

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 6.1. Wawancara dengan Ellie Goh (Expert user).....	70
Lampiran 6.2. Wawancara dengan Meilani Sandjaja (Expert user).....	70
Lampiran 6.3. Wawancara dengan Nucky Artha (Expert user).....	70
Lampiran 6.4. Wawancara dengan Leonora Jeanifer (Extreme user).....	71
Lampiran 6.5. Wawancara dengan Khanti (Extreme user).....	71
Lampiran 6.6. Wawancara dengan Michelle Jasmine (Extreme user).....	71
Lampiran 6.7. Forum grup diskusi online.....	72



## **Bab I Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di era yang serba modern ini, masalah mental makin mudah menyerang masyarakat dari remaja sampai dewasa. Banyak macam hal yang dapat mempengaruhi kondisi mental seseorang sejak dini, mulai dari pubertas, pindah rumah, merantau, tinggal di kota besar, pindah sekolah, dan memiliki lingkungan kerja baru dapat memberikan tekanan mental kepada remaja. Salah satu masalah mental yang paling sering dialami oleh remaja pada umumnya adalah depresi, dan menjadi penyebab utama kesakitan dan kecacatan pada remaja (Marela, Wahab, dan Marchira, 2017: 44). Hasil riset milik Riset Kesehatan Dasar (Riskesmas) pada tahun 2018 menunjukkan prevalensi penduduk berusia 15 tahun ke atas yang mengalami depresi sebesar 6%, atau sekitar 14 juta orang. Bila disederhanakan, 1 atau 2 orang dari 1000 penduduk Indonesia memiliki masalah depresi. Sayangnya, hanya 9 persen orang dengan masalah depresi yang menjalani pengobatan medis karena masalah mental masih dipandang sebelah mata oleh masyarakat.

Sebaiknya, pencegahan dan kesadaran akan depresi sebaiknya dimulai dari usia remaja karena anak remaja cenderung berusaha mencari identitasnya dan mudah dipengaruhi (Putri, Nurwati, dan Budiarti, 2016: 49). Banyak remaja sampai dewasa menggunakan internet karena memiliki berbagai macam informasi yang dapat dengan mudah diakses. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 tercatat sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen penduduk Indonesia sudah terhubung ke internet. Salah satu fungsi dari internet adalah menyebarkan informasi, dan komik digital adalah salah satu media yang cukup efektif karena komik tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga bisa menjadi sarana pembelajaran dan media sosialisasi (Saputro, Haryadi, dan Yanuarsari, 2016: 95). Diharapkan dengan kemudahan masyarakat mengakses internet, web komik yang mengangkat masalah depresi pada remaja dapat menarik perhatian masyarakat untuk lebih sadar dan peduli terhadap masalah mental yang selama ini sering dianggap sepele.

Sesuai dengan peluang pada pemaparan diatas, penulis membuat komik digital tentang masalah depresi dengan harapan dengan menggunakan media visualisasi berupa komik, pembaca bisa lebih mudah paham tentang masalah depresi dan muncul kesadaran tentang depresi dan masalah mental lainnya.

#### **1.1.1. Target Konsumen**

Secara geografis target pasar dari komik ini adalah remaja yang tinggal di kota besar terutama kota Surabaya. Secara demografis target pembaca yang dituju dibagi menjadi dua, yaitu remaja pria dan wanita berumur 12 sampai 17 tahun dan pembaca setia LINE Webtoon pria dan wanita yang berumur 16 sampai 22 tahun. Sebagian besar pembaca yang dituju berprofesi sebagai pelajar dan mahasiswa dengan kondisi ekonomi menengah keatas. Secara psikografis target pembaca yang dituju adalah anak remaja yang memiliki emosi cenderung belum stabil karena masih dalam masa mencari jati diri yang sebenarnya. Anak remaja juga cenderung suka mengikuti apa yang sedang trend dan suka mengikuti seleb/influencer yang disukai supaya terlihat kekinian. Anak remaja biasanya sering merasa diri sendiri cukup dewasa untuk melakukan hal ekstrem dan mengambil keputusan tanpa pikir panjang karena mereka sedang melewati fase dimana mereka sedang mencari pengalaman.

#### **1.1.2. Problem yang Dihadapi**

Dopamine merupakan komik web yang dikembangkan menggunakan platform yang paling favorit dan umum digunakan oleh pembaca komik web, yaitu LINE WEBTOON sejak awal tahun 2018. Namun komik ini masih dinilai kurang jika dibandingkan dengan komik lainnya, seperti cerita yang kurang jelas karena kurangnya research dalam membahas suatu permasalahan, visual yang masih biasa saja, dan cerita yang tidak bermakna sehingga pembaca tidak tertarik dalam membaca komik tersebut.

### 1.1.3. Kompetitor Potensial

#### 1.1.3.1. Petualangan Menuju Sesuatu



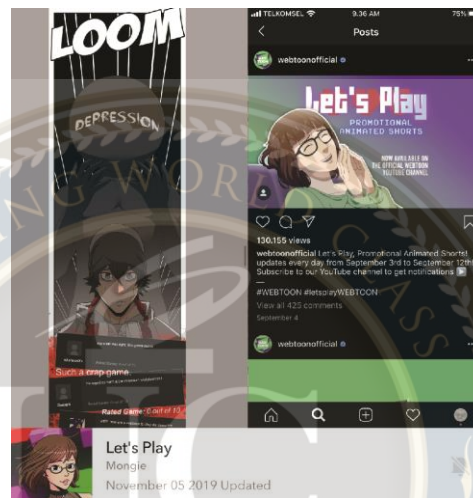
Gambar 1.1.3.1. petualangan menuju sesuatu

Petualangan Menuju Sesuatu adalah salah satu dari sekian serial web komik berasal dari Indonesia yang dikembangkan menggunakan platform Instagram. Komik tersebut memiliki tujuan untuk menyebarkan kesadaran dan menghapus stigma tentang kesehatan mental melalui *visual storytelling*. Target pasar yang dituju adalah pengguna sosial media dan anak remaja. Berikut merupakan analisis SWOT dari Para Pencari Sesuatu:

- a) *Strength*: *Visual aesthetic, simple*, mengandung *quotes* bermakna yang bisa di *share* dengan orang lain dan secara tidak langsung bisa meningkatkan *awareness brand*, dan penggunaan sosial media berkala menjadi kekuatan mereka dalam menemukan dan menggaet target market.
- b) *Weakness*: Tidak banyak orang yang ketika membaca komik mereka bisa memahami makna yang terkandung
- c) *Opportunity*: Membuat versi bahasa Inggris untuk meningkatkan *awareness* dan memperluas target market
- d) *Threat*: Pencurian karya (*repost* tanpa izin), algoritma Instagram yang agak kacau, memungkinkan jumlah *viewers* dan *likes* di postingan mereka makin lama menurun.

Petualangan Menuju Sesuatu memanfaatkan sosial media dengan baik dengan cara update berkala. Keaktifan mereka dalam menggunakan sosial media membuat algoritma Instagram bekerja, yaitu sering muncul di laman eksplorasi pengguna Instagram lainnya. Visualisasi mereka dengan menggunakan karakter khusus bernama Blob dan susunan penggunaan warna mereka yang unik menjadi salah satu ciri khas dalam brand mereka.

### 1.1.3.2. Let's Play



Gambar 1.1.3.2. Let's Play

*Let's Play* adalah salah satu komik serial drama berbahasa Inggris dalam platform internasional LINE WEBTOON. Komik ini mengisahkan bagaimana sebuah review asal-asalan dari youtuber terkenal dapat memberikan pengaruh yang sangat buruk terhadap seseorang, bahkan mempengaruhi kondisi mental sang pembuat game dan youtuber sendiri ketika mengetahui bahwa dia sudah salah menilai. Berikut merupakan analisis SWOT dari *Let's Play*:

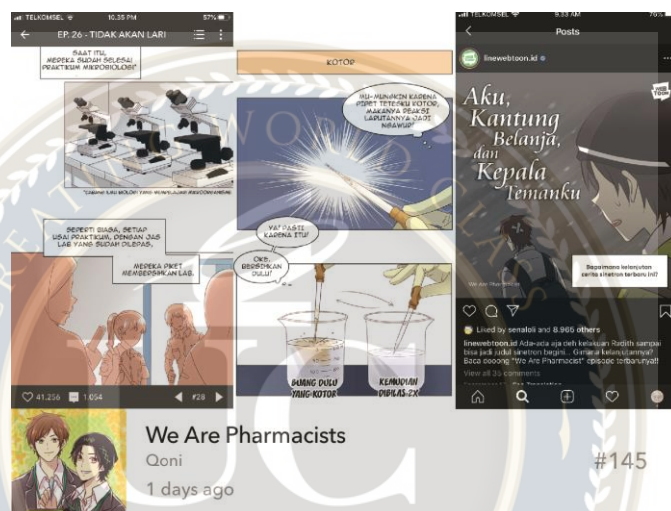
- a) *Strength*: Memiliki alur cerita bagus dan tersusun rapi, visualisasi perasaan yang dirasakan seseorang digambarkan dengan menarik.
- b) *Weakness*: Agak kurang cocok untuk pembaca Indonesia karena komik ini berlatar belakang budaya barat sehingga beberapa ilustrasi akan dicap tidak senonoh
- c) *Opportunity*: Kualitas gambar ditingkatkan, translasi ke bahasa lain untuk memperluas target market, dan menjual *merch*.
- d) *Thread*: Apabila pembaca kurang suka dengan alur cerita, mereka akan memaksa author mengganti alur cerita. Ada gambar dengan



pakaian yang agak seksual tapi sebenarnya normal untuk budaya barat, mungkin akan diributkan oleh beberapa pembaca dari negara Indonesia.

Komik *Let's Play* ini memiliki cerita yang *relatable* dan visual yang enak dilihat. Visualisasi perasaan seseorang yang digambar dengan dramatis dan detail sehingga pembaca bisa memahami atau merasakan tekanan yang kadang dianggap sepele tapi tidak bagi orang yang merasakannya..

### 1.1.3.3. We Are Pharmacists



Gambar 1.1.3.3. we are pharmacists

*We Are Pharmacists* adalah serial komik web Indonesia yang terbit di platform LINE WEBTOON. Komik ini mengisahkan lika-liku kehidupan mahasiswa dan mahasiswi D3 farmasi. Komik ini adalah salah satu contoh pemanfaatan komik web sebagai media edukasi mengenai perkuliahan D3 farmasi. Berikut merupakan analisis SWOT dari *We Are Pharmacists*:

- Strength:** memiliki visual cerita yang bagus, banyak karakter cowok sehingga bisa menggaet banyak pembaca lokal yang didominasi oleh perempuan, dan menggunakan komik web sebagai media edukasi mengenai perkuliahan D3 farmasi.
- Weakness:** Tidak terlalu ada kisah percintaan dan sering diminta oleh pembaca
- Opportunity:** translasi ke bahasa lain untuk memperluas target market, diangkat menjadi film atau dibukukan

- d) *Thread*: pembaca mungkin akan merasa bosan bila tidak terlalu ada cerita percintaan yang biasa disukai pembaca lokal.

Bagian yang menarik dari komik *We Are Pharmacists* selain visualnya yang bagus ialah bagaimana cerita yang disuguhkan bisa memberikan edukasi mengenai dunia farmasi dan cerita tersebut dibalut dengan humor lokal yang membuat cerita tersebut tidak membosankan dan sekedar mengedukasi saja, apalagi humor adalah salah satu genre favorit pembaca komik web di Indonesia.

#### 1.1.4. Strategi Visual Kompetitor

- a) Strategi penggunaan sosial media untuk meningkatkan *awareness* karena banyak komikus yang menggunakan sosial media sebagai tempat untuk meningkatkan *awareness* komik mereka sendiri dan sebagai tempat untuk menjual *merch* mereka.
- b) Visualisasi perasaan yang dialami oleh seseorang karena banyak orang memiliki pandangan berbeda-beda terhadap suatu perasaan, sehingga tidak jarang orang menilai perasaan orang lain terlalu berlebihan. Memvisualisasikan perasaan yang dialami seseorang dapat menjadi cara baru untuk menggambarkan perasaan orang lain, selain menggunakan kata-kata.
- c) Pemanfaatan komik web sebagai media edukasi dengan cerita beredukasi yang dicampur dengan humor karena komik web merupakan salah satu inovasi sebagai media edukasi yang disukai pengguna internet, dan kebanyakan pembaca Indonesia suka dengan cerita bergenre humor.

#### 1.1.5. Strategi yang Diadaptasi

Strategi yang akan digunakan oleh penulis adalah menggunakan komik web sebagai media edukasi karena banyaknya pengguna internet yang suka membaca komik web dengan mencapai 17 juta pengguna aktif per bulan seperti yang di lansir oleh *Tech in Asia*. Komik digital adalah salah satu media yang cukup efektif karena komik tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga bisa menjadi sarana pembelajaran dan media sosialisasi (Saputro, Haryadi, dan Yanuarsari, 2016: 95).

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 9 Oktober 2019 dengan Fransisca Putri Intan Wardhani, M.Psi., Psikolog selaku dosen Psikolog Universitas Ciputra, komik yang menceritakan sudut pandang

penderita masalah mental adalah hal yang menarik karena masalah mental seperti depresi dapat mengganggu kehidupan seseorang menjadi tidak teratur, selain itu di Indonesia tingkat kepedulian masyarakat terhadap penderita depresi masih cukup rendah dan sering disamakan dengan orang gila karena kurangnya pengetahuan atau salahnya pengertian tentang gangguan jiwa dari keluarga atau anggota masyarakat (Sulistiyorini, Nopyawati, dan Arif Widodo, 2013: 2).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana cara merancang webkomik sebagai media visual edukasi masalah depresi pada remaja di Indonesia beserta media promosinya.

## **1.3. Tujuan Perancangan**

Merancang komik web sebagai media visual edukasi masalah depresi pada remaja di Indonesia beserta media promosinya.

## **1.4. Spesifikasi Perancangan**

- a) *Comic*
  - *For web comics minimum 180 panels*
- b) Strategic Promotional MEDIA (*Marketing timeline & media concept*)
  - *Promotional poster*
  - *Social Media*
  - *Giveaway promotional item/ merchandise (pin, sticker, etc)*

## **1.5. Manfaat Perancangan**

- a) Untuk menciptakan webkomik yang pas sebagai media visual edukasi masalah depresi pada remaja di Indonesia
- b) Meningkatkan *awareness* tentang masalah depresi pada remaja dan masyarakat
- c) Menciptakan rancangan desain komik dan media promosi dalam bidang edukasi tentang masalah depresi pada remaja
- d) Turut berkontribusi bagi perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam bidang perkomikan



## 1.6. Batasan Perancangan

- a) Batasan Ilmu Desain Komunikasi Visual
- b) Batasan kurun waktu Januari 2020 – (batas akhir pengerjaan TA)
- c) Batasan pengumpulan data yaitu melalui wawancara, pengumpulan kuesioner, dan studi literatur
- d) Batasan teknologi yaitu Clip Studio Paint untuk pembuatan komik dan media promosi cetak maupun online
- e) Batasan material yaitu media promosi online dan cetak

## 1.7. Definisi Istilah

- a) Komik Web adalah komik yang disajikan dalam bentuk digital. Ada banyak macam format dari komik web karena biasanya disesuaikan dengan medium yang digunakan untuk membaca komik digital tersebut, seperti dengan format vertikal atau memanjang kebawah untuk memudahkan pengguna *smartphone* membaca komik. Sebutan umum dari komik web biasanya adalah *webtoon* yang sebenarnya merupakan penggabungan dari 2 kosakata, yaitu “*web*” dengan “*cartoon*” (Sieun, 2018: 138).
- b) Depresi adalah salah satu gangguan mental yang paling umum dialami oleh banyak orang karena suasana hati buruk atau masalah berkepanjangan, yang biasanya ditandai dengan rasa sedih yang berkepanjangan, putus asa, terus-terusan merasa bersalah dan pikiran negatif yang terkadang tidak berarti sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam menjalankan aktivitas sehari-hari maupun hubungan dengan orang lain. (dirgayunita, 2016: 4).
- c) Target market menurut Berkowitz adalah suatu kelompok konsumen yang ingin dicari perhatiannya oleh suatu perusahaan karena sesuai dengan sasaran yang diinginkan oleh perusahaan tersebut untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Di dalam pasar pun ada berbagai macam konsumen yang berdasarkan usia, ekonomi, sosial dan budaya, seperti generasi milenial dan generasi Z, orang-orang yang suka menggunakan sosial media, dan orang-orang yang suka menggunakan ojek untuk memesan makanan.

- d) Media promosi adalah tempat dimana kita bisa melakukan promosi atau iklan suatu produk atau jasa seperti melalui penjualan secara personal kepada orang lain, mempromosikan produk atau jasa secara langsung di tempat, atau menggunakan *digital marketing* atau sosial media untuk yang ingin mempromosikan kepada target market tertentu (Shimp & Andrews, 2018). Di era internet seperti zaman sekarang, yang paling sering digunakan adalah promosi dalam bentuk digital yaitu menggunakan sosial media dan internet karena banyaknya orang yang menggunakan sosial media dan internet sudah menjadi tempat untuk mendapatkan informasi paling baru, cepat, dan mudah.
- e) Edukasi menurut *Cambridge Dictionary* adalah proses pembelajaran untuk mendapatkan ilmu pengetahuan, kemampuan, nilai, pemahaman, dan kebiasaan. Ada berbagai macam cara dalam melakukan edukasi, seperti melalui berceritera, diskusi dan argumentasi, latihan, dan melakukan penelitian. Walaupun edukasi biasanya didapatkan dari seorang edukator (contoh: guru), edukasi juga bisa didapatkan dari kejadian sekitar yang menjadi pembelajaran bagi diri kita sendiri.

## 1.8. Metode Perancangan

