

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KOMIK WEB BAHAYA HUBUNGAN
PARASOSIAL ANTARA REMAJA DENGAN
INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL



PERANCANGAN DESAIN

Oleh

Gracia Easterina Ungking

NIM: 1912602024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2024

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KOMIK WEB BAHAYA HUBUNGAN
PARASOSIAL ANTARA REMAJA DENGAN
INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL



PERANCANGAN DESAIN

Oleh

Gracia Easterina Ungking

NIM: 1912602024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang Desain Komunikasi Visual
2024

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan Karya Desain dengan judul:

PERANCANGAN KOMIK WEB BAHAYA HUBUNGAN PARASOSIAL ANTARA REMAJA DENGAN INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL yang diajukan oleh Gracia Easterina Ungking, NIM 1912602024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah disahkan oleh Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual pada 25 Januari 2024.

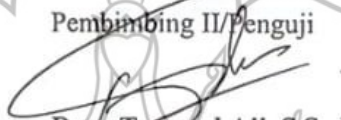
Pembimbing I/Penguji



Terra Bajraghosa, S.Sn., M.Sn.

NIP 19810412 200604 1 004 /NIDN 0012048103

Pembimbing II/Penguji



Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

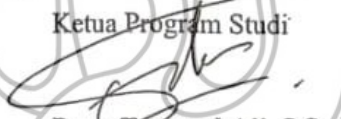
NIP 19870103 201504 1 002 /NIDN 0003018706

Cognate/Penguji Ahli

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP 19720909 200812 1 001 /NIDN 0009097204

Ketua Program Studi



Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002 /NIDN 0003018706

Ketua Jurusan Desain



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP 19770315 200212 1 005 /NIDN 0015037702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta



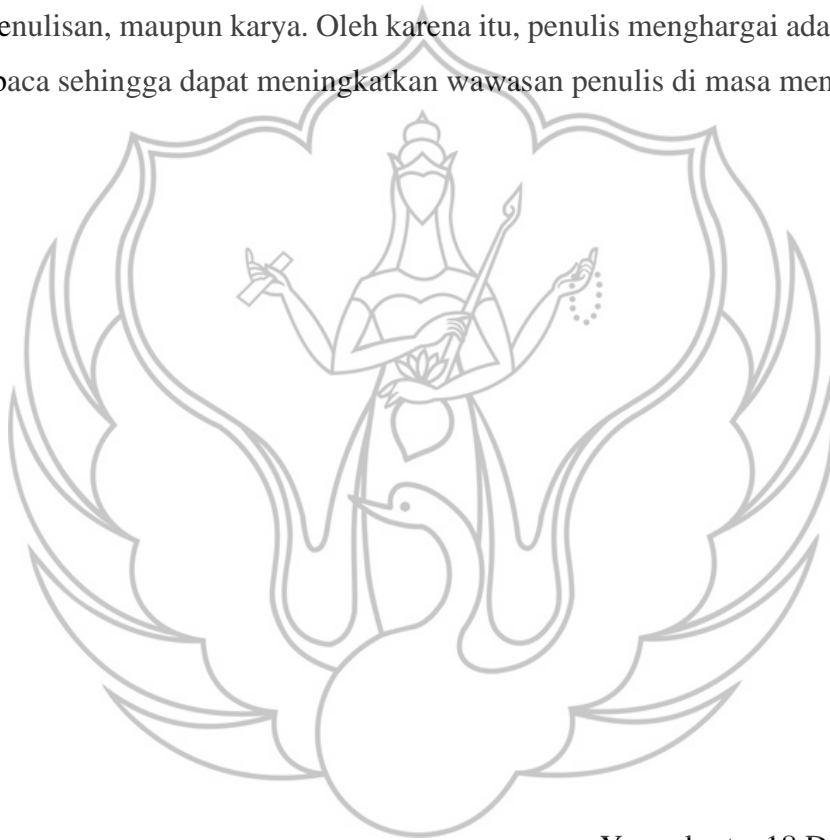
Muhammad Sholahudin, S.Sn., M.T.

NIP 19701019 199903 1 001 /NIDN 0019107005

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena berkat dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN KOMIK WEB BAHAYA HUBUNGAN PARASOSIAL ANTARA REMAJA DENGAN INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL” yang menjadi salah satu syarat kelulusan pendidikan S-1 di Program Studi Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Tugas akhir ini diharapkan dapat membantu mahasiswa sebagai referensi untuk merancang komik mengenai hubungan parasosial dan menambah wawasan di bidang pendidikan Desain Komunikasi Visual. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam tugas akhir ini baik dari segi penulisan, maupun karya. Oleh karena itu, penulis menghargai adanya kritik dan saran dari pembaca sehingga dapat meningkatkan wawasan penulis di masa mendatang.



Yogyakarta, 18 Desember 2023

Penulis,

Gracia Easterina Ungking

NIM 1912602024

UCAPAN TERIMA KASIH

Selesainya Tugas Akhir “Perancangan Komik Web Bahaya Hubungan Parasosial antara Remaja dengan Influencer di Media Sosial” ini tentunya tak luput dari bantuan orang-orang yang telah memberi dukungan dan motivasi kepada penulis. Oleh karena itu, ucapan terima kasih ini ditunjukkan kepada:

1. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Dr. Irwandi, M.Sn.
2. Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.,
3. Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.,
4. Daru Tunggal Aji, S.S., M.A., Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual, yang juga merangkap sebagai dosen pembimbing 2 saya di Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Terra Bajraghosa, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberi bimbingan dan masukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini
6. FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Wali yang telah membimbing saya selama menjalankan perkuliahan S-1 Desain Komunikasi Visual, ISI Yogyakarta
7. Indiria Maharsi, M.Sn., sebagai *cognate* atau dosen penguji ahli sidang tugas akhir saya
8. Heningtyas Widowati, S.Pd., M.Pd., sebagai ketua sidang di sidang tugas akhir saya
9. Semua jajaran dosen Desain Komunikasi Visual, ISI Yogyakarta atas semua ilmu dan bimbingannya selama masa perkuliahan saya
10. Bapak Ambrosius dan Ibu Alfrida Palalangan, orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya
11. Shofi Siti Farhaniah, Annisa Dewi Rengganis, dan Aninda Asshifa, teman-teman saya yang selalu memotivasi dan menemani saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini hingga larut malam
12. Psikolog Canina Yustisia Dwi Lestari, M.psi., yang telah bersedia menjadi narasumber dalam wawancara yang saya lakukan untuk penyusunan Tugas Akhir ini
13. Puspa, Disty, Lulu, dan Ritha, teman-teman saya yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
14. Aplikasi Youtube yang kontennya selalu memberikan hiburan saat mengerjakan Tugas Akhir ini

15. Teman-teman “Randatapak” DKV ISI 2019 yang telah menemani saya di masa perkuliahan saya



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gracia Easterina Ungking

NIM : 1912602024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Prodi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dan ilustrasi dalam perancangan saya yang berjudul **“PERANCANGAN KOMIK WEB BAHAYA HUBUNGAN PARASOSIAL ANTARA REMAJA DENGAN INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL”** yang dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan S-1 program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dibuat sepenuhnya oleh penulis. Karya ini merupakan hasil pemikiran penulis dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan rasa penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 18 Desember 2023

Yang membuat pernyataan,

Gracia Easterina Ungking

NIM 1912602024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gracia Easterina Ungking

NIM : 1912602024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Prodi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual, dengan ini memberikan karya Tugas Akhir perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN KOMIK WEB BAHAYA HUBUNGAN PARASOSIAL ANTARA REMAJA DENGAN INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL** kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam pangkalan data, mendistribusikannya secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk keperluan akademis tanpa perlu meminta ijin kepada saya sebagai penulis. Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 18 Desember 2023

Yang membuat pernyataan,

Gracia Easterina Ungking

NIM 1912602024

ABSTRAK

Hubungan parasosial adalah hubungan satu sisi antara penggemar dengan idolanya. Hubungan parasosial dapat menjadi berbahaya bagi remaja yang masih mengeksplorasi dirinya dan lingkungannya. Remaja yang menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial rentan mengalami hubungan parasosial ini terhadap *influencer* yang disukainya. *Influencer* merupakan seseorang yang memiliki pengaruh di media sosial. Hubungan parasosial yang dirasakan remaja terhadap *influencer* sehingga dapat mempengaruhi remaja secara negatif.

Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah merancang komik web mengenai bahaya hubungan parasosial antara remaja dan *influencer*, memberi pemahaman mengenai hubungan parasosial dan bahayanya bagi remaja, serta menyadarkan remaja akan hubungan parasosial yang tidak sehat dan batasan yang tidak boleh dilewatkan dalam mengidolakan seseorang. Data yang didapatkan untuk menyusun perancangan ini adalah data primer yang berupa kuesioner untuk mengamati hubungan parasosial yang dimiliki oleh responden dan wawancara yang dilakukan terhadap psikolog untuk lebih memahami topik hubungan parasosial serta data sekunder yang didapatkan melalui buku dan jurnal yang didapatkan mengenai hubungan parasosial.

Komik web ini terdiri dari prolog dan 4 *chapter* lain yang menceritakan mengenai pengalaman karakter dengan hubungan parasosial yang membahayakan dirinya. Dalam perancangan ini, pembaca dapat mengetahui bahwa hubungan parasosial tidak hanya berupa perasaan romantis terhadap idola, juga dapat menyangkut rasa percaya yang di berikan kepada *influencer* yang disukai, hubungan parasosial dapat membuat *influencer* merasa privasinya terganggu sehingga mengakibatkan perasaan cemas, dan salah satu cara untuk mengatasi hubungan parasosial ini adalah dengan konsultasi ke psikolog dan mencari asal mula bagaimana hubungan parasosial ini dapat terbentuk yang di visualisasikan di *chapter* akhir. Karya dibuat menggunakan Clip Studio Paint EX, dengan *tone* warna gelap kemerahan dengan gaya gambar kartun.

Kata kunci : komik web, webtoon, hubungan parasosial, *influencer*, remaja, media sosial

ABSTRACT

Parasocial relationships are one-sided relationships between fans and their idols. Parasocial relationships can be dangerous for teenagers who are still exploring themselves and their environment. Teenagers who spend most of their time on social media are susceptible to experiencing this parasocial relationship with the influencers they like. An influencer is someone who has influence on social media. The parasocial relationship that teenagers feel towards influencers can influence teenagers negatively.

Therefore, the aim of this design is to design a web comic about the dangers of parasocial relationships between teenagers and influencers, provide an understanding of parasocial relationships and their dangers for teenagers, and make teenagers aware of unhealthy parasocial relationships and the limits that should not be missed in idolizing someone. The data obtained to prepare this design is primary data in the form of a questionnaire to observe parasocial relationships experienced by respondents and interviews conducted with psychologists to better understand the topic of parasocial relationships as well as secondary data obtained through books and journals regarding parasocial relationships.

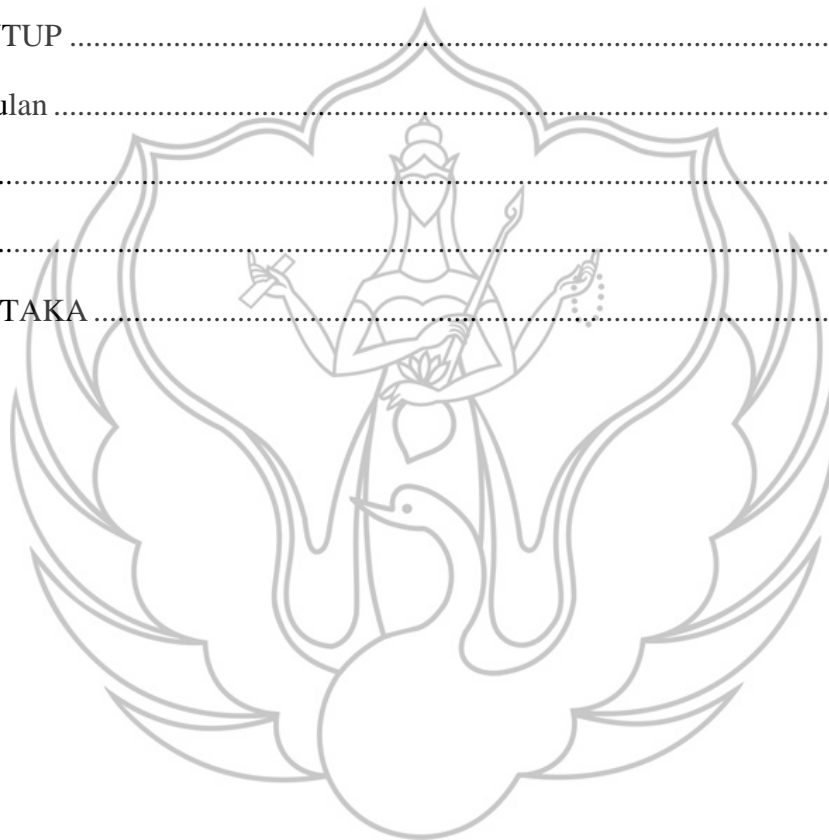
This web comic consists of a prologue and 4 other chapters that tell about the character's experiences with parasocial relationships that endanger him. In this design, readers can find out that parasocial relationships are not only in the form of romantic feelings towards idols, they can also involve the feeling of trust given to the influencer they like, parasocial relationships can make influencers feel that their privacy is disturbed, resulting in feelings of anxiety, and one way to overcome this This parasocial relationship involves consulting a psychologist and looking for the origins of how this parasocial relationship can be formed which is visualized in the final chapter. The work was created using Clip Studio Paint EX, with dark reddish tones in a cartoon style.

Keywords: webcomics, webtoon, parasocial relationships, influencers, teenagers, social media

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Perancangan.....	5
E. Manfaat Perancangan.....	5
F. Metode.....	5
G. Definisi Operasional.....	7
H. Skematik Perancangan.....	9
BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Tinjauan mengenai komik.....	10
2. Tinjauan Perancangan.....	31
B. Tinjauan Karya Sebelumnya.....	55
1. Tinjauan Pustaka.....	55
2. Tinjauan Karya Sejenis.....	58
C. Analisis Data.....	62
D. Kesimpulan.....	63
BAB III. KONSEP DESAIN.....	66
A. Konsep Kreatif.....	66
1. Tujuan Kreatif.....	66
2. Strategi Kreatif.....	66

3. Konsep Komik.....	67
B. Program Kreatif	76
C. Program Perancangan	84
BAB IV. PERANCANGAN.....	86
A. Studi Visual.....	86
B. Konsep Media	98
C. Karya Akhir Komik	109
D. Media Pendukung	132
BAB V. PENUTUP	136
A. Kesimpulan	136
B. Saran	137
LAMPIRAN.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....	157



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Panel dalam komik “Stage Fright”.....	11
Gambar 2.2 Balon kata dalam komik “Remeng Mangunjaya”.....	12
Gambar 2.3 Parit dalam komik “Stage Fright”	13
Gambar 2.4 Contoh gambar realis dalam "Potret Ibu" karya Affandi.....	14
Gambar 2.5 Contoh gaya gambar kartun	15
Gambar 2.6 Contoh gaya gambar hibrida.....	15
Gambar 2.7 Bingkai dalam komik "Stage Fright"	16
Gambar 2.8 Komik strip "Tahilalats"	19
Gambar 2.9 Contoh buku komik "Hai Miiko"	20
Gambar 2.10 Contoh novel grafis "Sapiens: Kelahiran Umat Manusia".....	21
Gambar 2.11 Contoh komik "Peculiar Dream" karya Nan Nan di LINE Webtoon	22
Gambar 2.12 Hasil survei “Berapa usia anda?”.....	48
Gambar 2.13 Hasil survei “Apakah anda memiliki atau pernah memiliki <i>influencer</i> yang sangat anda sukai? (contohnya Youtuber, Vtuber, Streamer, Instagram <i>influencer</i>)”	49
Gambar 2.14 Hasil survei “apakah anda dan <i>influencer</i> tersebut saling mengenal?”	49
Gambar 2.15 Hasil survei “Bila diberi kesempatan, untuk mengetahui kehidupan pribadi dari <i>influencer</i> tersebut, apakah kesempatan tersebut akan anda ambil/manfaatkan?”	50
Gambar 2.16 Hasil survei “Apakah anda pernah merasa cemburu bila <i>influencer</i> yang anda sukai dekat dengan orang lain atau lawan jenis?”.....	51
Gambar 2.17 Komik "Your Day is Mine" karya bunny di aplikasi LINE Webtoon.....	59
Gambar 2.18 komik “Gloomy Sunday” oleh fankycon di LINE Webtoon.....	60
Gambar 2.19 Permainan video “Parasocial”.....	61
Gambar 2.20 Hasil survei “Genre apa yang menurut anda menarik dan cocok untuk mengangkat topik hubungan parasosial ini?”	62
Gambar 3.1 Contoh jenis balon suara	76
Gambar 3.2 Font Upheaval TT (BRK)	77
Gambar 3. 3 Font CC Astro City	77
Gambar 3.4 Font Sitka Text.....	78
Gambar 3.5 Font Verdana.....	78
Gambar 3. 6 Font Bookman Oldstyle	79
Gambar 3.7 contoh gambar gaya kartun dari animasi “Grave of The Fireflies”	79
Gambar 3.8 contoh gambar gaya kartun karya starbustherapy	79

Gambar 3.9 Contoh layout yang digunakan	80
Gambar 3.10 Contoh warna kelam	81
Gambar 3.11 contoh tone warna kelam	81
Gambar 4.1 Referensi karakter utama Seno	86
Gambar 4.2 Karakter utama Seno	87
Gambar 4.3 Referensi karakter utama Sani	87
Gambar 4.4 Karakter utama Sani.....	88
Gambar 4.5 Referensi karakter utama Cherry	89
Gambar 4.6 Karakter utama Cherry	89
Gambar 4.7 Referensi karakter pendukung Romi.....	90
Gambar 4.8 Karakter pendukung Romi	90
Gambar 4.9 Referensi karakter pendukung Anisa	91
Gambar 4.10 Karakter pendukung Anisa.....	91
Gambar 4.11 Referensi sekolah Sani	92
Gambar 4.12 Sekolah SMP Sani.....	92
Gambar 4.13 Referensi kamar rumah sakit.....	92
Gambar 4.14 Kamar rumah sakit	93
Gambar 4.15 Referensi baju rumah sakit karakter Sani	93
Gambar 4.16 Baju rumah sakit karakter Sani	94
Gambar 4.17 Referensi ponsel pintar di komik	94
Gambar 4.18 Referensi ponsel pintar di komik	94
Gambar 4.19 Ponsel pintar di komik web.....	95
Gambar 4.20 Font Upheaval TT (BRK)	95
Gambar 4.21 Referensi logo	96
Gambar 4 22 Referensi logo glitch	96
Gambar 4.23 Proses pembuatan logo komik web "PARA-SOSIAL"	97
Gambar 4.24 logo komik web dengan efek glitch	97
Gambar 4.25 Logo komik web "PARA-SOSIAL" final.....	97
Gambar 4.26 Logo glitch komik web "PARA-SOSIAL" final.....	98
Gambar 4.27 Penerapan logo pada komik web "PARA-SOSIAL"	98
Gambar 4.28 Teknik campuran <i>cel shading</i> dan <i>airbrush</i> serta warna merah gelap yang digunakan untuk <i>shading</i>	109
Gambar 4.29 <i>Merch</i> tas jinjing	132

Gambar 4.30 Sticker komik web "PARA-SOSIAL" 133

Gambar 4.31 poster komik web "PARA-SOCIAL" 133

Gambar 4.32 Sisi depan kartu QR 134

Gambar 4.33 Sisi belakang kartu QR 134

Gambar 4.34 Casing handphone 135

Gambar 4.35 Casing handphone 135



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Naskah prolog komik web "PARA-SOSIAL"	69
Tabel 3.2 Naskah chapter 1 komik web "PARA-SOSIAL"	71
Tabel 3.3 Naskah komik web "PARA-SOSIAL" chapter 2	72
Tabel 3.4 Naskah komik web "PARA-SOSIAL" chapter 3	73
Tabel 3.5 Naskah komik web "PARA-SOSIAL" chapter 4	74
Tabel 3.6 Jadwal perancangan komik web "PARA-SOSIAL"	84
Tabel 3.7 Peralatan perancangan komik web "PARA-SOSIAL"	85
Tabel 3.8 <i>Software</i> yang dibutuhkan dalam perancangan komik web "PARA-SOSIAL"	85



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hubungan parasosial adalah persepsi dari pemirsa atau *viewers* tentang hubungan dengan seseorang yang dikenal melalui media tersebut (Gayle, et al., 2006). Dengan kata lain, hubungan parasosial adalah hubungan satu sisi yang dimiliki oleh seseorang terhadap persona yang dibuat oleh orang lain dalam suatu media. Hubungan parasosial memiliki berbagai bentuk mulai dari hubungan yang normal dengan berlandaskan perasaan romantis atau persahabatan hingga pemujaan yang ekstrim (Hartmann, 2016: 132). Hubungan parasosial sendiri memiliki banyak manfaat baik bagi penggemar maupun idola dan tidak selalu memiliki dampak negatif. Bagi penggemar, hubungan parasosial dapat menjadi tempat bersandar bagi mereka yang kesepian sehingga mereka atau penggemar melihat idolanya sebagai seorang teman yang selalu menemani, sebagai bentuk pelarian dari dunia nyata yang kejam, dan lain sebagainya. Sedangkan bagi idola sendiri, fenomena hubungan parasosial ini bisa digunakan sebagai bentuk pemasaran bagi dirinya. Namun, hubungan parasosial tidak lagi membawakan manfaat jika sudah mencapai tahap pemujaan atau *borderline-pathological* dimana seorang penggemar mulai melakukan perilaku seperti *stalking*.

Jika sudah sampai di tahap *borderline-pathological*, hubungan parasosial bukanlah hubungan yang sehat, namun menjadi hubungan obsesif yang merugikan hingga membahayakan. Hubungan parasosial yang obsesif tidak hanya dapat menimbulkan perilaku *stalking*, juga dapat membawa permasalahan lain yang menyangkut hukum seperti pelecehan, pencurian, hingga yang paling parah pembunuhan. Salah satu contoh kasus terparahnya adalah kasus musisi asal Islandia, Bjork. Bjork dilecehkan oleh penggemarnya yang mengirimkan surat berisi bom yang dibuatnya sendiri karena mendengar kabar bahwa Bjork memiliki kekasih. Karena tidak mau tertangkap pihak kepolisian, dirinya melakukan aksi bunuh diri dengan menembak kepalanya sendiri (Pravitri, 2018).

Influencer adalah seseorang yang memiliki jumlah pengikut yang signifikan dan memiliki pengaruh terhadap perilaku pengikutnya di media sosial (Hariyanti N.T, Wirapraja A, 2018: 141). Seorang *influencer* hanya menunjukkan apa yang mereka mau tunjukkan kepada dunia. Masih banyak proses sebelum seorang *influencer* mengunggah

foto atau videonya seperti proses *editing*, dan menghapus hal-hal yang tidak ingin ditunjukkan. Oleh karena itu, penggemar tidak bisa mengenal *influencer* berdasarkan apa yang mereka unggah dalam media sosial. Begitu pula sebaliknya, seorang *influencer* tidak akan bisa berteman dengan penggemarnya karena selain sedikitnya kemungkinan seorang *influencer* mengenal penggemarnya satu persatu secara mendalam, juga karena adanya ketidak seimbangan kekuatan dalam hubungan tersebut, karena adanya perasaan memihak yang positif dari penggemar kepada *influencer*.

Skenario-skenario terburuk yang tercipta dari fenomena hubungan parasosial antara *influencer* dengan remaja ini beragam mulai dari perilaku mengimitasi *influencer* yang disukai yang dapat mencelakai remaja hingga perasaan romantis terhadap *influencer* yang dapat mengakibatkan munculnya perilaku *stalking* yang dapat mengganggu privasi *influencer* dan membahayakan *influencer* dan remaja karena sejatinya *influencer* yang pengikutnya bukanlah orang yang saling mengenal. Di Indonesia sendiri, belum ada kasus mengenai *influencer* yang mendapatkan perilaku *stalking* dari penggemarnya. Kendati demikian, di Indonesia sudah terdapat indikasi dari perasaan romantis dan perilaku *stalking* itu sendiri, seperti hasil dari kuesioner yang dibagikan, 30 dari 110 remaja usia 15-21 tahun memiliki rasa cemburu bila *influencer* yang disukai dekat dengan lawan jenis. Hal ini menandakan bahwa remaja dapat mengalami perasaan romantis terhadap *influencer* yang disukai. Selain itu, di dunia Vtuber (Virtual Youtuber) marak terjadi perilaku *doxing* atau tindakan untuk menyebarkan informasi pribadi dari nama asli hingga tempat tinggal Vtuber tersebut. Salah satu kasus *doxing* ini terjadi pada Vtuber Indonesia, Raime Amamiya yang meninggalkan profesinya sebagai Vtuber karena mengalami perilaku *doxing* di media sosial “Discord” (Astri, 2023). Tindakan *doxing* dapat berujung ke perilaku *stalking* karena perilaku membagikan informasi pribadi menandakan bahwa orang yang melakukan tindakan tersebut ingin mengetahui kehidupan pribadi *influencer* tersebut sehingga dirinya rela mencari tahu identitas asli hingga tempat tinggal *influencer* tersebut karena adanya keinginan untuk melihat *influencer* tersebut secara langsung.

Hubungan parasosial juga menyebabkan ekspektasi yang tidak realistis baik bagi diri sendiri maupun orang lain (Pane, 2022). Fenomena ini mendorong remaja untuk mau menjadi terkenal seperti idolanya sehingga rela melakukan apapun untuk membuat konten yang bisa membuatnya terkenal seperti konten tantangan TikTok “Jelly” yang berpotensi menelan korban jiwa dan tantangan “Malaikat Maut” yang sudah menelan

korban jiwa. Karena adanya indikasi perasaan romantis terhadap *influencer* yang dapat berujung ke perilaku *stalking* hingga contoh kasus bahaya dari imitasi yang dilakukan remaja untuk mengikuti *influencer* yang disukai, dibutuhkan upaya untuk mencegah fenomena ini, dengan memberikan kesadaran terhadap remaja bahwa hubungan parasosial bisa menjadi hubungan yang berbahaya bagi dirinya dan orang lain.

Menurut data yang didapatkan melalui survei yang dilakukan terhadap remaja usia 15-21 tahun, sebanyak 63 dari 110 orang remaja menjawab bahwa mereka belum mengetahui apa itu hubungan parasosial. Oleh karena itu, penting juga untuk adanya media yang memberi pengertian mengenai apa itu hubungan parasosial dan memberi batasan bagi penggemar dan idolanya. Namun, bagaimana bila batasan tersebut tidak dibuat oleh sang idola karena satu dan lain hal? Mau tidak mau, penggemar harus menyadari sendiri batasan-batasan tersebut. Untuk memberikan ketegasan bagi penggemar terutama penggemar yang masih berusia remaja dalam menangani hubungan parasosial, dibuatlah komik web bahaya hubungan parasosial antara remaja dengan *influencer* di media sosial ini.

Menurut Santrock (2003) remaja adalah masa transisi anak ke masa dewasa awal dari usia 12 dan berakhir di usia 15-22 tahun (Dida, Lukman, et al., 2019: 33). Dipilihnya remaja usia 15-21 tahun sebagai target audience karena dengan aktifnya remaja dalam internet, remaja lebih rentan mengalami hubungan parasosial. Dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh APJII atau “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia” pada tahun 2017 dengan 2.500 responden, mayoritas pengguna internet ada di golongan usia remaja dan dewasa, dengan usia remaja (usia 13-18 tahun) sebanyak 75,50% dan dewasa (usia 19-34 tahun) sebanyak 74,23%. Dari responden tersebut, sekitar 87,13% merupakan pengguna media sosial. Oleh karena itu, kaum remaja rentan mengalami fenomena ini. Selain itu, komik web menjadi media yang dipilih karena menurut survei yang dilakukan penulis terhadap remaja usia 15-21 tahun, sebanyak 100 dari 110 orang responden memilih komik web sebagai media yang menarik untuk mengangkat topik mengenai hubungan parasosial. Komik web juga lebih mudah dijangkau karena cukup dengan adanya sinyal internet dan perangkat seperti laptop, komputer, dan smartphone, komik web sudah bisa di akses.

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, media sosial merupakan tempat di mana kehidupan seseorang dapat diubah sedemikian rupa untuk memenuhi keinginan

penggunanya. Anonimitas pengguna yang ada di dalam media sosial membuat pengguna media sosial merasa bebas sehingga mereka dapat mengunggah apapun. *Influencer* yang memiliki banyak pengikut dan pengaruh yang besar di media sosial merupakan seseorang atau sekelompok orang yang tidak diketahui siapa dirinya dan apa maksud dan tujuannya mengunggah konten di media sosial sehingga *influencer* dapat memberikan pengaruh baik maupun buruk bagi penontonnya, terutama bagi remaja yang masih dalam proses pertumbuhan. Pengaruh yang diberikan dari *influencer* inilah yang nantinya dapat membuat seseorang merasakan adanya kedekatan sehingga terbentuk hubungan parasosial.

Berdasarkan pernyataan di atas mengenai banyaknya remaja yang menggunakan media sosial, hasil survei yang menunjukkan bahwa masih ada remaja yang tidak tahu mengenai hubungan parasosial, dan bahaya yang di akibatkan oleh hubungan parasosial yang terjadi antara remaja dan *influencer*, serta adanya indikasi dari bahaya hubungan parasosial di Indonesia, maka dibutuhkan upaya untuk memberikan informasi mengenai hubungan parasosial dan bahaya yang dapat ditimbulkan oleh hubungan parasosial tersebut. Upaya yang dilakukan dalam perancangan ini adalah dengan membuat komik web mengenai bahaya hubungan parasosial dan mengenai hubungan parasosial itu sendiri. Komik web dibuat karena remaja memilih komik web sebagai media yang disukai. Selain itu, komik web dibuat secara digital karena remaja menyukai komik digital. Oleh karena itu, perancangan ini diharapkan dapat membuat remaja memiliki hubungan yang sehat dengan idolanya atau *influencer* yang disukai dengan memberikan informasi mengenai hubungan parasosial dan bahayanya, sehingga remaja mengetahui batasan yang tidak boleh dilewati saat mengidolakan seseorang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komik web yang memberikan pemahaman mengenai bahaya dari hubungan parasosial antara remaja dengan *influencer*?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan komik web bahaya hubungan parasosial antara remaja dengan *influencer* di media sosial adalah pembaca atau audience yang di targetkan berusia remaja dengan usia 15-21 tahun, hubungan parasosial yang dibahas adalah hubungan parasosial berbahaya yang terjadi antara target audience dengan

influencer yang ada di media sosial, dan topik utama dari perancangan ini adalah bahaya dari hubungan parasosial.

D. Tujuan Perancangan

- a. Merancang komik web mengenai bahaya hubungan parasosial antara remaja dengan *influencer*
- b. Memberi pemahaman dan pengingat mengenai hubungan parasosial dan bahaya dari hubungan parasosial itu sendiri
- c. Menyadarkan akan hubungan parasosial yang tidak sehat dan batasan yang tidak boleh dilewati dalam mengidolakan seseorang
- d. Memberikan ketegasan mengenai dampak buruk hubungan parasosial untuk remaja dalam menangani hubungan parasosial dengan *influencer* yang disukai

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi perancang
Perancang diharapkan bisa mengasah kemampuan merancang komik dan mengaplikasikan ilmu yang didapat kedalam karya yang dibuat.
2. Bagi target audience
 - a. Diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan adanya fenomena hubungan parasosial dan bahaya dari hubungan parasosial terhadap *influencer* di kalangan remaja.
 - b. Rancangan komik ini diharapkan dapat menjadi pengingat bagi kaum remaja dan dewasa awal akan bahaya dari hubungan parasosial.
 - c. Rancangan komik ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai hubungan parasosial.
3. Bagi bidang DKV
 - a. Mahasiswa dapat menjadikan komik hubungan parasosial ini sebagai bahan untuk dikaji.
 - b. Dapat menjadi referensi visual bagi mahasiswa DKV lain.

F. Metode

1. Metode Pengumpulan Data
 - a. Data primer

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mewawancarai psikolog sebagai ahli kesehatan psikologis secara langsung mengenai hubungan parasosial dan hubungannya dengan psikologi remaja.

2. Kuesioner

Metode pengumpulan data melalui survei atau kuesioner dilakukan dengan membuat kuesioner secara online dan membagikan kuesioner tersebut ke khalayak umum. Metode ini dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak remaja yang memiliki *influencer* yang disukai atau di idolakan, berapa banyak remaja yang sadar akan keberadaan fenomena hubungan parasosial, mencari tahu media yang digunakan untuk mengangkat topik ini, dan genre apa yang cocok untuk topik ini.

b. Data sekunder

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari sumber kepustakaan seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber lain dari internet yang membahas mengenai permasalahan yang serupa dan relevan dengan permasalahan yang dibahas di dalam karya.

Menurut Mustika Zed dalam bukunya “Metode Penelitian Kepustakaan”, studi pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pengumpulan data melalui metode pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian (Zed, 2004: 3)

2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk perancangan ini adalah metode analisis 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, dan How*) sebagai berikut

- a. *What* : Apa yang mau disampaikan?
- b. *Why* : Mengapa perlu dibuat komik digital?
- c. *Who* : Siapa target *audience* komik ini?
- d. *Where* : Dimana komik ini akan dirilis?
- e. *When* : Kapan komik ini perlu diterbitkan?
- f. *How* : Bagaimana komik ini dibuat sehingga cocok dengan target *audience*?

3. Metode Perancangan

Metode Perancangan yang digunakan adalah metode 5 pilihan yang di kemukakan oleh Scott McCloud pada buku “Making Comics”. Dalam membuat komik, komikus perlu mempelajari prinsip komunikasi dengan jelas dan mempelajari elemen apa yang ada di dalam komik, yang bisa membujuk pembaca untuk membaca komik tersebut (McCloud, 2006: 9). Oleh karena itu, dalam pembuatan komik dibutuhkan pemilihan seperti pemilihan gambar, *pacing*, dialog, komposisi, gestur, dan lain sebagainya. Untuk memilih hal-hal tersebut, digunakan lah metode pilihan ini. Pilihan tersebut dibagi menjadi 5 antara lain adalah sebagai berikut

a. *Choice of Moment*

Menurut McCloud, *choice of moment* adalah bagaimana seorang komikus memilih momen yang akan ditampilkan dalam komik dengan memilih momen mana yang akan disertakan di dalam komik yang akan dibuat, dan momen mana yang tidak disertakan (McCloud, 2006: 10).

b. *Choice of Frame*

Choice of frame adalah bagaimana komikus memilih frame komik dari segi jarak dan sudut, juga bagaimana komikus memotong frame sesuai atau berdasarkan momen yang sudah dipilih sebelumnya (McCloud, 2006: 10).

c. *Choice of Image*

Choice of image adalah penggambaran objek, karakter, dan suasana yang disatukan kedalam frame yang sudah dipilih secara jelas (McCloud, 2006: 10).

d. *Choice of Word*

Choice of word adalah bagaimana komikus memilih kata kata yang bisa menambahkan informasi penting dan sesuai dengan gambar yang ada (McCloud, 2006: 10).

e. *Choice of Flow*

Choice of flow adalah pemilihan dimana komik tersebut bisa dibaca secara jelas dan tidak membingungkan dengan menuntun pembaca melalui panel yang dibuat (McCloud, 2006: 10).

G. Definisi Operasional

1. Komik web

Komik web adalah komik yang dipublikasikan melalui internet, tidak termasuk komik print yang kemudian disimpan secara daring (Walters, 2009: 2).

2. Hubungan Parasosial

Menurut buku “Mass Media Effects Research: Advances Through Meta-Analysis”, hubungan parasosial adalah persepsi dari pemirsa atau *viewers* tentang hubungan dengan seseorang yang dikenal melalui media tersebut (Gayle, et al., 2006). Giles juga menyatakan bahwa yang membedakan antara hubungan parasosial dengan hubungan lainnya adalah, semua interaksi dilakukan secara satu sisi (Giles, 2010: 9)

3. Remaja

Menurut Santrock (2003) remaja adalah masa transisi anak ke masa dewasa awal dari usia 12 dan berakhir di usia 15-22 tahun (Dida, et al., 2019: 33).

4. *Influencer*

Influencer adalah seseorang yang memiliki jumlah pengikut yang signifikan dan memiliki pengaruh terhadap perilaku pengikutnya di media sosial (Hariyanti N.T, Wirapraja A (2018: 141). *Influencer* sendiri dibedakan menjadi 4 kategori yaitu:

- e. Nano *influencer* atau *influencer* yang memiliki pengikut di bawah 5000 pengikut.
- f. Micro *influencer* atau *influencer* yang memiliki pengikut antara 5000-30.000 pengikut.
- g. Macro *influencer* atau *influencer* yang memiliki 30.000-100.000 pengikut.
- h. Mega *influencer* atau *influencer* yang memiliki 100.000 hingga jutaan pengikut (Vanessa, 2022).

H. Skematik Perancangan

