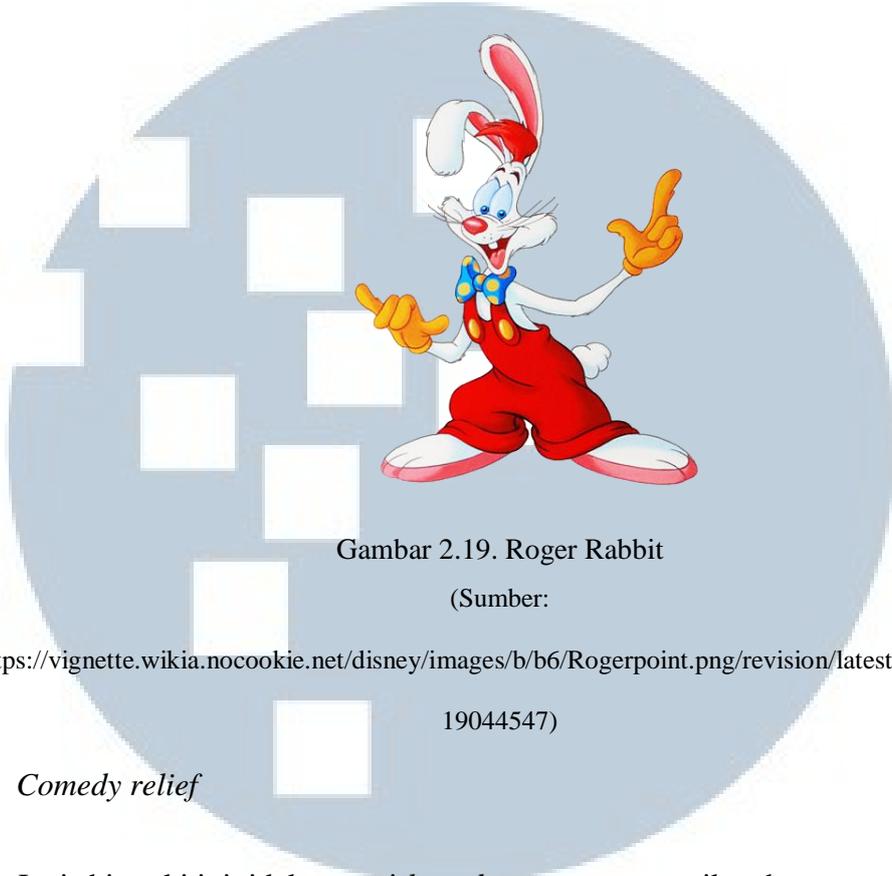


Gambar 2.18. Fred Flinstones

(http://static.tvtropes.org/pmwiki/pub/images/fred_flintstone_5.jpg, n.d.)

3. *Broad* (Luas)

Jenis hierarki ini lebih ekspresif daripada jenis ikonik dan *simple*. Hierarki jenis ini memiliki mata dan mulut yang besar untuk menunjukkan ekspresi humoris yang ekstrim. Contoh karakter hierarki *broad* adalah, Roger Rabbit, dll.



Gambar 2.19. Roger Rabbit

(Sumber:

<https://vignette.wikia.nocookie.net/disney/images/b/b6/Rogerpoint.png/revision/latest?cb=20131219044547>)

4. *Comedy relief*

Jenis hierarki ini tidak seperti *broad* yang menyampaikan humor secara visual, tapi melalui tindakan dan percakapan. Ia tidak memiliki ekspresi seluas seperti jenis *broad*. Fitur wajahnya pun juga tidak seekspresif jenis *broad*. Contoh karakter hierarki *comedy relief* adalah, Nemo, Mushu, Kronk, dll.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.20. Mushu

(<https://vignette.wikia.nocookie.net/ssb/images/1/10/Mushu.png/revision/latest?cb=201511132346>

15)

5. *Lead character*

Jenis hierarki ini memiliki ekspresi wajah, tindakan dan anatomi yang cukup realistik. Dengan menggunakan karakter berhierarki ini, audiens dapat saling terkait dengan karakter. Contoh karakter hierarki *lead character* adalah, Aurora dari *Sleeping Beauty*, Cinderella, Moses dari *Prince of Egypt*, dll.



Gambar 2.21. Cinderella

(Sumber: http://4.bp.blogspot.com/-mvMgSR-iO_I/URTvthqOwdI/AAAAAAAAAj20/C2fBnMqrXg8/s1600/bluecinderella.jpg)

6. Realistik

Jenis hierarki ini memiliki tingkat realisme yang tinggi dalam tingkatan hierarki. Desainnya tidak sampai mencapai tingkat fotorealisme, dan masih ada sentuhan karikatur. Biasanya digunakan dalam film dengan banyak monster, karakter komik, dan beberapa animasi dengan grafis komputer. Contoh karakter hierarki realistik adalah Putri dalam animasi *Shrek*, sebagian besar karakter komik, dll.



Gambar 2.22. Karakter Batman dalam komik *Batman*

(Sumber: <https://i.imgur.com/S3OGqV6.jpg>)

Seperti yang telah dikatakan McCloud (2006), karakter tidaklah harus terlihat manusia, yang terpenting adalah terlihat hidup. Ketika cerita menggunakan karakter hewan, proses tersebut disebut antropomorfisme (Jardim, 2011). Menurut Encyclopædia Britannica (seperti dikutip Jardim, 2011), antropomorfisme adalah pengaplikasian bentuk manusia atau karakteristik manusia lainnya ke sesuatu yang

bukan manusia. Antropomorfisme bukan hanya hewan, tetapi mitologi, personifikasi dewa, benda-benda bergerak seperti karakter dalam film *Cars*.

Burke (seperti dikutip Jardim, 2011) juga mengatakan bahwa, karakter hewan dapat digunakan untuk mengeksplor topik-topik berisiko tinggi seperti politik, religi, sosial, dengan nyaman (hlm. 2). Beliau juga mengatakan bahwa, hewan selalu berada di dekat manusia, baik hewan peliharaan atau hanya bertemu di lingkungan sekitar. Beiman (seperti dikutip Jardim, 2011) juga menambahkan bahwa, sejak dahulu hewan-hewan sudah digunakan sebagai simbolisasi kelemahan manusia. Delgaudio (seperti dikutip Jardim, 2011) mengatakan, kunci sukses merancang karakter hewan adalah dengan mengimitasi sifat manusia (hlm. 10). Contoh karya-karya yang berkarakter hewan adalah Robin Hood (karya Walt Disney, 1973), Kung Fu Panda, Blacksad, dll.

Donahue, mengatakan bahwa untuk menciptakan karakter hewan, pertama menentukan cerita. Pada cerita dimana ada hewan dan manusia, bentuk hewan tergambar dengan jelas, seperti dalam film “101 Dalmatians” (1961). Jika, di dunia tanpa manusia, bentuk tubuhnya seperti manusia tetapi juga seperti hewan, contohnya “Robin Hood” (1973). Jika di dunia dimana karakter hewan manusiawi berinteraksi dengan hewan, pada umumnya karakter hewan tersebut akan lebih seperti manusia. Bancroft (2006), mengatakan bahwa untuk menciptakan karakter hewan, seorang karakter desainer harus mengetahui sifatnya. Jika sifatnya lebih kepada hewan, dapat menggunakan proporsi dan bentuk realisme. Jika sifatnya lebih manusiawi, dapat menggambarkan dengan proporsi ‘Anthropomorphic’ (hlm. 83).

2.3.4. Balon Kata & Kata-kata

Menurut McCloud (2006) teks adalah kata-kata yang dapat membantu komikus mengomunikasikan gambar pada panel. Menurut beliau, dengan ada teks pada komik, dapat membangkitkan perasaan, sensasi dan konsep abstrak yang tidak dapat hanya dijelaskan melalui gambar. Penggunaan teks dan gambar harus seimbang, tergantung dari penggunaannya. Terkadang teks lebih dominan daripada gambar, tapi terkadang gambar lebih dominan daripada teks. Berikut adalah 7 jenis kombinasi teks dan gambar menurut McCloud (2006, hlm. 128-130):

1. *Word-Specific*

Kata-kata memberikan informasi utama kepada pembaca, sementara gambar hanya menjelaskan kalimat. Kombinasi ini berguna untuk membuat komik pendek dan untuk mempercepat cerita.



Gambar 2.23. Contoh kombinasi *Word-Specific*
(McCloud, 2006, hlm. 130)

2. *Picture-Specific*

Gambar memberikan informasi utama kepada pembaca, sementara kata-kata hanya mendukung gambar tersebut. Susunan panel dengan gambar tertentu, sudah cukup untuk memberikan informasi secara langsung. Tapi, dengan adanya kata-kata yang berkombinasi jenis ini, dapat membuat komik lebih

menarik. Misal untuk memunculkan suara-suara sekitar lingkungan, atau memberi informasi lebih mengenai kehidupan pribadi karakter.



Gambar 2.24. Contoh kombinasi *Picture-Specific*
(McCloud, 2006, hlm. 130)

3. *Duo-Specific*

Kombinasi antar gambar dan kata-kata memberikan informasi yang sama.



Gambar 2.25. Contoh kombinasi *Duo-Specific*
(McCloud, 2006, hlm. 135)

4. *Intersecting*

Gambar dan kata-kata bekerja sama menghasilkan suatu informasi yang berdiri sendiri. Menurut McCloud (2006), jenis kombinasi ini berguna dan sering

ditemukan pada komik. Jika salah satunya berdiri sendiri, hanya memberikan sebagian dari informasi yang ingin disampaikan.



Gambar 2.26. Contoh kombinasi *Intersecting*
(McCloud, 2006, hlm. 130)

5. *Interdependent*

Kombinasi kata dan gambar untuk menyampaikan suatu ide yang jika kata atau gambar terpisah tidak dapat berdiri sendiri. Kata-kata dan gambar tidak saling menjelaskan satu sama lain, tidak seperti *duo-specific*, tapi hasil kombinasi menciptakan suatu informasi yang baru. Menurut McCloud (2006), kombinasi ini agak jarang terlihat, tapi jika diaplikasikan dengan tepat dapat memunculkan suatu pengalaman yang tak terlupakan.



Gambar 2.27. Contoh kombinasi *Interdependent*
(McCloud, 2006, hlm. 130)

6. *Parallel*

Kombinasi dimana gambar dan kata-kata yang tidak ada hubungannya sama sekali dan tidak menciptakan makna baru. Menurut McCloud, kombinasi ini biasa digunakan untuk estetika, dan percakapan transisi jenis *scene-to-scene* untuk menghemat tempat.



Gambar 2.28. Contoh kombinasi *Parallel*
(McCloud, 2006, hlm. 130)

7. *Montage*

Gambar dan kata-kata berkombinasi menjadi suatu gambar.



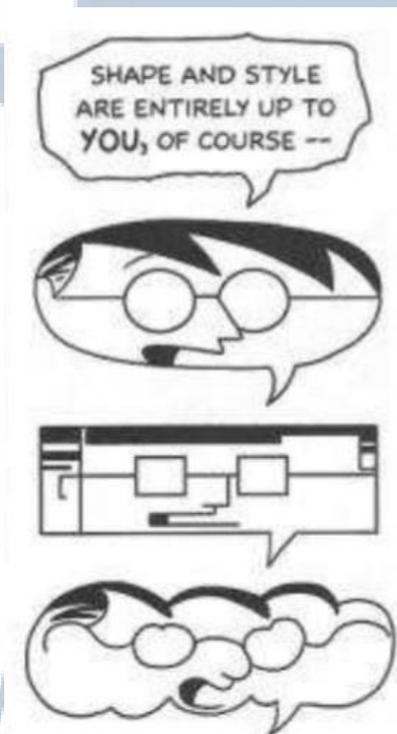
Gambar 2.29. Contoh kombinasi *Montage*
(McCloud, 2006, hlm. 130)

Menurut Eisner (seperti yang dikutip oleh McCloud, 2006), balon kata adalah alat untuk memvisualkan elemen suara dalam komik. Lee (2010) menjelaskan bahwa balon kata berguna untuk membantu memberi info volume dan

mood dalam suatu adegan (hlm. 170). McCloud (2006) mengingatkan bahwa ukuran balon teks untuk seimbang antara gambar dan kata-kata. Selain itu, perlu diingat untuk tidak memaksakan beberapa emosi dalam satu balon teks (hlm. 142-143). Berikut adalah beberapa bentuk dan fungsi balon teks menurut Piekos (n.y.) dan beberapa sumber lainnya:

1. *Speech or Dialogue Balloon*

Menurut Arnott (2009), balon percakapan biasanya berbentuk bulat dan mengandung kata-kata yang diucapkan suatu karakter. Sementara menurut McCloud (2006), bentuk balon teks dapat disesuaikan dengan gaya komikus masing-masing.



Gambar 2.30. Contoh *Speech or Dialogue Balloon*

(McCloud, 2006, hlm. 142)

2. *Burst Balloon*

Balon ledakan atau balon teriak digunakan saat seseorang berteriak dalam percakapan. Balon jenis ini memiliki duri yang tidak teratur.



Gambar 2.31. Contoh *Burst Balloon*

(Sumber: http://www.blambot.com/_images/grammar_shout.jpg, n.d.)

3. *Caption*

Ada empat jenis *caption* dalam komik, yaitu Lokasi & Waktu, Monolog, Lisan, dan Tajuk Rencana.



Gambar 2.32. Contoh *Caption* pada komik

(Sumber: http://www.blambot.com/_images/grammar_caps.jpg, n.d.)

4. *Joining Balloon-to-Balloon*

Dua balon kata bergabung biasanya dari suatu pokok ide yang sama. Piekos mengatakan bahwa, jika ada 2 atau lebih ekspresi dalam satu topik harus menggunakan jenis balon ini.



Gambar 2.33. Contoh *Joining Balloon-to-Balloon*

(Sumber: http://www.blambot.com/_images/grammar_joined.jpg, n.d.)

5. *Thought Balloon*

Balon pikiran, atau monolog, fungsinya hampir mirip dengan *caption* monolog, yaitu menyuarakan isi pikiran. Ekor balon terbuat dari beberapa lingkaran dan menunjuk kearah kepala karakter.



Gambar 2.34. Contoh *Thought Balloon*

(Sumber: http://www.blambot.com/_images/grammar_thought.jpg, n.d.)

6. *Wavy Balloon*

Balon berombak jenis ini, biasa digunakan ketika karakter dalam keadaan stress atau tekanan psikis. Kata-katanya terputus-putus, balon dan ekornya terlihat bergelombang.



Gambar 2.35. Contoh *Wavy Balloon*

(Sumber: http://www.blambot.com/_images/grammar_wavy.jpg, n.d.)

2.3.5. **Komik Digital Interaktif**

Media pembuatan komik seiring zaman berubah, mulai dari batu, kayu, kertas, sampai saat ini, digital. Perkembangan teknologi membuat proses pembuatan dan akses komik menjadi semakin mudah dan cepat. Akibat perkembangan teknologi 10 tahun terakhir, permintaan buku dan komik digital bertambah (Lombard-Cook, 2015, hlm. 15). Komik digital pertama adalah DriveThruComics.com pada tahun 2005, website tersebut menyediakan jasa beli komik digital. Sekarang, sudah banyak tempat transaksi buku dan komik digital seperti Amazon Kindle, Scribd, dsb bahkan mulai ada komik digital gratis seperti LINE Webtoon, Tapastic, dsb.

Komik digital masih terus berkembang sehingga muncul, komik digital interaktif. Smith (2015) berpendapat bahwa komik digital membuat komik dapat

dinikmati dengan pengalaman yang berbeda dari komik hasil cetak. Terutama dengan adanya tambahan fitur, interaktivitas. Komik digital interaktif memfasilitasi pembaca berbagai control dan narasi yang lebih kompleks. Kedua pengalaman inilah yang sulit didapat dari komik hasil cetak (hlm. 11).

De Lima et al. (2013) memberitahukan tiga metodenya untuk membuat komik digital interaktif. Merencanakan narasi yang interaktif, menata panel seperti komik, dan interaktivitas dengan pembaca. Ia mengatakan ada tiga cara untuk menyusun narasi interaktif dengan pendekatan, berdasarkan plot, berdasarkan karakter, dan gabungan keduanya. Lalu, untuk menyusun panel terdiri dari 2 tahap. Tahap pertama adalah mendefinisikan panel, dimana komikus memindahkan cerita ke dalam panel yang sesuai. Tahap kedua adalah mengomposisi panel, dimana komikus menambahkan ilustrasi, karakter, objek, balon teks, ke dalam panel-panel lalu menyusunnya sesuai dengan narasinya (hlm. 5-10). Agar komik menjadi interaktif dengan pembaca, Marcus (2015) berpendapat agar komikus dapat memperhatikan user interface (UI) dan user experience (UX) (hlm. 265).

2.4. Hoaks

Hoaks berasal dari kata serapan Bahasa Inggris 'hoax', dalam KBBI berarti berita bohong. Pada saat itu, masih belum muncul istilah hoaks, hanya saja kebohongan berita sudah terdeteksi dari 300 M. Diperkirakan pada masa itu, Paus Sylvester I menerima wilayah luas dalam Kekaisaran Romawi karena telah menyembuhkan kaisar Konstantin dari penyakit kusta. Sebenarnya, kejadian tersebut adalah hadiah resmi dari raja Pepin dari Kekaisaran Frankish (Museum of Hoaxes). Kasus

ini hanyalah salah satu contoh kasus berita bohong dari banyaknya berita bohong di seluruh dunia ini.

Kata 'hoax' berasal dari frasa 'hocus pocus', yang muncul sekitar 200 tahun yang lalu. Kata 'hocus pocus' yang serupa dengan 'sim salabim'. Asal kata 'hocus pocus' ini sendiri, kemungkinan adalah parodi dari frasa 'hoc est corpus' yang artinya 'ini adalah tubuh' digunakan pendeta Katolik saat doa Perjamuan Kudus. Kata 'hoax' sendiri baru ditambahkan ke kamus Bahasa Inggris pada era industri. Kata itu pertama kali muncul pada tahun 1808, sekitar 10 tahun sebelum kebohongan ilmiah yang dipertanyakan mulai muncul (Walsh, 2006, hlm. 17; Liputan 6, 2017).

Pada era ini, teknologi komunikasi terus berkembang sehingga memudahkan sistem komunikasi. Dengan adanya internet, *smartphone* dan media sosial, informasi semakin cepat dan mudah beredar luas. Menurut Kaplan dan Haenlein (dikutip dari Pravitasari et al., 2017) media sosial adalah sebuah aplikasi berbasis internet dimana pengguna dapat saling berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Ini artinya media sosial dapat digunakan kapanpun, dimanapun, tanpa harus tatap muka. Karena keberadaan media sosial ini juga, tingkat komunikasi yang berbeda tiap orang melebur menjadi satu di dalam suatu wadah (Watie, 2011, hlm. 69).

Menurut Watie, media sosial membuka kesempatan pada tiap pengguna untuk berpendapat bebas, hanya saja perlu kendali diri agar tidak melanggar etika dan menyinggung pihak lain (hlm. 70). Tapi kenyataannya, hoaks yang sedang beredar di Indonesia diakibatkan oleh pengguna yang tidak mengendalikan diri.

Sigit berkata bahwa hoaks menyebar berawal dari beberapa bulan mendekati Pemilihan Kepala Daerah (CNN Indonesia, 2016). Walaupun, beliau mengatakan bahwa se usai Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah) jumlah hoaks menurun, tapi tidak dapat dipungkiri bahwa hoaks pasti akan tetap bertumbuh dan menyebar. Hal ini dikarenakan siapapun masyarakat yang terhubung ke media sosial, ia dapat terkena hoaks (Rofiuddin, 2016).

Seorang ahli, Prof. Rachmah Ida dalam artikel “Prof. Rachmah Ida: We Should Work Hard to Reduce Hoax” mengatakan bahwa hoaks tidak dapat dihentikan, tapi dapat diminimalisir dengan mengedukasi pengguna media sosial. Beliau juga berpendapat bahwa masyarakat menggunakan media sosial tanpa mengerti maksudnya, tapi karena banyak orang lain yang mereka kenal menggunakan sosial media (UNAIR News, 2017). Ahli psikologis, Laras Sekarasih, mengatakan bahwa ada dua faktor yang membuat orang mudah percaya hoaks. Pertama, orang yang percaya karena hoaks tersebut mengafirmasi opininya atau kepercayaannya. Kedua, kurangnya pengetahuan tentang informasi yang diterima. Beliau juga mengatakan, tingkat rentan seseorang terhadap hoaks dipengaruhi oleh kemampuan berpikir kritis, mengevaluasi informasi, dan literasi media (Kompas, 2017).

Prof. Ida mengatakan bahwa hoaks dapat memiliki dampak yang besar jika ditujukan kepada pemerintah dan institusi besar. Penyebaran hoaks sudah diatur dalam Revisi UU no. 11 tahun 2008. Hanya saja, keberadaan hukum hoaks masih belum cukup. Beliau menambahkan bahwa perlunya edukasi mengenai cara menggunakan dan fungsi dari media sosial. Ketua Masyarakat Indonesia Anti

Hoax, Eko Nugroho memberikan tips mengidentifikasi berita hoaks (KOMINFO, 2017):

1. Berhati-hatilah dengan judul provokatif
2. Cermati alamat situs
3. Periksa fakta
4. Cek keaslian foto
5. Ikut serta dalam grup diskusi anti-hoaks.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the letters 'UMMN' in a large, bold, blue, rounded sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving them a three-dimensional appearance as if they are floating above the text below.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA