

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan tersebarnya virus baru yaitu virus corona yang mengharuskan masyarakat menghindari kerumunan dan dianjurkan tetap dirumah. Indonesia pun terkena dampak dari serangan virus tersebut. Terkonfirmasi kasus pertama di Indonesia diumumkan langsung oleh Presiden Indonesia Joko Widodo bersama Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto pada hari senin tanggal 2 Maret 2020 menyatakan 2 warga Indonesia yang berasal dari Depok, Jawa Barat positif terinfeksi Virus Corona. 15 Maret 2020 Presiden Joko Widodo memberikan himbauan “Dengan kondisi ini saatnya kita kerja dari rumah, ibadah di rumah,” ujar presiden Jokowi saat menyampaikan keterangan pers di Istana Kepresidenan Bogor [1]. Karena adanya pembatasan kontak fisik maka sosialisasi akan covid 19 pun harus dilakukan secara simultan tanpa mengundang kerumunan. Sehingga teknologi menjadi elemen krusial bagi komunikasi manusia di masa pandemi.

Terciptanya teknologi komunikasi untuk menghubungkan manusia tanpa harus bertemu secara fisik memungkinkan kita untuk berbagi informasi dengan mudah. Menurut Everett M. Rogers dalam bukunya ‘*Communication technology*’ perjalanan komunikasi dibagi menjadi empat era. Era Komunikasi Tulisan (*The Writing Era of Communication*), Era Percetakan (*The Printing Bra of Communication*), Era Telekomunikasi (*Telecommunication Era*), Era Komunikasi Interaktif (*Interactive Communication Era*) [2].

Di abad ke 21 teknologi melahirkan banyak sekali *platform* untuk berkomunikasi. Mulai dari teknologi berupa telepon kabel kemudian handphone dengan fitur *call* dan *sms*. Hingga kini telah hadir *software* yang memungkinkan membagi informasi secara massal dan dengan menambahkan metode komunikasi data *full - duplex*. Dimana selain dapat mengirimkan informasi secara massal, masa pun dapat membalas informasi dalam waktu yang bersamaan.

Selain *platform* yang beragam kini cara komunikasinya juga semakin variatif dan kreatif. Tidak hanya text kini gambar menjadi alat komunikasi yang dinilai lebih komunikatif. Freddy H, Istanto Gambar memiliki kemampuan memaparkan lebih rinci dan membatasi rentang interpretasi [3]. Sajian visual merupakan representasi informasi dalam objek dan rupa. Penyampaian suasana dan skala latar tempat akan tersampaikan dengan baik saat diimplementasikan dalam gambar.

Lasswell, dikenal dengan model mekanistik komunikasi, yaitu S--M--C--R--E (*Source--Message--Channel--Receiver--Effect*) bila dikonversikan dalam konteks desain komunikasi visual menjadi Perancang/Desainer Komunikasi Visual (S), menyampaikan ide/gagasannya (M), melalui media gambar visual (C), kepada orang lain – team perancang itu sendiri, masyarakat umum/klien atau produsen (R), agar mereka mengerti gagasan desain tersebut (E)[4].

Salah satu bentuk komunikasi dengan gambar di era modern ini adalah komik. Adanya komik di Indonesia kurang lebih sudah sekitar 70 tahun lamanya, dimulai dengan komik *Put-On* yang muncul pada tahun 1931 hingga kini bermunculan komik digital yang terbit di media social dan di *platform* komik digital[5]. Komik di Indonesia pada awalnya dimuat dalam petak kecil di sudut

surat kabar atau yang biasa disebut dengan komik strip. Kemudian kumpulan komik strip mulai dibukukan dan disitulah mulai lahir komik lokal. Semakin majunya teknologi semakin banyak komik yang terbit dengan genre yang semakin luas dan dengan media yang semakin beragam pula.

Salah satu variasi media di era modern ini komik interaktif yang memungkinkan pembaca tidak hanya membaca tapi juga berinteraksi dengan konten komik tersebut. Komik interaktif dilengkapi fitur klik dan *scroll* yang akan memicu perpindahan panel ataupun animasi sebagai pemanis dan pengatur fokus user pada satu titik tertentu dalam cerita. Komik interaktif adalah salah satu bentuk dari penerapan multimedia interaktif. Multimedia interaktif seperti dikutip dari England & Finney (2011), merupakan integrasi media digital termasuk teks elektronik, grafis, animasi, dan suara ke dalam sebuah struktur lingkungan digital terkomputerisasi yang mengizinkan pengguna bisa berinteraksi dengan data sesuai keperluan[6]. Sehingga komik interaktif menjadikan media yang mengandung elemen kompleks untuk menyampaikan informasi.

Mengingat covid 19 merupakan jenis penyakit baru maka diperlukan media sosialisasi yang menarik dan informatif. Oleh karena itu komik interaktif yang merupakan inovasi dari komik digital dan komik interaktif menyatukan teks, grafis, animasi dan suara maka sangat berpeluang menjadi terobosan media sosialisasi yang bukan hanya dapat mencakup banyak masa namun juga dapat menjadi bacaan yang menghibur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penuturan latar belakang masalah maka rumusan masalah yang akan di ajukan sebagi barikut :

1. Bagaimana teknik membuat komik interaktif mengenai apa itu Virus Corona, pencegahannya, penularan dan penyembuhannya dalam sebuah cerita ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini :

1. Mengilustrasikan kedalam sebuah komik interaktif mengenai Virus Corona, pencegahannya, penularan dan penyembuhannya secara sederhana dan dengan bahasa yang mudah diterima.
2. Teknik penambahan fitur interaktif dalam sebuah cerita bergambar atau komik.
3. Exporting komik interaktif ke dalam HTML 5 dan di publish kedalam website itch.io.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Yang menjadi maksud dan tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mengemas fakta fakta mengenai virus corona, penularannya, pencegahannya dan penyembuhannya ke dalam sebuah cerita bergambar dengan bahasa yang sederhana.
2. Memberikan pilihan media sosialisasi yang mengedukasi masyarakat mengenai COVID 19.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi :

1. Meningkatkan minat baca masyarakat tentang virus corona.
2. Mengedukasi masyarakat agar lebih paham dan sadar akan bahaya virus corona dan mengerti bagaimana penularannya, pencegahannya dan penyembuhannya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1.6.1.1 Metode Observasi

Penelitian ini akan memerlukan observasi mengenai apa yang perlu disampaikan dalam sosialisasi COVID 19. Observasi ini akan dilakukan dengan melihat perkembangan penelitian terbaru dari WHO maupun penelitian resmi dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

1.6.2 Metode Analisis

Setelah data terkumpul berikutnya akan dianalisis kebutuhan apa sajakah yang diperlukan untuk membuat komik interaktif “Corona Fighter”. Hal ini penting dilakukan karena akan mempengaruhi kelancaraan penelitian.

1.6.3 Metode Perancangan

Perancangan Komik Interaktif berjudul “Corona Fighter” meliputi 3 tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pra Produksi merupakan tahap awal perancangan dimana tahapan ini dilakukan penulisan naskah dan penyusunan table storyboard. Hal tersebut dilakukan menggunakan software Microsoft Word dan Adobe Photoshop 2020. Kemudian tahapan produksi dilakukan pembuatan

ilustrasi dengan Adobe Photoshop 2020, pembuatan animasi dan pembuatan fitur interaktif dengan Adobe Animate CC 2019. Tahap terakhir adalah pasca produksi yaitu *radering* dan *publishing*.

1.6.4 Evaluasi

Meliputi pengujian terhadap program atas kelengkapan elemen komik, kelengkapan aspek interaktif dan kelengkapan informasi yang disampaikan dengan berpedoman pada buku tentang komik dan media interaktif dan jurnal ilmiah tentang COVID 19.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian yang membahas latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pemaparan mengenai kajian pustaka dan dasar teori dari penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang prosedur atau langkah pengerjaan dalam penelitian, menjelaskan mengenai alat dan bahan yang dibutuhkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses desain dan instalasi dan pemaparan hasil akhir penelitian.

BAB V PENUTUP

Akhir penelitian yang berisi kesimpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan.