

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Media Informasi

Sobur (2006) dalam bukunya berjudul “*Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, dan Analisis Framing*”, mendefinisikan media informasi sebagai alat-alat grafis yang digunakan untuk memperoleh dan memproses kembali informasi visual dalam bentuk yang dapat dikonsumsi audiens. Dalam buku yang sama, beliau menjelaskan bahwa pemilihan media informasi harus disesuaikan dengan sasaran audiens agar pesan tersampaikan secara efektif dan bermanfaat bagi pembuat maupun penerima.

##### 2.1.1 Jenis Media Informasi

Coates & Ellison (2014) dalam bukunya berjudul “*An Introduction to Information Design*” menjelaskan bahwa media informasi dikategorikan menjadi tiga jenis yang menggunakan pendekatan yang berbeda dalam hal penyajian data dan mengkomunikasikan pesan yakni print-based, interactive, dan environmental.

###### 1. *Print-based Information Design*

Media informasi cetak adalah penyajian informasi melalui media fisik yang statis, yang bergantung pada visual untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan. Visual tersebut dapat berupa diagram, foto, bagan, ilustrasi, atau teks. Oleh karena itu, media informasi cetak memerlukan pembaca untuk menavigasi dan menginterpretasikan informasi secara mandiri.

###### 2. *Interactive Information Design*

Media informasi interaktif adalah penyajian informasi yang interaktif, yang memungkinkan interaktivitas satu arah antara media dan pengguna. Dalam media ini, pengguna menjadi partisipan aktif dalam menyajikan informasi dan menerima pesan. Penyampaian pesan tersebut

juga bergantung pada desainer yang merancang dan menentukan seberapa baik pesan dapat tersampaikan.

### **3. *Environmental Information Design***

Media informasi lingkungan adalah penyajian informasi yang bertujuan memberikan arahan dan petunjuk kepada audiens. Media ini bergantung pada cara desainer mengkomunikasikan informasi atau data penting kepada audiens di lokasi tertentu, biasanya melalui grafik, diagram, atau simbol.

#### **2.1.2 Fungsi Media Informasi**

Menurut Sobur (2006), media informasi berfungsi untuk menyajikan informasi visual yang dapat dikonsumsi oleh audiens setelah informasi tersebut diolah dan diproses dalam bentuk yang baru. Melalui media informasi, manusia dapat menerima informasi mengenai keadaan dunia yang sedang berkembang.

### **2.2 Media Interaktif Digital**

Menurut Julia Griffey (2020) dalam bukunya yang berjudul *Introduction to Interactive Digital Media*, media interaktif digital merupakan interaksi berbasis komputer atau layar antara perangkat dan user. Media interaktif digital bisa berupa *website*, kiosk, aplikasi *mobile*, *game* digital, dan sebagainya, semua dirancang dengan bahasa pemrograman yang berbeda, berjalan pada jenis perangkat keras yang berbeda, dan melayani tujuan yang sangat berbeda antara satu sama lain.

#### **2.2.1 Karakteristik media interaktif digital**

Griffey (2020) menjelaskan bahwa ada beberapa karakteristik utama yang membedakan media interaktif digital dengan media pada umumnya, yang didefinisikan sebagai berikut:

##### **1. *User interaction***

Berbeda dengan media lain, media interaktif digital memungkinkan interaksi antar user dan device, dimana perangkat menanggapi interaksi yang diberikan oleh user.

## **2. *Active participation***

Media interaktif digital memerlukan user sebagai *active participant* atau peserta aktif dalam penggunaan media tersebut hingga menghasilkan interaksi.

## **3. *Non-linear experience***

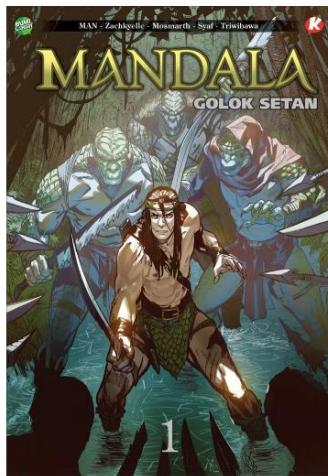
Berbeda dengan media seperti *video*, *audio*, dan teks yang biasanya memiliki awal, tengah, dan akhir jelas yang dilewati secara berurutan, media interaktif digital bisa bersifat *non-linear* dan bahkan mempunyai berbagai rute yang unik dalam pemakaiannya.

## **4. *Linear experience***

Media interaktif digital juga bisa bersifat *linear* seperti media pada umumnya, tetapi memerlukan navigasi oleh *user* untuk membuat interaksi dan menjalani fungsi media tersebut.

### **2.3 Komik**

Menurut Scott McCloud (2002), dalam bukunya yang berjudul *Understanding Comics*, komik tidak hanya cerita bergambar, melainkan susunan gambar yang diatur sedemikian rupa untuk menyampaikan informasi sekaligus menghasilkan respons estetika dari pembacanya. Isi komik terdiri dari elemen visual berupa ilustrasi yang dipadukan dengan teks dialog, disusun sehingga membentuk jalinan cerita yang menarik untuk dibaca. Makna dari pesan dalam komik memiliki berbagai tujuan, mulai dari menyampaikan informasi, menceritakan sebuah kisah, hingga mengekspresikan politik atau isu sosial.



Gambar 2.4 Cover Komik Mandala  
Sumber: gramedia.com

Makna dari pesan dalam komik memiliki berbagai tujuan, mulai dari menyampaikan informasi, menceritakan sebuah kisah, hingga mengekspresikan politik atau isu sosial. Komik juga bisa berfungsi sebagai media edukasi yang menyampaikan konsep ilmiah secara menarik. (Achmad, 2024)

### 2.3.1 Komponen Komik

Lee dan Buscema (1978) dalam bukunya yang berjudul *“How to Draw Comics the Marvel Way”* menjabarkan berbagai komponen penting yang membentuk struktur dari sebuah komik, yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Splash Page*

*Splash page* merupakan halaman pembuka dalam komik dengan ilustrasi berukuran besar sebagai pengantar dari cerita. Halaman ini berfungsi memberikan kesan awal yang kuat kepada pembaca dengan menonjolkan elemen visual yang menarik perhatian. Ilustrasi dalam *splash page* dapat disajikan dalam satu panel penuh atau melalui kombinasi beberapa elemen desain yang saling melengkapi.

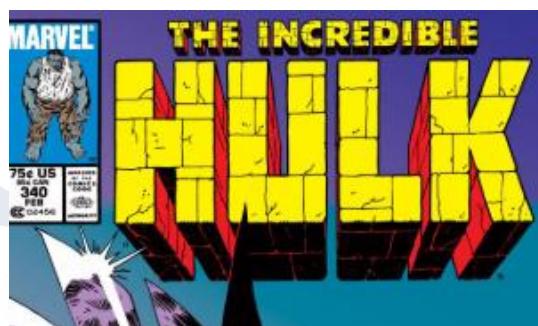


Gambar 2.5 Gambar *Splash Page*

Sumber: Lee and Buscema (1979)

## 2. *Title*

Judul atau *title* berfungsi sebagai identitas utama sebuah komik yang memberikan gambaran awal mengenai isi cerita. Judul yang efektif tidak hanya menarik perhatian pembaca, tetapi juga mencerminkan tema, *genre*, atau suasana dalam komik tersebut. Selain itu, judul dapat mengandung makna simbolis yang relevan dengan pesan dalam cerita.



Gambar 2.6 Gambar *Title* Komik

Sumber: <https://www.theflagshipereclipse.com/2025/07/20/7-most-referenced-comic-covers/>

### 3. *Panel*

Panel adalah satuan visual dalam komik berupa ilustrasi tunggal di dalam halaman yang berfungsi sebagai medium narasi visual yang lalu membentuk urutan dari cerita atau *storyline*.



Gambar 2.7 Panel dalam komik  
Sumber: Wibowo (2022)

Menurut Caroline Wibowo (2022) dalam bukunya berjudul “*Desain Komik Digital*”, menjelaskan lebih lanjut bahwa panel dalam komik disusun menggunakan prinsip desain dan komposisi tertentu untuk menciptakan alur bacaan yang mudah diikuti oleh pembaca. Beliau juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis-jenis susunan panel dalam komik yang mempengaruhi dimensi yang digunakan pada komik, yakni:

#### a. Panel Baris

Panel dalam komik dibaca secara horizontal dari kiri ke kanan atau pun sebaliknya. Untuk format reguler terdapat dimensi 2x2, 2x3, 3x2, 3x3, 4x2, dan sebagainya. Sementara panel baris yang tidak reguler mengacu pada usunan vertikal yang tidak sejajar, sehingga jumlah dan ukuran setiap panel berbeda-beda.



Gambar 2.8 Panel Baris  
Sumber: Wibowo (2022)

### b. Panel Kolom

Panel Kolom adalah panel yang dibaca secara vertical, yaitu dari atas ke bawah. Seperti panel baris, panel kolom dibagi menjadi format regular, yang berukuran 1x2, 1x3, 1x4, dan sebagainya serta format tidak regular yang berbentuk 2-kolom, 3-kolom, 4-kolom, dan sebagainya.



Gambar 2.9 Panel Kolom  
Sumber: Wibowo (2022)

### c. Panel Kombinasi

Kombinasi antara panel baris dan panel kolom dalam satu halaman disebut panel kombinasi. Panel kombinasi berkarakteristik tidak beraturan secara ukuran, dengan variasi ukuran panel.



Gambar 2.10 Panel Kombinasi  
Sumber: Wibowo (2022)

### d. Layout Diagonal

Layout diagonal tidak menggunakan aturan vertikal atau horizontal maupun aturan panel kolom atau baris dan bersifat diagonal. Layout ini digunakan untuk menciptakan efek dramatis dan sinematik dalam panel.



Gambar 2.11 Panel Kombinasi  
Sumber: Wibowo (2022)

e. *Caption Panel*

*Caption Panel* merupakan panel yang berisi gambar dan dialog saja, dan cenderung berukuran lebih kecil agar muat. Dialog tersebut diletakkan dalam balon dialog yang berukuran beda, berdasarkan jumlah kata yang diucapkan karakter.



Gambar 2.12 *Caption Panel*

Sumber: Wibowo (2022)

### f. Inset

Inset adalah panel yang bagian luarnya dikelilingi oleh gambar-gambar lain yang memiliki korelasi dengan adegan dalam panel. Panel-panel pun disusun disekitar gambar inset.



Gambar 2.13 *Inset Panel*

Sumber: Wibowo (2022)

### g. *Overlapping Panels*

*Overlapping Panels* merupakan sejumlah panel yang secara sengaja diletakkan di atas panel lainnya untuk memberikan kesan menumpuk. Karena hal itu, panel yang *overlapping* tidak menggunakan gutter atau batasan lainnya.



Gambar 2.13 *Overlapping Panels*

Sumber: Wibowo (2022)

### h. *Broken Frames*

*Broken Frames* adalah gambar yang digambar seperti keluar dan melampaui frame pada panel untuk menggambarkan tindakan progresif, seperti gerakan atau adegan dramatis.ksi yang progresif.



Gambar 2.15 *Broken Frames*

Sumber: Wibowo (2022)

#### 4. *Gutter*

*Gutter* merupakan ruang kosong atau *white space* di antara panel-panel dalam halaman komik. Elemen ini berfungsi sebagai pemisah visual yang membantu pembaca memahami transisi antar adegan serta menjaga keteraturan alur naratif. Ditambah, *Gutter* juga menciptakan ritme pembacaan dengan memberikan jeda yang memungkinkan pembaca menginterpretasikan waktu dan momen di antara panel.



Gambar 2.16 *Gutter*  
Sumber: McCloud (2022)

McCloud (2002) dalam “*Understanding Comics: The Invisible Art*” menambahkan bahwa karena komik bersifat sekuensial, *gutter* berperan dalam membangun transisi yang menggerakkan alur cerita. Ia membedakan beberapa jenis transisi panel, yang terdiri dari *moment-to-moment*, *action-to-action*, *scene-to-scene*, *subject-to-subject*, dan *non-sequitur*.

*Moment-to-moment* merupakan perubahan kecil antar panel yang menunjukkan pergerakan waktu yang sangat singkat. *Action-to-action* dijelaskan sebagai transisi yang menghubungkan serangkaian tindakan dari satu aksi ke aksi berikutnya. *Scene-to-scene* disebut sebagai perpindahan lintas waktu dan ruang yang signifikan antar adegan. *Subject-to-subject* merupakan peralihan fokus dari satu subjek ke subjek yang lain dalam satu konteks, waktu, atau lokasi. Sementara transisi *non-sequitur* merupakan

hubungan panel yang tampak tidak berkaitan secara langsung, namun tetap memancing pembaca untuk menciptakan makna berdasarkan urutan visual.

### 5. *Speech Bubble*

Lee dan Buscema (1979) menjelaskan bahwa *speech bubble* merupakan sebuah elemen grafis pada halaman komik yang berisi kata-kata yang diucapkan oleh karakter, disertai dengan petunjuk yang menunjukkan siapa yang sedang berbicara. Terdapat juga dua jenis *speech bubble* utama dalam komik, yakni:

#### a. *Thought Balloon*

*Thought balloon* adalah elemen grafis yang merepresentasikan pikiran internal seorang karakter. Bentuknya biasanya menyerupai gelembung atau memiliki garis tepi putus-putus untuk membedakannya dari dialogue balloon. Melalui thought balloon, pembaca dapat memahami refleksi, perasaan, dan opini karakter yang tidak diungkapkan secara verbal.



Gambar 2.16 *Thought Balloon*

Sumber: <https://comicbookglossary.wordpress.com/thought-balloon/>

#### b. *Dialogue Balloon*

*Dialogue balloon* atau balon dialog adalah medium teks yang menampilkan percakapan atau dialog antar karakter. Balon ini umumnya berbentuk oval atau bulat dengan garis tepi solid, berisi teks yang menunjukkan komunikasi langsung antara tokoh-tokoh

dalam cerita. Dialogue balloon berfungsi sebagai elemen utama dalam penyampaian narasi verbal antara karakter dalam komik.



Gambar 2.17 *Dialogue Balloon*  
Sumber: <https://blambot.com/pages/comic-book-grammar-tradition>

#### c. *Pointers*

*Pointer* merupakan tanda penghubung berbentuk anak panah atau *arrow* yang mengarah dari dialogue balloon atau thought balloon menuju karakter yang sedang berbicara atau berpikir. *Pointer* berfungsi untuk mengidentifikasi siapa yang menjadi sumber ucapan atau pikiran dalam setiap panel.



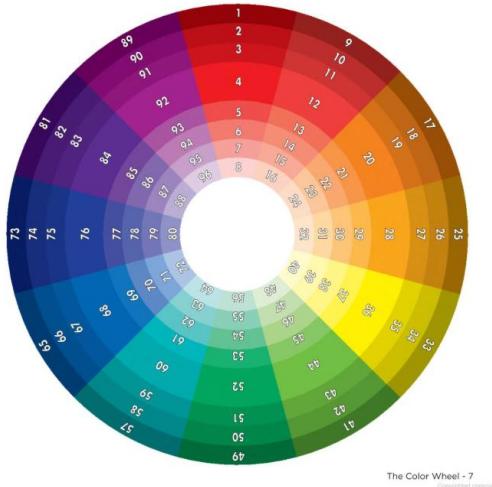
Gambar 2.18 *Pointers*  
Sumber: Lee and Buscema (1979)

## 2.4 Elemen Desain dalam Komik

Desain visual terdiri dari beragam elemen dan prinsip yang mendasari penciptaan gambar yang menarik dan berkesan (Kumar & Naaz, 2023). Komik pun terdiri dari berbagai elemen desain yang membentuk fungsi dan tampilan visualnya; dalam perancangan ini, salah satu elemen desain utama adalah warna.

### 1. Warna

Warna dapat meningkatkan keindahan estetika dan energI serta menyampaikan sebuah emosi (Gogel, 2016, dikutip dalam Kumar & Naaz, 2023). Teori warna didefinisikan sebagai campuran dan penggunaan warna-warna yang berbeda dalam sebuah komposisi atau desain, yang sangat mempengaruhi bagaimana tampilan dan nuansa pada desain. Roda warna atau *color wheel* adalah diagram yang terdiri dari dua belas segmen yang mencakupi warna primer, sekunder, dan tersier yang dibangun secara berurutan dan teratur. Warna primer adalah merah, kuning, dan biru, yang membentuk segitiga sama sisi dalam roda. Warna sekunder terdiri dari oranye, ungu, dan hijau, yang terletak diantara setiap warna primer dan juga membentuk sebuah segitiga sama sisi. Diantara warna primer dan warna sekunder adalah warna tertier, yang terdiri dari campuran antara warna primer dan sekunder seperti merah-oranye, oranye-kuning, kuning-hijau, hijau-biru, biru-ungu, dan ungu-merah. (Sutton, 2020)



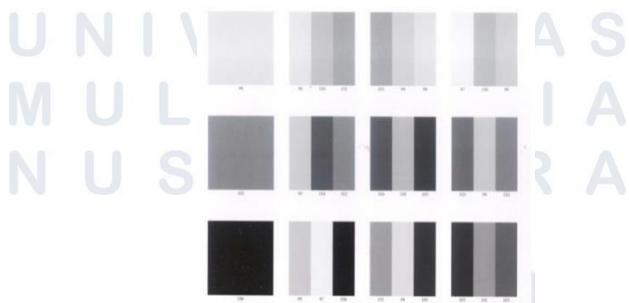
Gambar 2.19 *Color Wheel*

Sumber: Sutton (2020)

Menurut Sutton (2020), cara warna dipersepsikan bergantung pada beberapa faktor, termasuk pencahayaan, warna sekitar, dan sudut pandang seseorang. Ada beberapa skema warna dasar yang umum digunakan dalam desain yaitu *achromatic*, *analogous*, *clash*, *complementary*, *monochromatic*, *neutral*, *split complementary*, *primary*, *secondary*, dan *tertiary*. Definisi dari skema warna menurut Sutton (2020) sebagai berikut:

*a. Achromatic*

*Achromatic* adalah skema warna yang tidak memiliki warna. Skema warna ini hanya menggunakan warna hitam, putih, abu-abu, dan di antaranya.

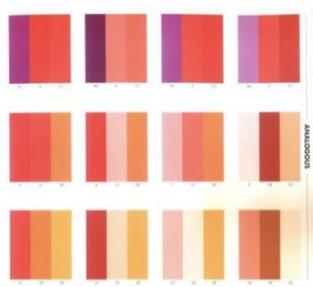


Gambar 2.20 Skema warna *achromatic*

Sumber: Sutton (2020)

### **b. Analogous**

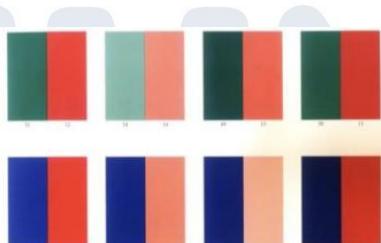
Skema warna *analogous* menggunakan tiga *hue* warna yang bersebelahan atau *tint* dan *shade* dari warna-warna tersebut. Skema warna ini menciptakan visual yang harmonis dan terpadu.



Gambar 2.21 Skema warna *analogous*  
Sumber: Sutton (2020)

### **c. Clash**

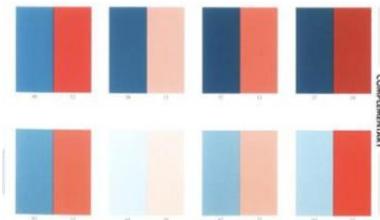
*Clash* didefinisikan sebagai kombinasi dari warna dengan warna di posisi sebelah kiri atau kanan dari warna *complementary* pada roda warna. Arti kata “*clash*” yakni benturan, maka warna pada skema *clash* bertabrakan atau konflik pada satu sama yang lain.



Gambar 2.2 Skema warna *clash*  
Sumber: Sutton (2020)

### **d. Complementary**

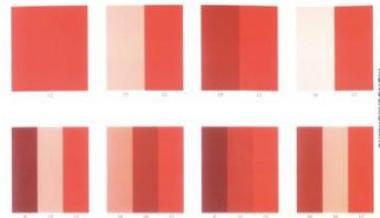
Skema warna *complementary* adalah kombinasi dari warna-warna yang berhadapan secara langsung di roda warna. Kata “*complementary*” menunjukkan bahwa setiap warna melengkapi warna lainnya di kedua ujung roda warna.



Gambar 2.22 Skema warna *complementary*  
Sumber: Sutton (2020)

#### e. *Monochromatic*

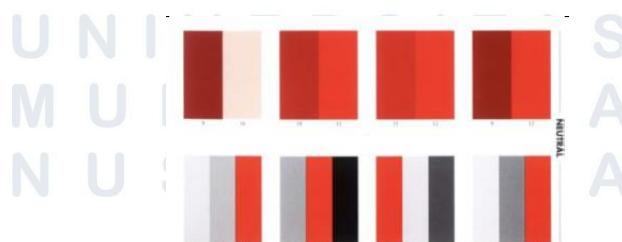
Skema warna *Monochromatic* hanya menggunakan satu *hue* warna yang dikombinasikan dengan *tint* dan *shade*-nya. Beda dengan *achromatic*, tetapi hampir sama dalam hal prinsip.



Gambar 2.23 Skema warna *monochromatic*  
Sumber: Sutton (2020)

#### f. *Neutral*

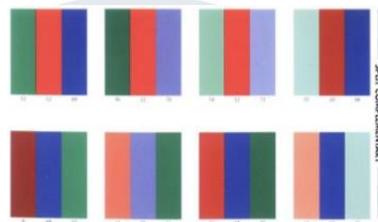
Skema warna *neutral* atau *netral* adalah warna yang dijadikan netral setelah digabung dengan warna komplementer atau warna hitam. Contohnya jika menggunakan warna hitam atau putih bersama warna yang lain.



Gambar 2.24 Skema warna *neutral*  
Sumber: Sutton (2020)

### g. *Split Complementary*

*Split complementary* adalah skema warna dimana sebuah warna digabung bersama dua warna lain di sisi *complementary* pada roda warna untuk menghasilkan sebuah skema. Contohnya seperti menggabungkan hijau dan biru dengan warna merah.



Gambar 2.25 Skema warna *split complementary*

Sumber: Sutton (2020)

### h. *Primary*

Merupakan kombinasi dari warna primer yakni merah, kuning, dan biru. Skema warna tersebut bisa berupa *shades* atau *tint* dari warna-warna primer.



Gambar 2.26 Skema warna *primary*

Sumber: Sutton (2020)

### i. *Secondary*

Merupakan kombinasi dari warna sekunder yakni hijau, ungu, dan oranye. Skema ini dapat menggunakan *shades* dari warna sekunder, seperti oranye tua, ungu muda, dan sebagainya.



Gambar 2.27 Skema warna *secondary*

Sumber: Sutton (2020)

#### *j. Tertiary*

Merupakan kombinasi dari warna tertier, yang terdiri dari kombinasi antara warna primer dan sekunder. Contohnya seperti kombinasi antara merah-oranye, oranye-kuning, kuning-hijau, hijau-biru, biru-ungu, dan ungu-merah.



Gambar 2.28 Skema warna tertiary

Sumber: Sutton (2020)

## 2. Ilustrasi

Menurut Ilustrasi merupakan sebuah bentuk seni visual yang mempunyai fungsi dalam menggambar emosi atau imajinasi, memperjelas informasi dan konteks, serta menyampaikan suatu pesan (Male, A. 2017). Ilustrasi juga berfungsi dalam mendukung suatu cerita atau narasi, seperti yang di dalam buku cerita, buku anak-anak, atau komik. Selain dari itu, ilustrasi berfungsi dalam menyampaikan informasi dengan cara yang menarik. Ilustrasi hadir dalam berbagai macam gaya yang dapat digunakan untuk mendampingi naratif, sebagai berikut:

### a. Gaya kartun

Ilustrasi gaya kartun dikenal dengan karakteristik bentuk distorsi dan dilebih-lebihkan dari aspek realis, yang cocok digunakan untuk *genre* komedi (Nurmana, 2022).



Gambar 2.29 Ilustrasi Kartun  
Sumber: Nurmana (2022)

**b. Gaya semi-kartun**

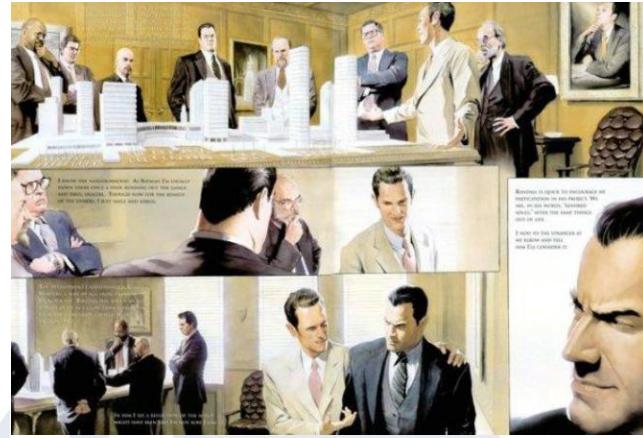
Ilustrasi semi-kartun memfokuskan pada perbedaan proporsi tubuh pada karakter, distorsi pada komponen wajah, dan gambaran *background* yang terlihat sebagai mana gambaran objek di dunia nyata pada umumnya (Nurmana, 2022).



Gambar 2.30 Ilustrasi Semi-Kartun  
Sumber: Nurmana (2022)

**c. Gaya realis**

Ilustrasi realis digambar semirip mungkin seperti yang ada di dunia nyata, dan biasa digunakan untuk *genre* yang mengangkat kisah-kisah serius dan rumit (Nurmana, 2022).



Gambar 2.31 Ilustrasi Realis  
Sumber: Nurmana (2022)

#### d. Gaya *Fine Art*

*Fine Art* memiliki ciri khas pada tarikan garis yang lebih artistik dan abstrak, memungkinkan ekspresi kreatif yang lebih luas dan mendalam (Nurmana, 2022).



Gambar 2.32 Ilustrasi *Fine-Art*  
Sumber: Nurmana (2022)

#### e. Gaya *Manga*

Gaya seni manga memiliki keberagaman visual yang luas, dari karakter dengan mata yang berlebihan, gaya rambut yang *stylized*, hingga ilustrasi realistik yang sangat detail. Keberagaman ini diikat oleh gaya penyajian sinematik yang sering menggunakan efek suara grafis dan garis kecepatan untuk

menonjolkan aksi. Selain itu, desain karakter sering mengikuti konvensi visual berdasarkan gender, dengan karakter laki-laki digambarkan menggunakan garis-garis tajam dan bergerigi, sedangkan karakter perempuan digambarkan dengan bentuk yang lebih lembut dan dekoratif (Richmond, 2008).



Gambar 2.33 Ilustrasi Gaya *Manga*  
Sumber: Horshburgh (2022)

### 3. Tipografi

Tipografi adalah desain bentuk huruf dan penataannya dalam media, seperti pada ruang dua dimensi untuk media cetak dan berbasis layar, serta pada ruang dan waktu untuk media interaktif atau *motion* (Landa, 2011). Typeface adalah desain dari satu set bentuk huruf, angka dan tanda yang dipadukan dalam *visual* yang konsisten. Dalam komik, teks digunakan sebagai dialog, narasi, efek suara, klarifikasi, dan sebagainya. Teks berguna dalam mendampingi gambar dalam komik sebagai penyedia konteks (*Duke Writing Studio, n.d.*) Berikut adalah beberapa macam *typeface* yang umum digunakan oleh media digital, terutama komik digital, yakni:

*a. Serif*

*Type face Serif* mempunyai sebuah *serif*, atau lekukan yang ditambahkan pada ujung atas atau bawah garis utama huruf. Contohnya seperti Garamond, Times New Roman, dan Bodoni.



Gambar 2.34 *Typeface Serif*  
Sumber: McGuire, G (2019)

*b. Sans Serif*

*Type face Sans Serif* dikenal dengan tidak adanya serif, dan memiliki tarikan garis yang panjang dan tebal. Contohnya seperti Futura, Helvetica, dan Univers.



Gambar 2.35 *Typeface sans serif*  
Sumber: McGuire, G (2022)

*c. Script*

*Typeface Script* adalah *type face* yang menyerupai tulisan tangan, ditandai dengan huruf-hurufnya yang miring dan saling

terhubung. *Script* bisa juga menyerupai tulisan tangan yang dilakukan oleh pensil, pulpen, ataupun kuas.



Gambar 2.36 *Typeface script*  
Sumber: McGuire, G (2022)

*d. Display*

*Display typeface* digunakan sebagai *headline* atau judul, dan tidak terlalu efektif sebagai huruf pada teks. Sebaliknya, mereka lebih rumit, mencolok, dan dekoratif.

## 2.5 Komik Digital

Perubahan dalam industri membaca dan era digitalisasi mendorong komik untuk menyesuaikan diri dengan gaya baru yang sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Perkembangan ini melahirkan inovasi berupa komik digital. Komik digital merupakan komik yang diterbitkan secara digital, baik berupa gambar tunggal maupun susunan beberapa gambar, dan tetap mempertahankan elemen visual komik pada umumnya, seperti jalur membaca yang terstruktur, bingkai yang jelas, simbol-simbol seperti balon kata, serta gaya tulisan yang menyampaikan makna visual (Aggleton, 2018).



Gambar 2.37 Foto Komik Digital

Sumber: <https://observer.case.edu/theres-never-been-a-better-time-to-get-into-comic-books/>

Berbeda dengan komik cetak yang bersifat fisik, komik digital memanfaatkan internet dan perangkat keras, dengan sebagian besar disajikan melalui aplikasi mobile atau situs web. Aplikasi dan platform ini dirancang untuk memberikan pengalaman membaca yang nyaman dan intuitif bagi pengguna.

## 2.6 Komik digital sebagai media edukasi

Achmad (2024) membahas secara mendalam penggunaan komik sebagai media edukasi dalam jurnalnya berjudul *Pengembangan Media Komik Digital Interaktif Berorientasi Peningkatan Literasi Sains dan Level Pemahaman Konsep Peserta Didik SMA/MA Pada Topik Pemanutan Gelombang Bunyi*. Dalam penelitian tersebut, beliau menjelaskan bahwa komik merupakan bentuk media visual yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran sekaligus menanggapi permasalahan literasi sains. Komik memiliki keunggulan dalam menyampaikan konsep ilmiah secara menarik dan mudah dipahami karena disajikan melalui rangkaian gambar berurutan. Selain itu, komik juga mengandung komponen narasi yang berbeda dari bentuk media lain yang unggul dalam menarik perhatian pembaca. Informasi ilmiah yang disajikan dalam bentuk visual dan naratif sederhana membuat komik lebih mudah dicerna, sehingga dapat membantu pembaca memahami materi abstrak yang sering membingungkan. Perpaduan

berbagai elemen ini menjadikan komik sebagai media pembelajaran yang bermakna, efektif, dan mampu bertahan dalam memori jangka panjang.

Namun, meskipun komik memiliki banyak keunggulan sebagai media edukasi, terdapat juga keterbatasan. Achmad (2024) menegaskan bahwa sifat *linear* komik serta kebutuhan untuk membaca dapat menjadi kelemahan dalam merangsang motivasi belajar pembaca. Oleh karena itu, komik digital interaktif merupakan langkah inovatif berikutnya dalam pembelajaran berbasis cerita dan komik, sekaligus sebagai media edukasi yang lebih kuat dalam menyampaikan informasi bagi pembaca secara efektif dan menyenangkan.

## **2.7 *Fictophilia***

Dalam studi yang berjudul “*Fictosexuality, Fictoromance, and Fictophilia: A Qualitative Study of Love and Desire for Fictional Characters*” Karhulahti & Välisalo (2021) mendefinisikan *fictophilia* sebagai istilah untuk menggambarkan perasaan ketertarikan secara romantis, seksual, dan/atau emosional terhadap karakter fiksi. Beda dengan ketertarikan pada umumnya, individual yang mengalami *fictophilia* melihat hubungan mereka bersama karakter fiksi-nya sebagai hubungan yang romantis, intim, terlibat secara emosional serta memiliki sebuah komitmen jangka panjang.

*Fictophilia* berkembang dari berbagai penyebab. Seseorang dapat mengembangkan perasaan cinta atau hasrat terhadap karakter fiksi melalui interaksi parasosial yang berulang dengan media yang mereka konsumsi, seperti *anime*, *game*, film, dan sebagainya. *Fictophilia* bisa berkembang seiring individu menghabiskan waktu untuk membayangkan dan berinteraksi dengan karakter fiksi hingga menjadi figur penting dalam kehidupan emosional mereka. Selain itu, komunitas online seperti *fandom* dalam media sosial turut berkontribusi dalam memperkuat kecenderungan *fictophilia* karena lingkungannya yang menyediakan validasi sosial sekaligus menormalisasi perilaku tersebut. Kesamaan yang dapat ditemukan adalah bahwa karakter fiktif umumnya digambarkan memiliki kepribadian dan fisik yang lebih unggul dibandingkan manusia di dunia nyata. Di

sisi lain, karena karakter-karakter ini hanyalah ciptaan fiksi, mereka juga memberi rasa aman bagi individu, yang tidak perlu khawatir menghadapi kekecewaan atau penolakan seperti dalam hubungan dengan manusia di dunia nyata.

*Fictophilia* merupakan sebuah bentuk hubungan parasosial; hubungan emosional bersifat satu arah yang terbentuk oleh individu terhadap seorang tokoh, yang dalam konteks ini adalah karakter fiksi, di mana seseorang menanamkan perasaan kasih sayang, cinta, atau keinginan meskipun menyadari bahwa karakter fiksi tersebut tidak dapat membalaunya.

### **2.7.1 Dampak *Fictophilia***

Karhulahti & Välisalo (2021) menjabarkan lebih lanjut bahwa *fictophilia* memiliki berbagai dampak yang bisa bersifat positif dan negatif tergantung pada bagaimana individu menjalani keterikatan mereka dengan karakter fiksi. *Fictophilia* bisa berkembang dari ketertarikan biasa yang memberikan rasa nyaman dan bahagia menjadi obsesi berlebihan yang mengganggu kesehatan mental hingga hubungan sosial, antara lain:

#### **1. Dampak Positif**

*Fictophilia* mempunyai beberapa dampak positif yang disebabkan intensitas ketertarikan terhadap karakter fiksi yang menyebabkan emosi cinta, suka, dan kenyamanan, seperti:

##### **a. Kenyamanan emosional**

*Fictophilia* memberikan sumber kenyamanan emosional bagi seorang individu, karena karakter fiksi dianggap aman dan tidak menghakimi. Berinteraksi atau memikirkan karakter-karakter ini dapat dijadikan bentuk pelarian dari kehidupan nyata yang membantu meredakan perasaan kesepian, stres, dan kesedihan.

**b. Ekspresi kreatif**

Ketertarikan individu terhadap karakter fiksi bisa merangsang aktivitas imajinatif seperti *fan-art*, *fan-fiction*, dan *daydreaming* sebagai bentuk ekspresi diri dan eksplorasi kreatif.

**c. Keamanan emosional**

Ketertarikan terhadap karakter fiksi memunculkan kepastian dan kebebasan dari risiko yang terkait dengan interaksi kehidupan nyata, seperti penolakan atau pengkhianatan, karena karakter fiksi tidak dapat melakukan hal-hal tersebut.

## **2. Dampak Negatif**

*Fictophilia* mempunyai beberapa dampak negatif yang disebabkan karena intensitas ketertarikan yang sudah melewati batas dari normalnya hingga mempengaruhi kehidupan nyata, seperti:

**a. Rasa malu dan stigma sosial**

*Fictophilia* dapat memunculkan rasa kekhawatiran tentang stigma sosial yang menyebabkan individu mengalami rasa malu dan tersipu. Karena hal tersebut, individu biasanya menemukan perlindungan di komunitas online yang lebih kecil dengan minat serupa yang lebih terbuka dan menerima.

**b. Konflik dengan hubungan di dunia nyata**

*Fictophilia* dapat memicu konflik antara hubungan dengan karakter fiksi dan hubungan di kehidupan nyata. Individu yang tidak bisa mengelola ketertarikan karakter fiksi dan hubungan dengan keluarga, teman, atau pasangan dapat membiarkan ketertarikan tersebut melebihi prioritas hubungan di kehidupan nyata.

**c. Keraguan diri**

*Fictophilia* bisa mendorong individu untuk mempertanyakan apakah perasaan mereka "normal" atau

"sehat," menimbulkan keraguan tentang keadaan psikologis mereka. Ketidakpastian ini dapat memperburuk rasa tidak aman pribadi dan menyebabkan penilaian diri yang negatif.

#### **d. Kesulitan emosional**

Karena karakter fiksi bersifat tidak dapat dijangkau, *fictophilia* mengakibatkan frustrasi dan kerinduan yang tidak dapat diselesaikan. Individu diingati secara konstan tentang ketidakmungkinan ini dapat menimbulkan gangguan emosional pada individu.

### **2.8 Interaksi Parasosial**

Horton dan Wohl (1956) dalam *"Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance"* mendefinisikan interaksi parasosial sebagai hubungan satu arah antara penggemar dan tokoh dalam media. Hubungan ini muncul dari interaksi berulang antara penggemar dan tokoh, hingga menimbulkan rasa keterikatan emosional, seakan sedang berhubungan langsung dengan tokoh tersebut meskipun tidak saling membalas.

Stever (2013) menjelaskan lebih lanjut bahwa terdapat tingkatan berdasarkan seberapa besar intensitas perhatian yang diberikan penggemar pada idolanya. Pada tingkat dasarnya adalah *obsessive non-pathological*, dimana ketertarikan penggemar pada idolanya tidak mengganggu kehidupan sehari-hari dan hubungan sosial dengan pasangan, keluarga, dan lain-lain. Sementara pada tingkat tertinggi adalah *obsessive pathological*, dimana ketertarikan telah berkembang menjadi obsesi yang tidak sehat, yang bisa mengganggu kehidupan sehari-hari dan hubungan sosial yang dijalankan seorang penggemar.

Hubungan parasosial tidak hanya berlaku pada interaksi antar penggemar dan tokoh media nyata seperti *television host*, penyanyi, atau aktor, tetapi dapat terjadi dengan tokoh dalam media fiksi. Schmid dan Klimmt (2011) menyebutkan bahwa penggemar dari media fiksi seperti *Harry Potter* bisa menjalankan hubungan

parasosial yang kuat bersama karakter didalam media tersebut, yang terkembang karena penggemar merasakan ketertarikan emosional terhadap karakter.

### **2.8.1 Jenis-Jenis Hubungan Parasosial**

Tukachinsky (2010), dalam jurnalnya “*Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale*”, menjelaskan bahwa hubungan parasosial memiliki tingkat intensitas yang berbeda. Perbedaan ini muncul dari seberapa kuat keterikatan antara penggemar dan tokoh favoritnya, sehingga dapat dikategorikan ke dalam dua jenis sebagai berikut.

#### **1. *Parasocial Friendship***

*Parasocial friendship* adalah rasa suka, cinta, percaya, dan keterpesonaan pada idola. Dalam hubungan ini terdapat beberapa indikator yang menggambarkan interaksi antara penggemar dan idola. Pertama, komunikasi (*communication*), yakni keinginan penggemar untuk menjalin komunikasi terbuka dan berjangka panjang dengan idolanya. Kedua, dukungan (*support*), yaitu dorongan penggemar untuk selalu mendukung idola-nya. Terakhir, kesetiakawanan (*companionship*), yang merupakan keinginan penggemar untuk menjadi teman atau sahabat bagi idolanya serta membuka diri kepadanya.

#### **2. *Parasocial Love***

*Parasocial love* adalah kemauan kuat untuk bertemu idola, kerinduan akan kehadiran fisik di dekatnya, serta keterbukaan untuk diterima dan diperhatikan. Beda dengan *parasocial friendship*, hubungan ini ada pada tingkat intensitas dimana cinta tidak hanya sekadar menyukai, melainkan juga melibatkan hasrat yang lebih mendalam untuk selalu hadir bersama idola dan merasakan kedekatan.

## 2.9 Generasi Z

Generasi Z, atau *Gen Z*, merupakan kelompok usia yang lahir pada periode tahun 1995 hingga 2010. Menurut Jean M. Twenge dalam bukunya yang berjudul *“iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood”*, *Gen Z* adalah generasi pertama yang bertumbuh bersama *smartphone*, media sosial, dan internet, yang berkontribusi secara besar dalam cara mereka memahami dunia.

### 2.9.1 Interaksi Gen Z terhadap Dunia Digital

Nurlaila, et al (2024) menjelaskan bahwa sifat Generasi Z yang bertumbuh bersama teknologi digital memengaruhi bagaimana mereka berinteraksi dalam dunia digital. Berikut adalah kecerundungan dan pola interaksi yang sering ditemukan pada *Gen Z* di dunia digital:

#### 1. Kecerundungan *Multiplatform*

*Gen Z* tidak hanya menggunakan satu platform digital, tetapi bersifat *multiplatform* dan menggunakan lebih dari satu platform secara bersamaan. Penggunaan platform sesuai dengan konten atau tujuan tertentu, seperti *YouTube* dan *TikTok* untuk hiburan, *Instagram* untuk *storytelling*, dan *Snapchat* untuk tren sosial.

#### 2. Penggunaan Konten Visual dan Video Pendek

Preferensi format konten *Gen Z* bergeser dari video format panjang ke video pendek yang lebih padat dengan informasi dan hiburan untuk memudahkan konsumsi informasi secara instan.

#### 3. Kreativitas dan Keberanian Mengekspresikan Diri

*Gen Z* menggunakan dunia digital sebagai outlet untuk mengekspresikan dirinya melalui konten kreatif, seperti membuat *video* di *YouTube* atau membangun *self-branding* di *Instagram*.

#### 4. Keterlibatan Aktif dengan Komunitas Online

*Gen Z* sering berkumpul dan bergabung dengan *Gen Z* lain yang memiliki minat yang sama dalam komunitas online, berinteraksi melalui platform sosial online seperti *Facebook* atau *Discord*.

#### 5. Kesadaran Sosial dan Aktivisme Digital

*Gen Z* merupakan kelompok yang vocal dalam mendukung isu sosial seperti perubahan iklim, *gender equality*, dan keadilan sosial. Mereka sering menggunakan platform digital untuk mengadakan kampanye, petisi online, *boycott*, hingga *raising awareness* terhadap isu-isu sosial yang ada.

#### 6. Ketergantungan pada Teknologi AI dan Algoritma

*Gen Z* bersifat *tech-savvy* dan sering menggunakan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) dalam kebiasaan sehari-hari. Selain dari itu, mereka familiar dengan algoritma, yang memengaruhi konten-konten yang mereka konsumsi.

##### 2.10 Penelitian yang relevan

*Literatur review* adalah hal yang penting dalam penelitian ilmiah, karena manfaatnya sebagai landasan teori dalam pembuatan laporan (Ridwan, et al, 2021). Kajian yang digunakan juga harus berasal dari sumber yang relevan, dan terkait dengan penelitian yang sedang disusun. Dengan demikian, terdapat sejumlah penelitian yang relevan yang dijadikan dasar informasi dan dalam perancangan ini,

Tabel 2.7 Penelitian yang relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Studi Kuantitatif Deskriptif Kecerundungan <i>Fictophilia</i>	Danusaputro, I.	Penelitian mengkonfirmasi adanya fenomena <i>fictophilia</i> di Indonesia	Kebaruan penelitian berupa perancangan output media komik digital

			melalui berbagai <i>studi literature</i> dan hasil wawancara dengan tiga narasumber.	interaktif untuk meningkatkan kesadaran tentang fenomena <i>fictophilia</i> dan dampak negatif obsesi berlebihan terhadap karakter fiksi.
2.	Persepsi Terhadap Tokoh Wanita dalam <i>Anime 2D</i> Menurut Para Pecinta <i>Anime</i> di Indonesia	Puspitasari, G.	Penelitian memperoleh data mengenai persepsi masyarakat pecinta <i>anime</i> terhadap karakter wanita dalam <i>anime 2D</i> , dengan majoritas menyebut bahwa karakter wanita dalam anime itu atraktif, cantik, dan memunculkan rasa suka bagi penggemar.	Kebaruan penelitian ini adalah pencarian data yang tidak hanya menetapkan pada media <i>anime</i> , melainkan media fiksi lainnya seperti film, buku, <i>game</i> , animasi, dan lainnya. Hal ini dapat menjadi dasar yang lebih kuat untuk perancangan yang membahas seputar media fiksi.

Penelitian yang dilakukan Danusaputro (2024) memfokuskan pada penggambaran kecerundungan *fictophilia* yang terjadi di Indonesia, menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode skala kecerundungan yang melibatkan 120 responden. Dalam penelitian tersebut, hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat kecenderungan *fictophilia* sedang (45,83%), dan akar munculnya disebabkan beberapa faktor seperti kebiasaan konsumsi media. Adapun dampak *fictophilia* yang diidentifikasi dalam hasil penelitian seperti munculnya obsesi terhadap karakter fiksi, kesulitan dalam menjalin relasi interpersonal, serta kecenderungan kecanduan terhadap media. Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat gambaran mengenai kecerundungan *fictophilia* di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2019) memfokuskan pada persepsi masyarakat Indonesia terhadap tokoh wanita dalam *anime 2D*, yang menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang melibatkan 124 responden. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengenalan pecinta anime di Indonesia terhadap tokoh wanita dalam anime 2D sangat tinggi, dengan 99% responden mengetahui keberadaan tokoh tersebut dan 85,5% di antaranya menyatakan menyukai tokoh wanita dalam anime 2D. Alasan utama ketertarikan meliputi sifat tokoh (68%), kecantikan wajah (45,6%), dan suara yang khas (37,4%). Hasil penelitian mengenai persepsi terhadap tokoh karakter fiksi memberikan wawasan tentang bagaimana perilaku *fictophilic* terbentuk, yang lalu bisa berkembang menjadi obsesi jika tidak terjaga.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA