

Komik *Webtoon* “Yaa Bunayya” Sebagai Penyampaian Pesan Ketagwaan Remaja Muslim

Alif Basori¹, Handriyotopo²
Institut Seni Indonesia Surakarta^{1,2}

Artikel History

Dikirim: 8 Juni 2022

Revisi : 3 Agustus 2022

Diterima: 9 September 2022

Abstract

Webtoons frequently visited by teenagers contain various genres of comic stories, but only a few discuss Islam. The Qur'an has many stories, one of which is the story of Luqman's advice to his son. The webtoon approach to this story is suitable to be conveyed to Muslim youth today so that young people who are the next generation of the nation remain in the corridors of goodness. The design of a webtoon comic tells the story of Luqman. This webtoon character takes ideas from lurik and blangkon motifs, so this design is unique compared to other Islamic comics on the webtoon. Communication strategy via Instagram using the AIDA model to target the target audience.

Keyword: Comics, Letter Luqman, Webtoon



Abstrak

Webtoon yang sering dikunjungi para remaja berisi berbagai genre cerita komik, namun sedikit yang membahas tentang Islam. Al-Qur'an memiliki banyak kisah di dalamnya, salah satunya kisah tentang nasihat Luqman kepada anaknya. Pendekatan webtoon pada kisah ini cocok untuk disampaikan kepada remaja muslim saat ini agar para remaja yang merupakan penerus generasi bangsa tetap berada di dalam koridor kebaikan. Perancangan komik webtoon yang bercerita tentang kisah Luqman. Karakter tokoh webtoon ini mengambil ide dari motif lurik dan blangkon agar perancangan ini unik dibanding komik islami lainnya di webtoon. Strategi komunikasi melalui instagram dengan menggunakan model AIDA untuk menysasar target audiens..

Kata Kunci: Komik, Surat Luqman, *Webtoon*

Corresponding author.

Alamat E-mail: alifbasori@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Digital Era adalah era di mana informasi begitu mudah dan cepat didapat serta disebarluaskan dengan menggunakan teknologi digital. Teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung dengan internet dalam cara kerjanya. Salah satu aplikasi atau situs penyedia komik digital terbesar adalah *Line Webtoon*. Namun dari banyaknya komik yang beredar di *Webtoon*, masih sedikit ditemukan konten-konten berbau agama, khususnya Islam. Dari pencarian yang dilakukan penulis menggunakan kata kunci Islam di kolom pencarian *Webtoon* ditemukan hanya 15 judul komik yang bernuansa Islami

Dari beberapa uraian tersebut maka perlu dibuat komik *Webtoon* yang berisi pesan-pesan islami agar bisa menjadi rem atau penyeimbang bagi para remaja penikmat *Webtoon* khususnya yang ada di daerah Surakarta. Surat luqman adalah surat ke-31 di dalam Al-Qur'an yang pada ayat 13-19 berisi nasihat-nasihat seorang ayah bernama Luqman kepada anaknya. Beberapa komik islami yang ditemukan di *Webtoon* menggunakan visual yang juga islami, seperti mengenakan kopyah, gamis, sorban dan lain-lain sehingga dibutuhkan inovasi agar komik pada perancangan ini memiliki keunikan.

Lurik dan blangkon dianggap cocok untuk diadopsi sebagai referensi visual fesyen dalam perancangan komik ini. Selain sebagai keunikan di antara komik islami lainnya di *Webtoon*, penggunaan lurik dan blangkon sebagai referensi visual pada perancangan ini diharapkan juga mampu menumbuhkan kecintaan para remaja terhadap tradisinya.

Setelah komik selesai dibuat dan untuk bisa menjangkau remaja di Surakarta sebagai target audiens maka diperlukan sebuah strategi pemasaran. Karena menggunakan media komik online maka penggunaan *Social Media Marketing* bisa dilakukan untuk menjangkau banyak audiens. Salah satu media sosial yang terbesar penggunaannya di Indonesia adalah Instagram.

Salah satu struktur atau model yang dapat digunakan di Instagram adalah AIDA (Hananto, 2019). Kerangka atau model AIDA merupakan sebuah model yang

biasa digunakan untuk pemasaran secara tradisional, namun riset dan studi lebih lanjut mengungkapkan bahwa model AIDA juga dapat diaplikasikan dalam medium-medium baru seperti media sosial termasuk Instagram (Hassan dkk., 2015). Selain menggunakan struktur AIDA yang diaplikasikan ke unggahan *feed* Instagram, penulis juga akan menggunakan salah satu fitur Instagram untuk menjangkau banyak audiens yaitu *hashtag*. Selain penggunaan sosial media, promosi juga akan didukung melalui poster, *merchandise*, membuat stiker Whatsapp dan lain-lain.

1. Peran Desain Komunikasi Visual dalam Komik

Menurut Rachmat Supriyono (2010: 9), Desain Komunikasi Visual atau DKV berperan dalam menyampaikan pesan, data atau pemikiran kepada orang-orang secara umum melalui komponen visual yang berbeda seperti garis, tipografi, garis, nada, format, dll dengan bantuan inovasi .

Seperti dijelaskan di atas salah satu elemen visual DKV adalah ilustrasi yang mana ilustrasi adalah salah satu bagian terpenting dari pembuatan komik sebagai sarana visualnya. Ilustrasi dalam komik memiliki bagian-bagian unsur visual yang sangat berperan penting. Unsur-unsur visual ilustrasi tersebut menurut Adi Kristanto (2007:30-32) yaitu: Titik, Garis, Bidang, Ruang, Tekstur, Ilustrasi, Warna, Tipografi, dan *Layout*..

a. Komik sebagai Media Dakwah

Menurut Kasman (Kasman, 2004 hal: 128) *Da'wah bi al-qalam* atau dakwah dengan media tulis memiliki keunggulan sebagai media cetak, antara lain adalah sebagai berikut: Pengaruhnya lebih dari gelombang suara seorang ahli pidato, Tulisan seorang pengarang cukup berbicara satu kali, Bahasa tulisan lewat media cetak akan lebih teratur dibanding berbicara langsung di depan kalayak, Bisa dibaca berulangkali, Lebih mengutamakan jalinan atau persaksian.

Ada dua cara pendekatan dakwah Islami melalui media komik. Pertama, memasang atribut keislaman secara langsung. Kedua, secara implisit berdakwah akan tetapi tidak menunjukkan simbol-simbol Islam secara baku. Menggunakan

simbol-simbol Islami sebaiknya dipakai oleh komik yang targetnya merupakan kalangan yang sudah matang keislamannya. (Sasongko, 2005 hal: 6).

Komik memiliki berbagai bentuk, genre, dan medium yang beragam, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

1) Pengertian Komik Berdasarkan Jenis Bentuk

Menurut Boneff (1998:9), berdasarkan bentuknya komik dibedakan dalam 2 kategori yaitu komik bersambung (*comic strip*) dan buku komik atau *comic books*. Namun menurut Indira Maharsi (2011:15), perkembangan selanjutnya ada juga novel grafis dan *web comic*.

2) Jenis Komik Berdasarkan Medium

Maharsi (2011:153) membagi medium-medium komik yang sudah ada sebagai berikut: Komik Kertas, Komik *Online*, Media Baru, dan *Motion Comic*.

b. Lurik dan Blangkon Sebagai Referensi Visual

Sebagai bentuk pembeda maka dalam perancangan ini akan mengadopsi Lurik dan blangkon sebagai referensi visual. Lurik adalah serapan dari kata lorek dalam bahasa Jawa yang artinya garis-garis, Sedangkan Blangkon adalah bahan yang sempurna dibentuk sebagai kopiah; ketu; udeng; bendo; ikat kepala. Blangkon adalah penutup kepala yang terbuat dari bahan batik yang dikenakan oleh laki-laki sebagai pelengkap pakaian adat Jawa.

Penggunaan lurik dan blangkon sebagai referensi visual fesyen dalam perancangan ini selain sebagai bentuk keunikan dari segi visual dibanding dengan komik islami lainnya di *Webtoon* diharapkan juga dapat memberi nilai lebih berupa menambah kecintaan dan pengetahuan sedikit tentang tradisi Jawa.

a. Social Media Marketing

Berbicara tentang sosial media, seperti telah dijelaskan pada Latar Belakang bahwa salah satu sosial media yang paling banyak penggunaannya di Indonesia adalah instagram.

1) Instagram

Selain penggunaannya yang sangat besar jumlahnya di Indonesia, salah satu fitur Instagram adalah bisa menggunakan tanda pagar atau *hashtag* dalam mesin pencari yang bisa memudahkan pengguna untuk mencari postingan yang spesifik. Sehingga cocok untuk dipakai sebagai media utama dalam proses promosi perancangan komik *Webtoon* ini.

2) *Hashtag*

Hashtag atau tagar biasanya digunakan untuk mengelompokkan pesan melalui media online, sehingga pesan yang mengandung tagar akan lebih mudah ditemukan.

2. Pengumpulan Data

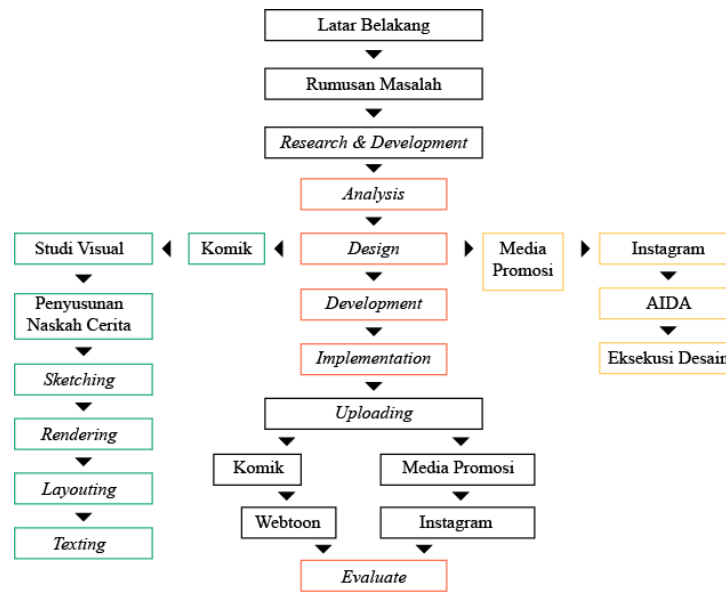
Untuk menghasilkan komik yang sesuai maka perancangan ini menggunakan beberapa metode penelitian untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Data-data tersebut antara lain dikumpulkan melalui : Studi Pustaka, Dokumentasi dan Internet.

a) Metode Analisis Data

Setelah mendapat data yang cukup, maka data akan dianalisis menggunakan metode SWOT. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2009:45) pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain: *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Ancaman)

b) Metode perancangan

Metode perancangan yang digunakan adalah adaptasi model pengembangan *Research and Development (R and D)*. Perancangan komik ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan model *ADDIE*. Endang Mulyatiningsih (2012: 200) menjelaskan 5 langkah pengembangan model *ADDIE* yaitu *Analysis* (Analisis), *Design* (Perancangan), *Development* (Pengembangan), *Implementation* (Implementasi) dan *Evaluate* (Evaluasi).



Gambar 1. Skematika Perancangan
(Sumber: Alif Basori, 2020)

PEMBAHASAN

3. Desain Visual Komik *Webtoon* Yaa Bunayya

a. Desain Karakter

Dalam perancangan ini terdapat tiga jenis karakter tokoh, seperti yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Tokoh Utama

Dalam perancangan ini tokoh utama adalah sosok Luqman al Hakim yang berperan menasihati Taran selaku putranya, Siti selaku istrinya dan orang lain yang berada di sekitarnya.



Gambar 2. Karakter Luqman al Hakim Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)

2) Tokoh Pembantu Utama

Dalam perancangan ini terdapat dua tokoh pembantu utama yaitu Taran dan Siti selaku anak dan istri Luqman yang akan cukup intens berkomunikasi dengan Luqman.



Gambar 3. Karakter Siti Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)



Gambar 4. Karakter Taran Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)

3) Tokoh Pembantu



Gambar 5. Karakter Tokoh Pendukung
(Sumber: Alif Basori, 2021)

b. Visualisasi Tipografi Judul

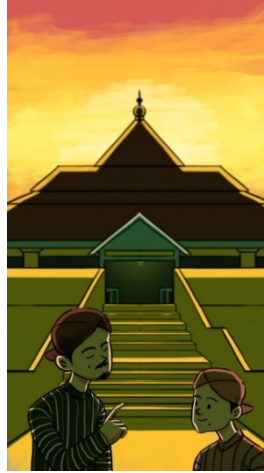
Desain tipografi untuk judul didesain dengan memberi frame berbentuk balon kata agar berkesinambungan dengan judul Yaa Bunayya yang merupakan kata seruan.



Gambar 6. Judul Komik Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)

c. Desain *Thumbnail* Komik

a. *Thumbnail* Serial Persegi Panjang



Gambar 7. Thumbnail Persegi Panjang Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)

b. *Thumbnail* Serial Persegi



Gambar 8. Thumbnail Persegi Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)

c. *Thumbnail* episode



Gambar 9. Thumbnail Episode Terpilih
(Sumber: Alif Basori, 2021)

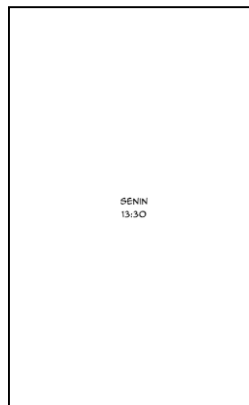
d. *Layout* Komik

a. *Layout Halaman Biasa*



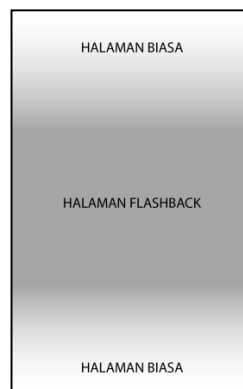
Gambar 10. Contoh *Layout Narasi*
(Sumber: Alif Basori, 2021)

b. *Layout Narasi*



Gambar 11. Contoh *Layout Narasi*
(Sumber: Alif Basori, 2021)

c. *Layout Flashback*



Gambar 12. *Layout Flashback*
(Sumber: Alif Basori, 2021)

d. *Layout Kutipan Ayat*



Gambar 13. *Layout* Kutipan Ayat
(Sumber: Alif Basori, 2021)

4. Evaluasi Desain

- a. Desain judul komik lebih digelapkan diberi warna kecoklatan yang merupakan turunan warna lurik dan blangkon.



Gambar 14. Evaluasi Warna Judul
(Sumber: Alif Basori, 2021)

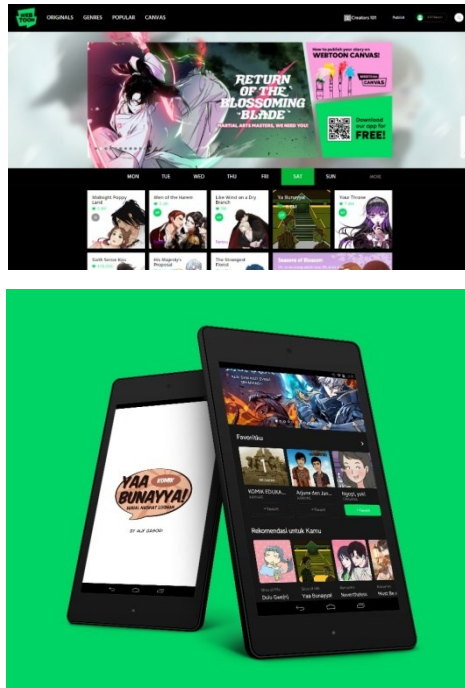
- b. *Layout* untuk kutipan ayat diberi sedikit sentuhan-sentuan Islami sesuai konteks yaitu mengutip ayat.



Gambar 15. Evaluasi *Layout* Kutipan Ayat
(Sumber: Alif Basori, 2021)

5. Komik

Setelah dilakukan evaluasi dan seleksi maka ditemukanlah *final artwork* dari perancangan komik ini. Terdapat sekitar 46 panel komik dalam satu episode.



Gambar 16. Preview Komik di Laman Webtoon
(Sumber: Alif Basori, 2021)

6. Media Promosi

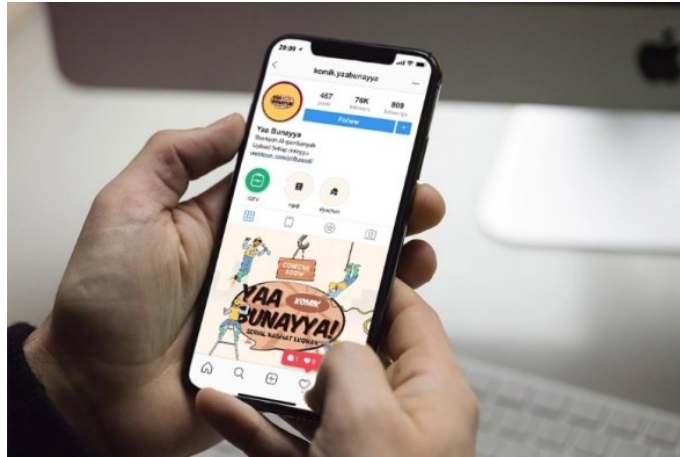
a. Media Utama

- 1) Instagram *Feed*, Dalam perancangan *feed* Instagram ini akan mengacu pada struktur model AIDA yaitu *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*.





Gambar 17. Instagram Post
(Sumber: Alif Basori, 2021)



Gambar 18. Mockup Instagram
(Sumber: Alif Basori, 2021)

b. Media Pendukung

1) Kaos



Gambar 19. Desain Kaos
(Sumber: Alif Basori, 2021)

2) Mug



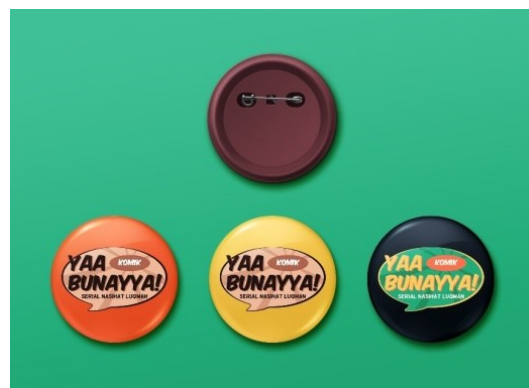
Gambar 20. Desain Mug
(Sumber: Alif Basori, 2021)

3) Totebag



Gambar 21. Desain Totebag
(Sumber: Alif Basori, 2021)

4) Pin



Gambar 22. Desain Pin
(Sumber: Alif Basori, 2021)

5) Whatsapp Sticker Pack



Gambar 23. Desain Sticker
(Sumber: Alif Basori, 2021)

6) Poster



Gambar 24. Desain Poster Pameran
(Sumber: Alif Basori, 2021)

KESIMPULAN

Menyampaikan kebaikan atau dakwah adalah hal yang dianjurkan dalam Islam. Sesuai tuntutan zaman, dakwah kini tidak melulu melalui mimbar. Dakwah di zaman ini harus kreatif agar mudah diterima terlebih untuk kalangan remaja yang notabene berada di usia yang rentan terhadap pelanggaran-pelanggaran agama. Zaman penuh dengan perkembangan teknologi seperti saat ini sebetulnya bisa dimanfaatkan untuk membantu proses berdakwah, salah satunya melalui komik di *webtoon*. Komik adalah media hybrid yang bisa dimasuki unsur-unsur baru sebagai bentuk pengembangan. Sehingga munculnya perancangan Komik Yaa Bunayya yang menggunakan cerita islami dengan referensi visual lurik dan blangkon ini bisa menjadi jawaban yang relevan terkait dakwah bagi remaja di zaman sekarang.

Penggunaan unsur-unsur lokal bisa menjadi kekuatan tersendiri dalam suatu perancangan komik. Lurik dan blangkon sendiri memiliki beragam corak dan jenis yang bisa diaplikasikan ke dalam berbagai karya komik. Hasil budaya tersebut juga bisa dikaitkan dengan agama, termasuk Islam. Islam memiliki banyak khazanah cerita yang bisa diangkat menjadi komik dan akan lebih menarik jika diakulturasikan dengan budaya lokal

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Dwi Atmoko. (2012). Instagram Handbook. In *Jakarta: PT. TransMedia*.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3).
<https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Cisara, A. (2019). BLANGKON DAN KAUM PRIA JAWA. *Gelar : Jurnal Seni Budaya*, 16(2). <https://doi.org/10.33153/glr.v16i2.2488>
- Hananto, B. A. (2019a). Penggunaan Model AIDA Sebagai Struktur Komunikasi Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2).
<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.24>
- Hananto, B. A. (2019b). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media. *Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2019*, 2.
- Kelly, L., Kerr, G., & Drennan, J. (2010). Avoidance of Advertising in Social Networking Sites: The Teenage Perspective. *Avoidance of Advertising in Social Networking Sites: The Teenage Perspective*, 10(2).
<https://doi.org/10.1080/15252019.2010.10722167>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Kusrianto, A. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. In *Andi Offset*

(Nomor 2504).

Lestari, A. F., & Irwansyah. (2020). Line *Webtoon* Sebagai Industri Komik Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2).

Maharsi, I. (2012). PENCIPTAAN KOMIK BEBER. *DeKaVe*, 2(4).
<https://doi.org/10.24821/dkv.v2i4.869>

McCloud, S. (1994). Understanding Comics. In *Understanding Comics*.