

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### A. KESIMPULAN

Maraknya kemunculan studio-studio komik yang didominasi oleh generasi muda pada fase peralihan abad (sejak tahun 1995-hingga kini) merupakan sebuah indikasi akan kebangkitan kedua dunia komik Indonesia. Tidak berbeda dengan masa tahun 1950-an, kebangkitan ini membawa naluri tanding melawan derasnya komik impor dan semangat indignasi budaya lokal. Semua ini menandakan sebuah denyut nadi komik Indonesia yang oleh beberapa kalangan telah disebut mati.

Kematian yang sebenarnya hanya terjadi di pasar buku, karena dalam wilayah parsial komik Indonesia sedang bergerak perlahan-lahan. Dalam gerakan komik di Indonesia era tahun 90-an ini, kebangkitan komik Indonesia menghadapi sebuah realitas jaman, yakni industrialisasi. Cara berpikir sistem industri adalah *profit oriented*, dimana segalanya terukur dari logika untung dan rugi. Begitupun halnya dengan komik dan bidang budaya yang lain, bahwa yang menjadi unsur utama sebuah proses produksi bagi industri adalah berputarnya siklus uang. Sehingga langkah pertama yang diambil dalam sebuah proses produksi adalah mengikuti selera pasar, membuat produk budaya yang laku dijual. Hal ini memberikan ruang yang besar bagi terjadinya intervensi produser sebagai pemilik modal dalam menentukan bentuk sebuah kreativitas.

## B. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELAHIRAN KOMIK INDEPENDEN

Berdasarkan hal-hal yang menjadi pengamatan, maka terdapat beberapa hal yang menjadi aspek pengaruh bagi kelahiran komik independen di Indonesia

### 1. Semangat indignasi

Dengan melimpahnya komik impor Amerika, Eropa dan Jepang di pasaran komik Indonesia menumbuhkan sebuah dorongan kuat dari dalam diri generasi muda untuk berekspresi melalui komik, yang pada akhirnya menyurutkan diri pada lokalitas atau keinginan untuk mengidentifikasi jati diri (identitas) bangsanya dan bermuara pada implementasi budaya tandingan atas komik impor.

### 2. Semangat kemandirian

Realitas industri yang dihadapi generasi muda saat ini dalam aspek budaya dan produksi, menjadikan sebuah sandungan untuk terjun lebih jauh dalam dunia komik. Karena instrumen industri dikuasai oleh pemilik modal yang sering tidak sejalan dan interventif. Maka kreator komik independen lebih memilih menandingi sistem itu dengan memproduksi komiknya sendiri atau berkelompok, dengan memanfaatkan teknologi yang relatif terjangkau seperti cetak fotokopi atau mesin toko, yang kemudian menjalin perkawanan dan menjual komiknya dari *event* ke *event*, dari tangan ke tangan.

### 3. Semangat Pembebasan

Kemandirian karena bebas dari intervensi diluar pengaruh dirinya, memberikan kesempatan yang luas bagi kreator komik dalam proses kreatif dan penentuan eksemplar serta distribusi penjualannya. Dalam beberapa hal, kebebasan ini menjadikan sebuah keragaman yang memperkaya pengalaman estetik dan gagasan-gagasan yang dikemukakan

## C. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PADA TEMA DAN VISUAL KOMIK INDEPENDEN

### a. Aspek lingkungan

Lingkungan adalah faktor penentu bagi perkembangan sebuah kreatifitas, dalam hal ini lingkungan dapat dilihat dari latar belakang geografi, akademis, demografi yang nantinya dapat dinilai pada kualitas dan kuantitas fasilitas informasi. Hal inilah yang membedakan karakter komik dari masing-masing kota dalam penelitian ini.

#### a.1. Asal Kota

Jakarta, sebagai ibukota negara dan pusat perekonomian, Jakarta memiliki tingkat konsumsi paling tinggi di Indonesia, hal ini mempengaruhi pula terhadap gaya hidup dan selera yang berkembang pada masyarakatnya. Begitupun dengan trend produk-produk populer, seperti komik. Selain pengkonsumsian terhadap trend visual dari komik impor, kreator komik di Jakarta juga berorientasi bisnis, pengemasan selera dan produk komik telah memperlihatkan arah itu.

Bandung, adalah kota yang menjadi idiom kota budaya pop, dimana trend gaya hidup banyak lahir dari Bandung. Bandung mampu mengolah trend barat (internasional) menjadi karya yang mudah diimplementasikan menjadi lokal, *fashionable* dan terjangkau. Lingkungan ini membentuk dalam segala ekspresi kreativitas para kreator komik, yang dapat dilihat dari pengemasan cerita, idiom dan tanda-tanda visual yang ditampilkan.

Yogyakarta, banyak disebut sebagai dapur kesenian Indonesia, sebagian besar komik yang lahir dari Yogyakarta mengutamakan ekspresi individualnya, lingkungan budaya di Yogyakarta membentuk sebuah idealisme bagi kreator komik untuk memberikan sebuah penghargaan yang setara antara ekspresi pada komik dengan bentuk ekspresi seni rupa lainnya.

#### b. Aspek budaya

Komik independen di Indonesia yang diwakilkan pada tiga komunitas kota Jakarta, Bandung dan Yogyakarta adalah jejak budaya yang menggambarkan konteks jaman. Dari segi tema-tema yang digali seperti espektasi pada superhero, karena meski pada kenyataannya pengaruh komik impor masih begitu dominan pada kreator komik tema kepahlawanan, namun pada saat proses kreatifnya berlangsung dan menjadi sebuah bentuk komik, maka terdapat nilai-nilai lokal yang mengemuka atau identitas kedirian yang ingin diproyeksikan, meskipun dalam skala minimal.

Pada komik tema parodi, sesungguhnya penggalian budaya yang dilakukan dengan cara menyusun ulang kerangka cerita dan pengakaitan inter konteks

adalah sebuah proses pengkayaan budaya, dimana pemaknaan terhadap budaya lokal diselaraskan dengan perkembangan pola pikir, dan karikatur realitas sosial.

Pada komik tema seksual, selain menjadi sebuah bentuk ekspresi individual, juga menjadi sebuah cerminan pada kondisi sosial budaya negeri ini yang ironis dalam menyikapi permasalahan seksual. Nilai-nilai yang lahir dalam komik tema seksual dengan penyajian vulgarisme gambar, memperlihatkan sebuah nilai sarkas yang sedang membuka penabuan masyarakat terhadap seksualitas yang tidak jelas.

Komik ekspresi sebagai komik yang mengusung nilai kemurnian seni adalah refleksi dari posisi ambang batas tingkatan nilai-nilai estetika, antara produk budaya tinggi dan pinggiran.

Komik adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang kaya akan tanda-tanda visual, seperti karakter tokoh, *setting*, semiotik dan teks verbal (bahasa, onomatope), yang selain dari bentuk komiknya sendiri, juga membawa sebuah cakrawala luas dandapat di cirikan sebagai identitas budaya lokal yang menjalin sebuah keragaman menjadi budaya nasional.

Terlepas dari baik buruknya, komik independen telah hadir di Indonesia menjadi sebuah produksi kecil budaya yang memperkaya khasanah komik di negeri ini meski hanya dalam gerak yang kecil.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin. Zainal, 2000, *Filsafat Manusia*, Rosda, Bandung
- Aikon, 2000, *Komik Alternatif, Menghantar Logika Yang Berbeda*, Nopember, Jakarta
- Berger. Arthur Asa, 2000, *Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer*, Tiara Wacana Yasa, Yogyakarta
- Boneff. Marcel, 1998, *Komik Indonesia*, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta
- Brouwer, M.A.W, 1983, *Psikologi Fenomenologis*, Gramedia, Jakarta
- Bujono. Bambang, 1996, *Gambar Segi enam*, artikel katalog pameran, Bentara Budaya, Yogyakarta
- Budiman.Kris, 2001, *Siasat Semiotik Gambar dan Teks, Bedah Komik : Jakarta 2039*, Yogyakarta
- Burhan. M Agus, 1999, *Nilai Estetik Dalam Seni Lukis Indonesia*, Jurnal seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Coyler. Martin, 1990, *Commissioning Illustration*, phaidon oxford, London
- Dunn, Watson & Barban, Arnold M., 1982, *Advertising It's Role and Modern marketing*, 5 th Edition, The Dryden Pres, New York
- Dep. P&K, 1989, *Kamus besar bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Echols. John M & Shadily. Hasan, 1996 , *Kamus Inggris Indonesia*, Gramedia, Jakarta.
- Featherstone. Mike, 2001, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Hadi. M, Umar, 1999, *Simbol Arti dan Penerapannya. Pidato Ilmiah pada Dies Natalis XIV*, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
- Hadiwijoyo. Harun, 1980, *Sari Sejarah Filasafat Barat 2*, Kanisius, Yogyakarta.
- Horn. Maurice (Editor), 1987, *Contemporary Graphic Artist*, Gale Reseach Company, Michigan.

- Imansyah Lubis S.Sos, 1999, *Perjalanan Komik Underground*,  
Sisipan Komik Karpet Biru, Jakarta.
- Jaxtheimer. Bodo W, 1987, *How to paint & draw*, Weathervane book, New York.
- Joned Yulianto, 2000, *Makna Simbolis Logo Group Musik Underground Beraliran Black Metal* Skripsi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Panji Masyarakat, 1997, *Kolom Budaya*, Jakarta
- Lee. Stan & Buscema. John, 1978, *How To Draw Comics The Marvel Way*,  
Rockefeller Center, New York.
- Mardalis, Drs, 1990, *Metode penelitian suatu pendekatan proposal*,  
Bumi aksara, Jakarta
- Moleong. J. Lexy, 1995, *Metode Penelitian Kualitatif*, Rosda, Bandung.
- Mulyana. Deddy, 1999, *Nuansa-nuansa komunikasi*, Rosda, Bandung.
- Palm, C.H.M, 1980, *Sejarah Antropologi Budaya*, Bandung, Jemmars.
- Panuju. Redi, 1997, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Schodt, Frederik L, 1997, *Manga! Manga! The World Of Japanese Comics*,  
\_\_\_\_\_ Tokyo
- Sutrisno. Mudji, 1995, *Nuansa-Nuansa Peradaban*, Kanisius, Yogyakarta.
- Tempo, 1999, *Komik Gerilya Komik Yang Asyik*, Jakarta
- [www.kompas.com](http://www.kompas.com), *Sekarang memang eranya komik Jepang*, 28 Januari 2001
- [www.komikaze99.tripod.com](http://www.komikaze99.tripod.com) Arif Budiman. Agung, "Masyarakat dan Komik"  
\_\_\_\_\_
- [www.geocities.com/ alternative](http://www.geocities.com/alternative). Bolhafner. Steve, "Alternative Comics," \_\_\_\_\_
- [www.komikaze99.tripod.com](http://www.komikaze99.tripod.com) Mohamad. Gunawan, "Dari dunia super  
hero:Sebuah laporan, \_\_\_\_\_