

PERANCANGAN KOMIK KARAKTER SUPERHERO “SEMBRANI” DESIGN OF "SEMBRANI" SUPERHERO CHARACTER COMIC

Muhammad Tafakur¹, Siti Desintha, S.Sn., M.Sn²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹mtafakur@students.telkomuniversity.ac.id, ²desintha@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Sembrani merupakan salah satu karakter superhero lokal yang juga melegenda pada tahun 1970-an s/d 1980-an seperti Gundala Putra Petir, Godam, Maza Sang Penakluk, Sri Asih dan lain-lain. Namun beberapa dekade terakhir industri komik dan superhero lokal ini sempat menurun karena berbagai hal, seperti kalah bersaing dengan superhero luar maupun berhentinya penerbit menerbitkan komik superhero lokal tersebut. Selain dari sisi industrinya, perkembangan zaman juga mempengaruhi karakteristik pembaca remaja saat ini menjadi lebih individual. Pengaruh itu juga mengurangi rasa nasionalisme dan nilai persatuan dalam diri mereka termasuk dalam melestarikan karakter superhero lokal. Hal-hal ini membuat pembaca saat ini banyak yang tidak mengetahui atau kekurangan informasi tentang karakter superhero tersebut termasuk Sembrani. Maka dari itu merancang media seperti komik yang dapat menginterpretasikan kembali sosok karakter superhero Sembrani sangatlah diperlukan untuk menanamkan pesan nasionalisme dan persatuan kepada pembaca remaja saat ini. Sementara untuk metode penelitian dalam perancangan ini dibagi dua, metode pengumpulan data dan analisis data. Metode pengumpulan data untuk perancangan ini melalui empat cara yaitu observasi, wawancara, survey pembaca, dan studi pustaka, yang kemudian diolah dengan metode analisis SWOT. Perancangan komik karakter superhero “Sembrani” ini diharapkan dapat meningkatkan nilai nasionalisme dan persatuan dalam diri pembaca sambil memperkenalkan figur yang sempat naik daun pada zamannya ini.

Kata kunci: Komik, Superhero, Sembrani

Abstract

Sembrani is one of indonesia's superhero legend characters like Gundala Putra Petir, Godam, Maza Sang Penakluk, Sri Asih and others. However, the last few decades of the local superhero comics industry had declined due to various reasons, such as losing competition with superheroes from other countries and the discontinuation of publishers from publishing the local superhero comics. Beside of the industry, the modern has influenced the teenager readers of the comics becoming more individualist. The influence has reduced the nationalism and unity from themselves including in the preserving local superhero character. These things makes the reader doesn't know any of the local superhero comics character further like Sembrani. therefore, the design of media such as comic that could interpreted again of the character of sembrani it is needed to raise the message of nationalism and unity for youth readers nowadays. Meanwhile for the research methods of the design divided into methods of data collection and data analysis. The method of data collection for this design is through four methods, namely observation, interviews, reader surveys, and literature studies, which are then processed using the SWOT analysis method. The design of the "Sembrani" superhero character comic is expected to increase the value of nationalism and unity in the reader while introducing the right figure to the readers.

Keywords: Comics, Superheroes, Sembrani

1. Pendahuluan

Komik superhero bukanlah produk asli dari budaya bangsa Indonesia, namun tidak bisa dipungkiri ini sudah menjadi budaya komik dunia yang muncul selain di negara asalnya yaitu Amerika. Indonesia memiliki superheronya sendiri terbukti sejak 1954 dengan munculnya karakter Sri Asih karya R.A Kosasih. Hingga pada masa jayanya pada tahun 1970-an sampai 1980-an karakter seperti Gundala Putra Petir, Godam, Tira dan lain-lain pernah menjadi idola bagi para pembaca komik lokal saat itu. Industri komik superhero lokal ini masih berkembang hingga sekarang jika melihat perusahaan BumiLangit Entertainment Corpora yang memegang 500 pustaka karakter komik yang ada sejak 60 tahun tersebut.

Salah satu karakter melegenda yang tidak banyak dikenali pembaca komik saat ini adalah "Sembrani", superhero buatan komikus Alm. Hasmi (Harya Suryaminata) yang masuk dalam tim patriot bersama Gundala Putra Petir, Godam, dan lain-lain. Karakter yang pertama muncul pada tahun 1974 dalam serial "Gundala 1000 pendekar" ini bernama asli Tangguh dan memiliki kekuatan mampu mengendalikan medan magnet, juga mampu terbang serta tahan dan dapat menetralkan racun. Sembrani memperoleh kekuatannya dari kalung yang diberikan Panglima Perang Bintang Ristuty bernama Othorb ketika dia turun ke sebuah kawah beracun di Dieng. (Fery Ferdiansyah: 2015). Padahal Sembrani menjunjung nilai persatuan dan anti perpecahan khas Bhinneka Tunggal Ika seperti yang digambarkan dalam bentuk simbolik kekuatan yang dimilikinya yang bisa mempersatukan dua kutub dalam medan magnet yang saling berlawanan. Namun sangat disayangkan bahwa pembaca di Indonesia saat ini banyak yang tidak mengetahui superhero lokal seperti Sembrani ini karena berbagai hal.

Permasalahan seperti penghentian penerbitan oleh para penerbit, mahal biaya produksi, dan dikuasainya pasar oleh komik-komik

impor adalah beberapa masalah dari faktor industri yang muncul ketika komik superhero ini dianggap mati suri. Selain dari faktor industri yang mempengaruhi penyebaran komik tersebut, perbedaan karakteristik pembaca komik saat ini yang terpengaruh perkembangan zaman dan teknologi juga turut andil dalam tenggelamnya komik superhero lokal ini. Pengaruh yang membuat mereka menjadi lebih individual ini, menyebabkan turunnya nasionalisme dan rasa persatuan dalam diri mereka termasuk dalam upaya melestarikan karakter superhero lokal. Padahal superhero lokal memiliki nilai-nilai tersebut yang dibalut dengan kearifan lokal yang sangat tepat dengan karakter bangsa Indonesia.

Perlunya media informasi untuk mengenalkan kembali superhero lokal seperti Sembrani kepada remaja ini dinilai penting untuk mengangkat pesan nasionalisme dan persatuan bagi remaja Indonesia. Komik merupakan media yang tepat karena pembaca utama komik adalah remaja yang dimana komik sudah menjadi bagian dari remaja. Penggunaan komik sebagai media edukasi dan penyampaian pesan yang baik (Bonneff 1998). Karena komik memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas hidup orang yang terlibat dalam komik baik yang berkreasi ataupun membaca, dalam mengubah sikap, kesadaran, dan perilaku seputar masalah sosial, juga komik dapat menciptakan peluang baru bagi para praktisi dan audiensinya. Cardiff University 2014. (Ernesto Priego. Openaccess.city.ac.uk . *Comics as Research, Comics for Impact: The Case of Higher Fees, Higher Debts* 2016).

Maka dari latar belakang yang sudah dipaparkan di atas penulis berharap dengan memperkenalkan kembali superhero lokal seperti Sembrani, melalui sebuah perancangan media informasi seperti komik yang sesuai untuk menyampaikan pesan nasionalisme dan persatuan kepada pembaca remaja Indonesia saat ini.

grafis, desain interior, desain produk, desain arsitektur yang berpangkal pada ilmu antropologi, psikologi, komunikasi, sosiologi dan pendidikan.

2.2 buku

(Suriyanto Rustan dalam Desintha 2015: 2) buku memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi, dalam bentuk cerita, laporan, pengetahuan, dan lain-lain.

2. Dasar Pemikiran

2.1 Perancangan (Design)

Menurut Yongky Safanayong (2006:2) desain merupakan sebuah keahlian atau bidang pendidikan yang meliputi segi kultural – sosial, filosofi, sistem, usaha serta eksplorasi visual. Desain juga merupakan bidang ilmu yang bersifat disiplin silang dimana membutuhkan kreatifitas dan pertimbangan desain. Kegiatan dalam desain meliputi desain

2.3 Buku komik

buku komik memiliki dua fungsi utama, pertama sebagai hiburan dan yang kedua dapat dimanfaatkan secara langsung maupun tidak langsung untuk tujuan edukatif atau pesan. Komik juga turut berperan dalam mengembangkan minat membaca (Bonnet, 1998:67).

2.4 komik

Menurut Toni Masdiono dalam bukunya "14 jurus membuat komik (2001 : 9) menyatakan bahwa komik merupakan rentetan gambar yang berturut menceritakan suatu kisah yang esensinya sama dengan membaca peta, symbol, diagram , dan lain lain untuk menyampaikan suatu pesan

2.5 Desain Komunikasi Visual

Desain adalah berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreatifitas. Komunikasi adalah ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan. Visual ialah sesuatu yang dapat dilihat (Kusrianto, 2009: 12).

2.6 Layout

Merupakan langkah awal dalam proses desain yang melibatkan pengorganisasian berbagai elemen desain seperti jenis, foto, dan ilustrasi, sedemikian rupa sehingga hasil yang diharapkan dapat dipahami (Wolf, Peter J 2010 :58).

2.7 Tipografi

Menurut Peter. J. Wolf, tipografi merupakan Istilah untuk menggambarkan seni dan ilmu tata huruf, serta karya yang dihasilkan. Berkaitan dengan sejumlah besar hal, dari yang luas seperti readability dalam teks, hingga detail seperti kerning dan estetika dari bentuk huruf.

2.8 Ilustrasi

Kusriyanto Dalam bukunya "pengantar desain komunikasi visual", bahwa ilustrasi merupakan seni gambar yang dipergunakan untuk memberikan penjelasan dari suatu maksud atau tujuan visual, atau bisa juga untuk mengisi ruang kosong dalam suatu media. Ilustrasi bisa berbagai macam seperti karya lukis , sketsa, image bitmap hingga karya foto

2.9 Superhero

Menurut Dimas Kresna dalam tesisnya yang berjudul Revitalisasi Karakter Komik Superhero Lokal Indonesia Ditengah-tengah budaya komik global (2010: 13) superhero adalah story character yang memiliki sifat fictional character, dimana karakter yang memiliki identitas tersebut berada dalam suatu karya fiksi. Superhero memiliki keberanian dan kekuatan yang melebihi manusia biasa, dan juga memiliki moralitas tinggi untuk menegakkan kebenaran dan menjaga keadilan.

Memiliki atribut kostum dengan nama-nama yang unik untuk menunjang aksinya. Biasanya terdapat dualisme identitas pada karakter (alter-ego) dalam peranannya di dalam cerita.

3. Konsep dan Hasil Perancangan

3.1 Konsep Pesan

Dalam perancangan ini tentu ada pesan yang ingin disampaikan kepada target pasarnya. Pesan utama yang ingin disampaikan melalui perancangan komik ini adalah menanamkan patriotism dan nasionalisme kepada remaja melalui pengenalan kembali superhero lokal yaitu sembrani. Melalui judulnya pun juga dapat di menyampaikan pesan tersebut yaitu SEMBRANI: selamatkan jakarta. Kekuatan milik sembrani menjadi simbol pemersatu bangsa yang sedang terpecah.

Mengambil permasalahan perpecahan umum yang di alami oleh remaja-remaja saat ini yaitu tawuran, utamanya di kota Jakarta. Dimana disini kekuatan Sembrani menyimbolkan penyatuan remaja saat ini. Seperti sembrani menyatukan kutub-kutub pada medan magnet yang saling berlawanan. Penggunaan bahasa yang lebih mudah dimengerti baik secara ejaan ataupun penggunaan istilah bagi remaja saat ini. Dengan menampilkan aksi heroik dari superhero tersebut yang mewakili semangat patriotism dan nasionalisme dalam menghadapi penjahat tersebut.

3.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan penulis untuk menyampaikan pesan ini adalah dengan membuat sebuah komik baru dengan tokoh utama Sembrani dengan latar dan kondisi yang disesuaikan dengan kondisi pembaca saat ini. Berupa menggabungkan cerita superhero dengan keseharian dari khalayak pasar yang dituju. Melihat dari kebiasaan generasi Y dan Z yang kesehariannya berhubungan dengan media social dan internet. Maka cerita dari Sembrani ini akan merangkul khalayak pasar tersebut dengan mempertemukan superhero yang ada sejak dulu dengan generasi pembaca sekarang.

Komik ini dikemas sebagai edisi spesial dari karakter sembrani tersebut. Karena pada masa jayanya dulu karakter ini tidak memiliki buku dengan judulnya sendiri. Menjadikan sembrani sebagai leader bagi remaja yang ditemuinya untuk bersama-sama menjaga persatuan. Permasalahan utama pada komik ini adalah tawuran yang sering terjadi di Jakarta sebagai bentuk perpecahan yang terjadi di kalangan remaja terutama di Jakarta saat

ini. Menjadi petualangan sembrani dan para remaja melawan penjahat super.

3.3 Konsep Media

Media utama dari perancangan ini adalah sebuah buku komik berukuran 17 cm x 24,5 cm menggunakan kertas jenis Bulk paper. buku komik masih digemari meskipun jaman sekarang sudah mulai banyak muncul komik digital. Karena biasanya komik digital memerlukan platform lain yang kadang memiliki kepribadian pembaca yang berbeda, sementara ini adalah komik untuk remaja universal.

3.4 Konsep Komunikasi

Konsep komunikasi yang digunakan adalah AIDDA, dimana untuk menarik kesadaran (awareness) dari pembaca menggunakan berbagai elemen grafis di tempat media utama di display yaitu toko buku. Dan melalui iklan di social media. Setelah sadar akan adanya komik tersebut, pembaca dibuat tertarik (interest) dengan konten yang ada di retail display dan juga X-banner yang dirancang. Pembaca dipersilahkan melihat konten yang ada di media utama sehingga muncul rasa keinginan (desire) untuk memilih komik tersebut. Setelah keinginan itu muncul, akan ada pengambilan

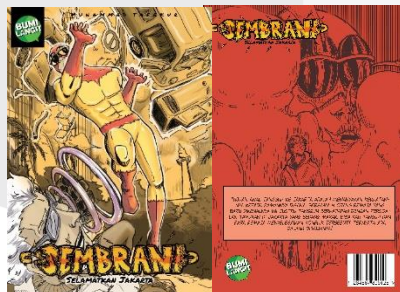
3.7 Hasil Media Utama

a. Logo



logo sekaligus judul komik
Sumber : tafakur (2019)

b. Cover



Cover depan dan belakang
Sumber : tafakur (2019)

keputusan untuk membeli produk tersebut (decision) dengan pertimbangan seperti adanya merchandise dan sebagainya. Setelahnya pembaca memutuskan membeli dan menerima informasi yang cukup tentang produk melalui media pendukung dan penjelasan dari sales promotion

3.5 Konsep Visual

Di dalam komik ini, menggunakan gaya visual yang disesuaikan dengan target pasarnya. Juga terhadap gaya gambar, mengambil gaya semi American comic. Merupakan gaya gambar khas komik superhero, dengan bentuk yang lebih disederhanakan agar sesuai dengan pembaca saat ini. Teknik yang digunakan pun menggunakan teknik digital painting dengan rasio 80% hitam putih dan 20% warna.

3.6 Konsep Bisnis

Dalam konsep ini, peluncuran buku ini akan turut dipromosikan di toko buku maupun tempat lain yang berhubungan dengan buku dan komik. Selain melalui promosi langsung, diperlukan promosi digital melalui berbagai social media seperti facebook dan instagram. Dengan harga satu buah komik yaitu Rp. 65.000,00-.

c. Karakter



seluruh karkater utama dan pembantu
Sumber : tafakur (2019)

d. Isi komik



Halaman isi komik
Sumber : tafakur (2019)

3.8 Hasil Media Pendukung

a. Social media content & ads



promosi di social media
Sumber : tafakur (2019)

b. Retail display



Retail Display
Sumber : tafakur (2019)

4. Kesimpulan dan Saran

Superhero dapat menjadi sosok ideal bagi para pembaca komiknya. Penanaman nilai-nilai baik social maupun budaya juga dapat ditanamkan melalui karakter superhero dalam sebuah komik. Modern ini para pembaca cenderung memiliki sifat individual yang tinggi dan kurang peka terhadap sekitar. Ketidaktahuan mereka terhadap karakter superhero lokal yang dulu sempat naik daun pada zamannya juga berpengaruh terhadap karakter tersebut karena tidak ada sosok yang dapat menjadi ideal bagi mereka. Salah satu sosok yang dapat dimunculkan kembali adalah sembrani yang memiliki potensi untuk memiliki judul komik tersendiri namun sayangnya tidak memiliki kesempatan itu.

Kurang diketahui dan tenggelamnya para karakter superhero ini membawa penulis pada kesempatan untuk memunculkan mereka. Sebagai bentuk memunculkan sosok yang diperlukan untuk menanamkan nilai-nilai social dan kearifan lokal kepada

para pembaca remaja. Dengan penelitian dan analisis yang telah dilakukan penulis secara bertahap menghasilkan diperlukannya media informasi yang dapat mengenalkan dan menanamkan nilai-nilai kesatuan, toleransi dan patriotism melalui kearifan lokal yang dapat mudah diterima, perancangan komik karakter superhero lokal yaitu sembrani ini diharap menjadi langkah yang tepat untuk memajukan industry komik superhero lokal dan dapat menanamkan nilai tersebut.

Penulis berharap dengan adanya perancangan ini dapat menanamkan kesadaran terhadap sekitar dan toleransi untuk para pembaca remajanya. Juga kepada pembaca modern untuk dapat lebih mengenal karakter superhero yang dulu pernah naik daun di negeri ini. Dengan perkembangan zaman sekarang ini dapat menyampaikan adanya komik tentang superhero lokal ini dengan lebih baik dan penyebaran nilainya lebih tepat bagi remaja pembacanya.

Daftar Pustaka :

Aditya, Dimas K. 2010 *Revitalisasi Karakter Komik Superhero Lokal Indonesia Ditengah-tengah budaya komik global*. Bandung

Bonneff, Marcel. Terjemahan Rahayu S. Hidayat. 1998. *Komik Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Darmawan, Hikmat. 2012. *HOW TO MAKE COMICS*. Yogyakarta. Plotpoin

Ernesto Priego.. *Comics as Research, Comics for Impact: The Case of Higher Fees, Higher Debts* 2016

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.

Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia

Wolf, Peter. J. 2010. *Graphic Design, translated : a visual directory of terms for global design*. Massachusetts. Rockpott Publishers

Sumber lain:

Putra , Gierlang Bhakti (2015, 12 Februari), Menelusuri Perkembangan Komik Indonesia Masa ke

Masa <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/menelusuri-perkembangan-komik-indonesia-masa-ke-masa/> (dikutip pada 25 januari 2019 pukul 23.00)

Fuad, Hafid. Susanti, Inda (2017, 29 November) Ekonomi Kreatif Sumbang Rp990,4 Triliun [http://koran-sindo.com/page/news/2017-1129/2/2/Ekonomi Kreatif Sumbang Rp990 4 Triliun](http://koran-sindo.com/page/news/2017-1129/2/2/Ekonomi%20Kreatif%20Sumbang%20Rp990%204%20Triliun)

(dikutip pada 25 januari 2019 pukul 23.30)

Fauzan, Aftah (2017, 3 September) Bangkitnya "Sang Legenda" Komik

Indonesia <https://muda.kompas.id/2017/09/03/bangkitnya-sang-legenda-komik-indonesia/> (dikutip pada 25 januari 2019 pukul 23. 45)

Firmansyah (2017, 3 maret) Kemajuan Teknologi Dianggap Berdampak Kurangi Rasa Kebangsaan Generasi Muda [https://nasional.kompas.com/read/2015/03/03/03400951/Kemajuan.Teknologi.Dianggap.Berd](https://nasional.kompas.com/read/2015/03/03/03400951/Kemajuan.Teknologi.Dianggap.Berdampak.Kurangi.Rasa.Kebangsaan.Generasi.Muda)

[ampak.Kurangi.Rasa.Kebangsaan.Generasi.Muda](https://nasional.kompas.com/read/2015/03/03/03400951/Kemajuan.Teknologi.Dianggap.Berdampak.Kurangi.Rasa.Kebangsaan.Generasi.Muda) (dikutip pada 26 januari 2019 pukul 23. 50)