

PERANCANGAN BUKU KOMIK CERITA TRADISIONAL INDONESIA UNTUK REMAJA MODERN YANG TERBIASA DENGAN KOMIK JEPANG

Sheilen Wijaya

Shienny Megawati Sutanto

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

“The Legends” adalah sebuah komik tradisional berdasarkan dongeng dan hikayat lokal Indonesia. Perancangan komik ini dilakukan untuk menyajikan kembali cerita tradisional Indonesia agar sesuai dengan selera remaja (perempuan khususnya) yang terbiasa dengan komik Jepang. Dalam komik The Legends terdapat pengadaptasian pada gaya gambar busana, penamaan tokoh, arsitektur, dsb, sehingga sesuai dengan selera masyarakat muda saat ini yang terbiasa dengan komik terjemahan Jepang. Namun moral dan nilai-nilai yang terkandung dalam cerita tetap disampaikan di dalam isi cerita, sehingga pembaca tetap dapat mengenal nilai budaya dan moral dari negeri Indonesia. Media promosi yang sesuai dengan The Legends adalah media sosial yang merupakan salah satu cara untuk mengkomunikasikan produk tanpa mengenal jarak dan waktu. Serta event komunitas menjadi tempat yang sesuai untuk mempromosikan produk berupa komik tradisional untuk remaja modern yang terbiasa dengan komik Jepang.

Kata kunci: komik tradisional, remaja modern, komik Jepang.

ABSTRACT

“The Legends” is a traditional comic book based on local fairytale and folklore in Indonesia. This research is done to create a comic book that will not only preserve the traditional Indonesian folklore, but also suit teenagers’ taste, especially female teenagers, that are already accustomed to reading Japanese comic books. In “The Legends” comic, the dress styles, characters’

names, architectures and some other aspects have been adapted to suit the taste of young readers that are accustomed to reading Japanese comic books. However, the moral and values will still be conveyed in the story to introduce Indonesian cultural values and moral to the readers. “The Legends” will be advertised through social media, which is one of the most effective ways to promote a product because it is accessible to visitors without time or distance constraints. Also, community events will be a suitable place to promote a product such as traditional comic book to target modern teen readers that are used to reading Japanese comic books.

Keyword: traditional comic, modern teen, Japanese comic.

PENDAHULUAN

Dalam industri hiburan di Indonesia, komik menjadi salah satu media yang dinikmati oleh masyarakat dan generasi muda masa kini. Pada buku *Graphic Storytelling* (Will Eisner, 1996) komik adalah tatanan dan gambar dan balon kata yang berurutan, dalam sebuah buku komik.

Pertumbuhan komik di Indonesia berada pada puncak di tahun 60-70'an dengan hadirnya tokoh-tokoh pahlawan seperti Godam, Gundala, dll. Pada awal tahun 80'an industri komik di Indonesia mulai dikuasai oleh komik-komik terjemahan Jepang seperti *Candy-Candy*, *Doraemon*, dan lainnya. Hingga sekarang Industri komik Indonesia lebih didominasi oleh *Manga* atau komik Jepang, terlebih didukung oleh film animasi dari Jepang. (Is Yuniarto, *komikus Garudayana dan Grand Legend Ramayana*).

Saat ini industri komik Indonesia sedang mengalami masa peningkatan dengan munculnya beberapa komikus muda, seperti Annisa Nisfiani, Archie The Red Cat, Is Yuniarto, dan Muchlis Nur. Hal ini didukung pula dengan munculnya majalah komik seperti *ShonenFight*, *Re:ON* yang terbit rutin setiap bulannya, serta dukungan media sosial LINE melalui aplikasi LINE Webtoon yang menyajikan komik-komik lokal setiap minggunya pada jutaan pembaca di Indonesia.

Pada perkembangan jaman di masa kini, masyarakat muda Indonesia lebih terpengaruh oleh kebudayaan yang berasal dari luar negeri. Banyak dari mereka lebih mengenal dongeng dan cerita “*fairytales*” dari luar negeri daripada cerita

tradisional tanah air. Padahal di dalam setiap dongeng, legenda, hikayat, mantra, dan puisi, terkandung tradisi lisan dan system kognitif masyarakat yang diturunkan secara turun temurun. System kognitif tersebut dapat berupa adat istiadat, sejarah, etika, obat-obatan, sistem genealogi, dan sistem pengetahuan. (Yuningsoh, *Guru PAUD Wijayakusumah Cibabat Cimahi*, 20 Desember 2010). Di dalam setiap cerita rakyat/hikayat terdapat ajaran moral dan nilai-nilai yang baik diterapkan dalam masyarakat.

Oleh karena itu The Legends dirancang untuk remaja penggemar komik lokal tradisional. Yang berdasarkan teori VALS dapat digolongkan sebagai *Segmented-Self-Expression* dan orang-orang “Idealis” yang menyukai cerita sejarah dan legenda Indonesia.

Penelitian dilakukan di kota Surabaya dalam kurun waktu 10 September 2015 sampai dengan 25 November 2015. Metode penelitian dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian kualitatif dengan cara melakukan *interview* atau wawancara kepada *extreme* dan *expert user*. Sedangkan metode kuantitatif dilakukan dengan cara melakukan *survey* dan penelitian *online*.

Berdasarkan penelitian dan paparan di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana merancang buku komik cerita traditional Indonesia untuk remaja modern yang terbiasa dengan komik Jepang?”

HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN

Dengan maraknya ketertarikan generasi muda terhadap komik sebagai salah satu media hiburan yang paling dinikmati saat ini, munculah sebuah inisiatif dan kreativitas untuk menciptakan sebuah komik yang dibuat dengan konteks nilai-nilai tradisional budaya Indonesia. Dengan menjadikan komik sebagai salah satu media internalisasi nilai budaya alternatif yang efektif di kalangan generasi muda, maka pengetahuan, nilai-nilai, dan moral budaya dapat dikenalkan kepada masyarakat dan generasi muda.

The Legends adalah sebuah komik yang berdasarkan dongeng dan hikayat lokal yang ada di Indonesia. Dalam komik The Legends terdapat pengadaptasian pada gaya gambar busana, penamaan tokoh, arsitektur, dsb, sehingga sesuai dengan selera masyarakat muda saat ini yang terbiasa dengan komik terjemahan

Jepang. Namun moral dan nilai-nilai yang terkandung dalam cerita tetap disampaikan di dalam isi cerita, sehingga pembaca tetap dapat mengenal nilai budaya dan moral dari negeri Indonesia.

Saat peneliti hendak melakukan riset mengenai preferensi pembaca Indonesia terhadap kualitas fisik (cetak dan editorial) komik Indonesia. Diketahui bahwa saat ini pembaca komik Indonesia lebih mengenal buku komik terjemahan jepang yang diterbitkan secara resmi di Indonesia. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya buku komik Indonesia (bukan majalah komik) yang terbit secara resmi.

Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan menggunakan referensi pembaca terhadap kualitas cetak dan editorial komik terjemahan Jepang yang diterbitkan oleh penerbit Indonesia. Hal yang paling banyak dikeluhkan oleh narasumber adalah kualitas cetak komik penerbit Indonesia yang tidak memenuhi standar.

Mulai dari ukuran buku yang lebih kecil jika dibandingkan ukuran buku komik Jepang, juga kualitas kertas yang dimiliki komik Jepang jauh lebih bagus. Selain itu, menurut narasumber, membaca komik luar negri dalam waktu yang lama, tidak akan membuat tangan hitam karena tinta buku yang digunakan baik.

Dari hasil wawancara mendalam dengan narasumber, peneliti mengetahui bahwa ukuran komik yang lebih besar membantu pembaca dapat menikmati keindahan karya/gambar komik tersebut. Sehingga mereka menyayangkan, kualitas buku komik di Indonesia yang hanya berupa kertas buram bewarna abu-abu. Akan lebih baik bila komik Indonesia diproduksi dengan lebih berkualitas. Sehingga walau harga yang ditawarkan lebih tinggi, namun konsumen mendapatkan produk bermutu yang layak dikoleksi.

Aspek lain yang dipermasalahkan oleh narasumber terhadap komik terjemahan resmi Indonesia adalah kualitas translasi yang kadang kala tidak konsisten. Yang tentunya dapat membuat pembaca bingung karena banyak nama dan istilah yang berubah setiap serinya. Hal ini terjadi dikarenakan keterbatasan kualitas SDM khususnya penerjemah dan editor yang bertanggung jawab menjaga konsistensi isi buku.

Kendala lainnya adalah masalah produksi buku komik berseri yang terbit dalam waktu sangat lama. Sebagai contoh komik “Detective Conan” yang diterbitkan

oleh Elex Media Komputindo. Jeda terbit antar seri nya bisa mencapai dua hingga tiga bulan. tahun kemudian. Hal ini di sebabkan proses ijin atau lisensi yang sering terkendala. Untuk menerbitkan komik luar, penerbit membutuhkan ijin ataupun lisensi agar mendapatkan hak atas penerbitan buku tersebut. Setelah mendapatkan ijin, barulah penerbit mendapatkan manuscript dari komik yang akan diterbitkan itu. Setelah manuscript diedit dan diterjemahkan dalam versi Bahasa Indonesia, manuscript itu harus dikirimkan kembali ke penerbit asal untuk mendapat ijin penerbitan.

Hal yang sama berlaku pula untuk desain sampul komik edisi Indonesia. Penerbit Indonesia harus berkali-kali mengirimkan contoh desain sampul sampai mendapatkan ijin cetak dari penerbit asli. Proses panjang dan berbelit inilah yang membuat lambatnya penerbitan buku komik terjemahan berseri. Olah karena masalah itulah banyak pembaca/konsumen lebih menyukai cerita singkat (*short story/ one-shot*) yaitu komik yang tamat dalam satu buku, ketimbang serial berseri.

Hal-hal lainnya ditemukan selama proses riset adalah bahwa konsumen Indonesia berminat membaca komik lokal asalkan judul buku, nama pengarang, style gambar tidak terang-terangan mengangkat budaya lokal, melainkan agak disamarkan. Hal ini disebabkan masih banyaknya konsumen Indonesia yang lebih terbiasa dengan komik luar negri ketimbang komik lokal.

Innovation Development

Berdasarkan hasil penelitian terhadap komik-komik lokal yang merupakan kompetitor The Legends, peneliti menemukan *Point of Parities* (PoP) yaitu dan *Point of Differentiation* (POD) Yaitu kesamaan dan perbedaan antara The Legends dengan kompetitor yang sudah ada. Antara lain:

Leverageable Equities: Satu jilid buku yang berisi satu komik pendek bertema tradisional dan adanya *twist* sehingga memiliki plot cerita/ending yang tidak dapat ditebak. Penyesuaian nama dan kostum karakter, plot cerita dan desain karakter yg sesuai dgn selera pembaca (khususnya perempuan).

Common Equities: Mengangkat cerita traditional, membuat modifikasi cerita, kostum, nama, dll. Dan melestarikan kebudayaan dan cerita rakyat local cerita berasal daari legenda atau cerita rakyat.

Common Disequities: Kecintaan masyarakat terhadap budaya dan cerita local, tidak semua masyarakat menyukai dan mau membeli produk lokal.

Competetive Equities: The Legends, belum memiliki nama/brand maupun nama penulis yang sudah kenal.

Aspek-aspek lain yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam membeli komik adalah sebagai berikut:

- Memiliki cerita yang bagus, komplek, dan alur yang dalam, namun mudah untuk diikuti alurnya.
- Cover dapat menarik pembaca, memberi kesan misterius atau menarik.
- One shot (satu buku tamat) atau jika berseri maka harus d atau digabung menjadi satu kesatuan, sehingga konsumen dapat membeli 1 seri lengkap.
- Tambahan bonus merchandise juga dapat menarik perhatian dan minat pembeli.
- Harga terjangkau.

Qualifiying Round

Berdasar hasil penelitian tersebut, The Legends akan dirancang menggunakan gaya gambar manga atau komik Jepang agar sesuai dengan selera konsumen Indonesia. Selain itu akan ada pengadaptasian dan perubahan dalam alur cerita, penamaan karakter, busana, dan suasana dalam cerita sehingga lebih sesuai dengan khalayak saat kini, tanpa mengubah pesan moral dan makna dalam cerita.

Cerita yang akan diangkat dalam The Legends adalah cerita tradisional cerita rakyat, atau legenda Indonesia. Cerita rakyat atau legenda yang diambil adalah cerita-cerita tradisional bangsa Indonesia yang tidak terkenal dan mulai dilupakan oleh generasi muda. Tujuannya adalah agar masyarakat masa kini dan generasi muda dapat mengenal cerita dan budaya bangsa sendiri.

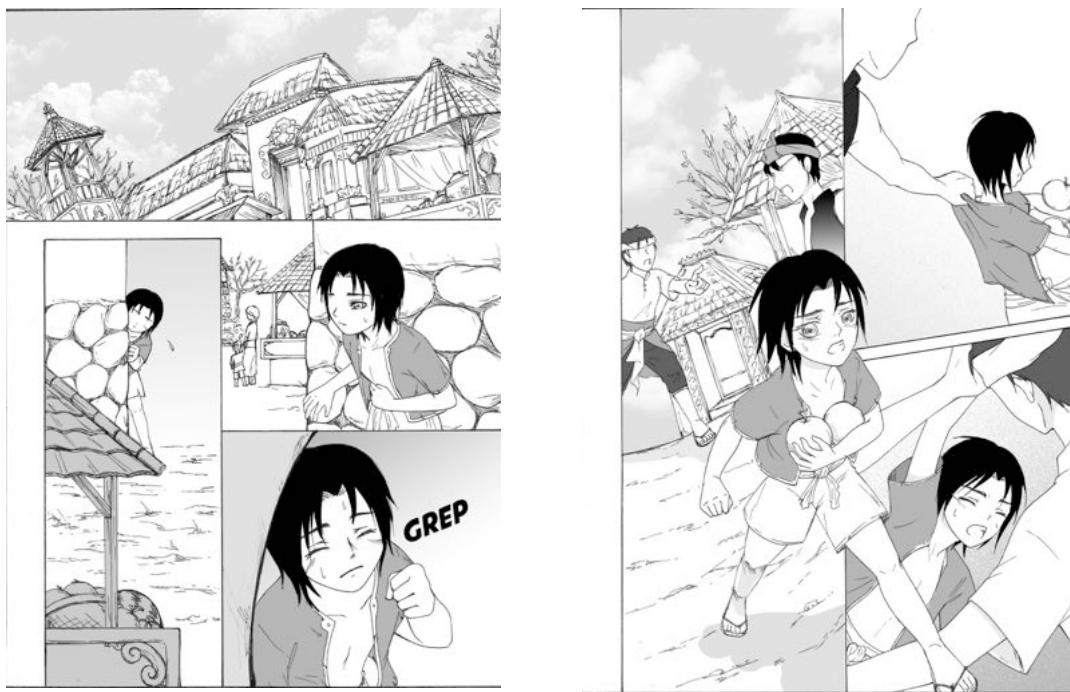
Karena konsumen indonesia tidak terlalu menyukai buku komik berseri, maka The Legends akan menyajikan satu cerita saja pada setiap komiknya dan langsung tamat (one shot).

Ukuran buku komik dibuat lebih besar dari komik terjemahan umumnya dan menggunakan kualitas kertas dan tinta yang lebih baik agar memiliki nilai jual dan layak dikoleksi.

Berdasarkan data diatas maka dibuatlah komik tradisional “The Legends”. Di bawah ini merupakan cover halaman depan komik “The Legends” :



Berikut adalah tampilan halaman dalam komik “The Legends” :



PENUTUP/ RANGKUMAN

Berdasarkan penelitian di atas, dapat di ambil kesimpulan bahwa generasi muda di Indonesia saat ini sudah sangat terbiasa dengan komik Jepang. Sehingga saat merancang sebuah komik, khususnya dengan tema cerita tradisional Indonesia. Peneliti perlu mengadaptasi gaya gambar busana, penamaan tokoh, arsitektur, dsb, agar sesuai dengan selera masyarakat muda saat ini. Namun karena moral dan nilai-nilai yang terkandung dalam cerita tetap disampaikan di dalam isi cerita, pembaca tetap dapat mengenal nilai budaya dan moral dari negeri Indonesia.

Oleh karena itu, dibuatlah komik *The Legends* seri pertama yang mengangkat dari cerita rakyat tradisional Indonesia (Bali), namun dilakukan pengadaptasian pada segi cerita, penamaan tokoh, gaya busana, dan lainnya, tanpa mengubah keseluruhan inti cerita dan moral yang tertanamkan di dalam cerita rakyat atau hikayat dalam dongeng tradisional bangsa ini. Dengan demikian pembaca dapat menikmati membaca komik tradisional, nilai-nilai serta moral yang terkandung dalam cerita rakyat dan ingin disampaikan oleh nenek moyang kita juga dapat terus disampaikan ke generasi muda.

KEPUSTAKAAN

Arrafiani. *Rumah Etnik Bali*.

Davison, Julian. *Introduction to Balinese Architecture*. Periplus, 2003.

Davison, Julian. "Balinese Architecture." *Tuttle Publishing*. 2016.

Hayashi, Hikaru. *Sketching Manga-style*. Singapore: Page One, 2011.