

**STRATEGI @KOMIKIN\_AJAH SEBAGAI MEDIA  
HIBURAN KOMIK DI INSTAGRAM**

Hak cipta milik UI

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**M. FARHAN AMMAR**  
NIM. 11543102240

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2020**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

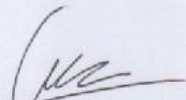
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman Persetujuan Pembimbing

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**STRATEGI @KOMIKIN\_AJAH  
SEBAGAI MEDIA HIBURAN KOMIK DI INSTAGRAM**

Disusun Oleh :

  
**M. FARHAN AMMAR**  
NIM. 11543102240

Telah disetujui oleh pembimbing untuk dimunaqasahkan pada tanggal : 9 Desember 2019

Pembimbing  
  
**Intan Kemala, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19810612 200801 2 017

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
  
**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.**  
NIP. 19691118 199603 2 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و علم الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-682223  
Fax. 0761-662052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Strategi @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram"**

yang ditulis oleh:

Nama : M. Farhan Ammar

NIM : 11543102240

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 23 Desember 2019

Dengan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Rekanbaru, 20 Januari 2019

Dekan

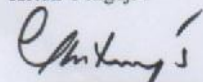
  
Dr. Burdin, MA

NIP. 196606202006041015



Tim Penguji

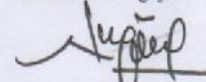
Ketua/ Penguji I



Dr. Toni Hartono, M.Si

NIP. 19780605 200701 1 024

Sekretaris/ Penguji II



Nurjanis, S.Ag, MA

NIP. 19690927 200901 2 003

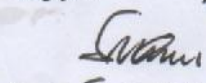
Penguji III



Dr. Elfiandri, M.Si

NIP. 19700312 199703 1 006

Penguji IV



Drs. H. Suhaimi D, M.Si

NIP. 19570828 197903 1 002





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
J. H.R. Soebrandas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul "STRATEGI KREATIF @KOMIKIN\_AJAH  
SEBAGAI MEDIA HIBURAN KOMIK DI INSTAGRAM" yang digunakan oleh  
saudara :

Nama : M. FARHAN AMMAR

NIM : 11543102240

JURUSAN : ILMU KOMUNIKASI

Telah diseminarkan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 05 Juli 2019

Dan dapat diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat  
mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 05 Juli 2019

Penguji



MUSTAFA, M.I. Kom

NIK. 130 417 024

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### PERNYATAAN ORISINALITAS

NAMA : M. FARHAN AMMAR

NIM : 11543102240

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram” adalah benar-benar karya saya. Hal-hal yang bukan karya saya, tercantum di dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 9 Desember 2019

Yang membuat pernyataan



M. Farhan Ammar

NIM. 11543102240

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Intan Kemala, S.Sos, M.Si**

Pekanbaru, 4 Desember 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 1 (Eksempler) Skripsi

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Di Pekanbaru

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : M. Farhan Ammar

Nim : 11543102240

Judul : **Strategi @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram**

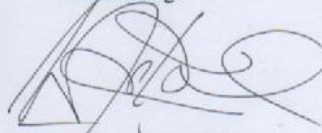
Telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat di panggil untuk diuji dalam sidang Ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing 1



**Intan Kemala, S.Sos, M.Si**  
NIP.19810612 200801 2 017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama** : M. Farhan Ammar  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Strategi @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram

Dewasa ini, ada banyak sekali komik-komik lokal yang dapat kita temukan di Instagram seperti Tahilalats, Si Juki, Bang Gaber, Si Abi, dan masih banyak lainnya yang jumlahnya mencapai ratusan hingga ribuan. Dengan melihat perkembangan komik-komik lokal ini maka Infia membentuk @Komikin\_Ajah sebagai suatu media yang dapat menampung kreatifitas-kreatifitas para komik-komik lokal tersebut. Saat ini @Komikin\_Ajah telah menjadi salah satu media hiburan komik populer di Instagram dengan memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,1 juta pengikut. Pencapaian ini tentunya dapat dicapai berkat berbagai strategi-strategi yang @Komikin\_Ajah terapkan. Rumusan masalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan @Komikin\_ajah sebagai media hiburan komik di Instagram. Sumber data penelitian ini ialah Aruga Perbawa Rizqi sebagai presiden dari @Komikin\_Ajah. Metode penelitian yang peneliti lakukan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori media hiburan Peter Vorderer dengan metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya strategi yang dilakukan @Komikin\_Ajah dalam indikator teknologi menggunakan *smartphone* dalam melakukan kurasi dan memposting konten komik. Dalam indikator desain estetika @Komikin\_Ajah tidak menerapkan strategi khusus dalam menata tampilan akun Instagramnya. Dan dalam indikator konten, mereka melakukan kurasi terhadap submisi dari anggota maupun masyarakat umum dengan menerapkan kriteria-kriteria tertentu dan juga menerapkan klasifikasi konten dengan tema harian.

**Kata Kunci** : Strategi, Media Hiburan, Komik, Instagram

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : M. Farhan Ammar  
**Department** : Communication  
**Title** : The Strategy of @Komikin\_Ajah as Comic Entertainment Media on Instagram

Today, there are a lot of local comics that we can find on Instagram such as Tahilal, Si Juki, Bang Gaber, Si Abi, and many others. By looking at the development of these local comics, Infia created @Komikin\_Ajah as a media that can accommodate the creativity of the local comics. Now, @Komikin\_Ajah has become one of the popular comic entertainment media on Instagram with a total of 2.1 million followers. This achievement is due to a variety of strategies that @Komikin\_Ajah applied. This study aims to know the strategy carried out by @Komikin\_ajah as a comic entertainment media on Instagram. The data source of this research is Aruga Perbawa Rizqi as president of @Komikin\_Ajah. The research method used is a qualitative descriptive research method by collecting data through interviews, observations and also documentation. This study uses the Peter Vorderer entertainment media theory approach with the SWOT analysis method. The results show that the strategy carried out by @Komikin\_Ajah based on technology indicators is using smartphones in curating and posting comic content. Based on the aesthetic design indicator, @Komikin\_Ajah does not apply a specific strategy in managing the appearance of its Instagram account. And based on the content indicators, they curate submissions from members and the general public by applying certain criteria and also applying content classifications on a daily theme.

**Keywords:** Strategy, Entertainment Media, Comics, Instagram



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, hidayah dan berkah-Nya, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini dengan baik yang berjudul “Strategi @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram”. Shalawat dan salam tak lupa juga penulis sampaikan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Skripsi penelitian ini dapat penulis selesaikan, tentunya tak lepas dari dukungan dan *support* dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan ungkapan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan moril maupun materil yang telah diberikan kepada penulis. Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Kedua orang tua penulis, yaitu Ayahanda Meirico dan juga Ibunda Eti Nurhayati yang telah memberikan banyak sekali dukungan moril maupun materil kepada penulis dalam penulisan skripsi penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. K.H. Mujahidin selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Drs. H. Suryan A. Jamrah, MA, Dr. H. Kusnadi, M.Pd., dan Drs. H. Promadi, MA., Ph.D., selaku wakil rektor I, wakil rektor II dan wakil rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Masduki, M.Ag., Dr. Toni Hartono, M.Si., dan Bapak Dr. Azni, S.Ag, M.Ag. selaku wakil dekan I, wakil dekan II dan wakil dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
6. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Bapak Yantos, S.Ip, M.Si, selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  7. Ibu Intan Kemala, M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini.
  8. Ibu Vera Sardila, S.Pd, M.Pd. selaku penasihat akademik penulis yang telah banyak memberikan arahan penulis selama perkuliahan dan penentuan judul skripsi.
  9. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan banyak sekali ilmu pengetahuan dan pemahaman kepada penulis selama perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  10. Bapak dan ibu karyawan dan staf di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan terbaiknya dalam kepengurusan administratif.
  11. Bapak Aruga Perbawa Rizqi selaku narasumber dalam penelitian yang peneliti lakukan yang telah membantu penulis dalam skripsi ini dengan kesediannya untuk diwawancarai.
  12. Kedua abang penulis, saudara Gilang Abdal Basith dan Agi Febrian Abdarrachman yang senantiasa memberi dukungan kepada adiknya.
  13. Teman-teman seperjuangan dari kelas Ilkom E 2015, teman-teman seperjuangan dari lokal *Broadcasting A* 2016, dan juga teman-teman seperjuangan dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam.
- Penulis menyadari bahwasannya masih terdapat banyak kekurangan yang dapat ditemukan dalam skripsi penelitian ini. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati memohon kepada pembaca untuk dapat memberikan masukan berupa kritik dan saran kepada penulis agar penulis dapat menjadi berkarya lebih baik

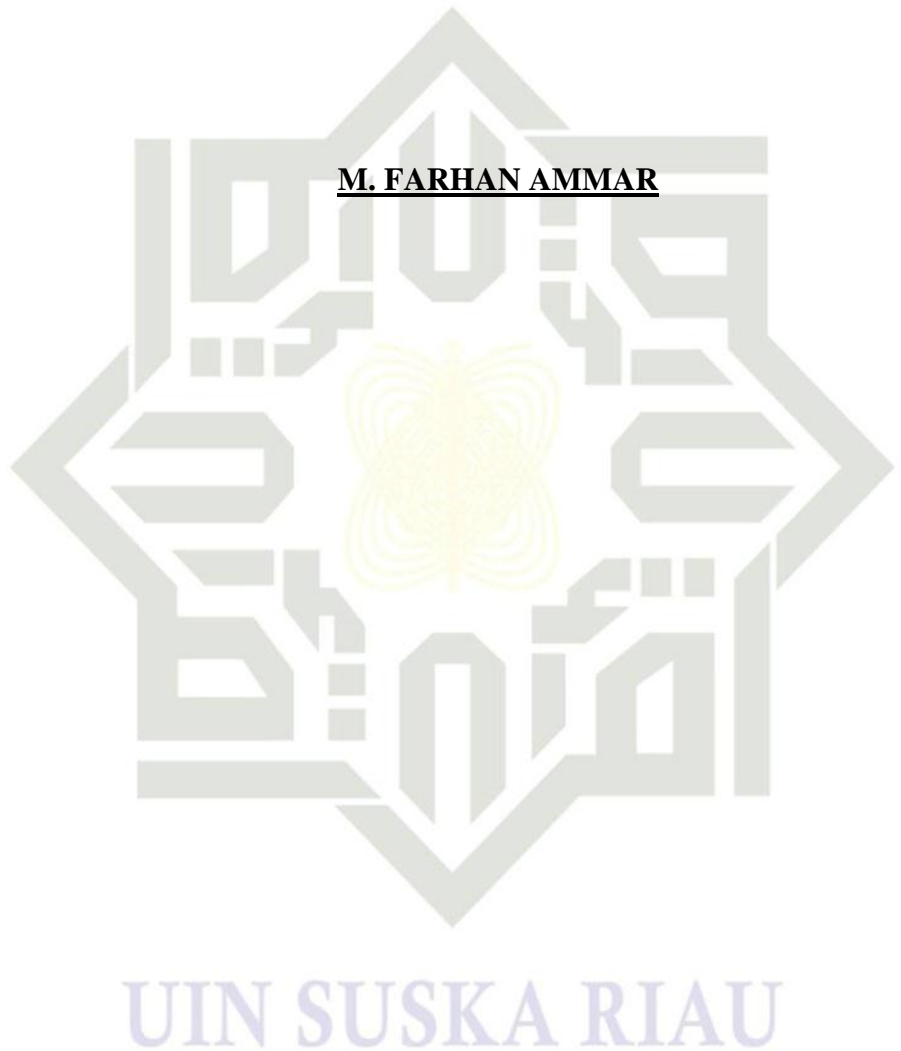
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lagi untuk kedepannya. Semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat dan wawasan terhadap pembaca. *Amiin ya rabbal alamiin.*

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pekanbaru, Februari 2020  
Penulis

**M. FARHAN AMMAR**





## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	9
A. Kajian Teori .....	9
B. Kajian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Pikir .....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	24
A. Jenis, Ruang Lingkup & Pendekatan Penelitian .....	24
B. Lokasi & Waktu Penelitian .....	24
C. Sumber Data .....	24
D. Informan Penelitian .....	25
E. Teknik Pengumpulan Data .....	26
F. Validitas Data .....	27
G. Analisis Data .....	29
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b> .....	30
A. Sejarah @Komikin_Ajah .....	30
B. Visi dan Misi @Komikin_Ajah .....	30
C. Profil @Komikin_Ajah .....	31

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Struktur Kepemimpinan @Komikin_Ajah .....	35
E. Kegiatan @Komikin_Ajah.....	36
F. Logo @Komikin_Ajah.....	38
G. Kerjasama / Partnership @Komikin_Ajah.....	39
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Hasil Penelitian .....	40
B. Pembahasan.....	56
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	66

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

<p>© Hak Cipta dan Hak Moral          © Himpunan Mahasiswa Islam          © UIN Suska Riau          © Staf Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:          a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.          b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Gambar 2.1 : Bagan Skema Kerangka Pikir ..... 23</p> <p>Gambar 4.1 : Akun Instagram @Komikin_Ajah ..... 31</p> <p>Gambar 4.2 : Diagram Pengikut @Komikin_Ajah berdasarkan gender ..... 32</p> <p>Gambar 4.3 : Persentase Pengikut @Komikin_Ajah berdasarkan usia ..... 32</p> <p>Gambar 4.4 : Persentase Pengikut @Komikin_Ajah berdasarkan lokasi ..... 33</p> <p>Gambar 4.5 : Logo @Komikin_Ajah..... 38</p> <p>Gambar 4.6 : Partnership @Komikin_Ajah ..... 39</p> <p>Gambar 4.7 : Partnership @Komikin_Ajah ..... 39</p> <p>Gambar 5.1 : Tampilan akun Instagram @Komikin_Ajah ..... 42</p> <p>Gambar 5.2 : Pengiriman karya komik di grup Line @Komikin_Ajah ..... 45</p> <p>Gambar 5.3 : Submisi komik dari masyarakat umum ..... 46</p> <p>Gambar 5.4 : Komik #SeninKritis ..... 49</p> <p>Gambar 5.5 : Komik #SelasaEdukasi ..... 50</p> <p>Gambar 5.6 : Komik #RabuBudaya ..... 51</p> <p>Gambar 5.7 : Komik #KamisHoror ..... 52</p> <p>Gambar 5.8 : Komik #JumatReligi ..... 52</p> <p>Gambar 5.9 : Komik #SabtuRomansa ..... 53</p> <p>Gambar 5.10 : Komik #MingguRandom ..... 54</p> <p>Gambar 5.11 : Penggunaan watermark pada komik ..... 56</p>
--	--



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi menurut Rogers adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.<sup>1</sup>

Menurut Hafied Cangara, di dalam komunikasi terdapat tujuh buah unsur, antara lain sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, tanggapan balik dan lingkungan.<sup>2</sup> Salah satu unsurnya adalah media. Media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.<sup>3</sup> Ada banyak sekali media komunikasi yang dapat digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, seperti ucapan, tulisan, poster, koran, film, lagu dan lain sebagainya, termasuk salah satunya adalah komik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komik diartikan sebagai suatu cerita bergambar (dalam majalah, surat kabar, atau berbentuk buku) yang umumnya mudah dicerna dan lucu.<sup>4</sup> Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, komik adalah suatu bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan memerankan suatu cerita dalam urutan yang erat dihubungkan dengan gambar untuk memberikan hiburan kepada para pembacanya.<sup>5</sup>

Sedangkan menurut Scott McCloud seorang komikus asal Amerika Serikat mendeskripsikan komik sebagai penyusunan gambar-gambar dalam sebuah urutan yang disengaja, dimaksudkan untuk penyampaian pesan dan menimbulkan suatu nilai estetis pada penampilannya.<sup>6</sup>

---

hal. 20 Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007)

Ibid. hal.25

Ibid. hal. 25

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komik>, diakses 19 Juli 2019, pukul 21.30

Nana Sudjana, Media Pengajaran (Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2011) hal. 64

2002) hal. 12 Scott McCloud, Understanding Comics, (Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia,



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Minat Baca Komik di Indonesia

Komik adalah salah satu media visual yang digemari oleh banyak kalangan, mulai dari yang muda hingga tua, laki-laki maupun perempuan. Pada saat ini, perkembangan komik di Indonesia sedang berkembang dengan pesat. Komik telah menjadi salah satu industri kreatif yang mempunyai potensi besar. Minat baca komik masyarakat Indonesia sendiri dapat dikatakan cukup tinggi dan terus meningkat, terutama terhadap komik *online* atau yang biasa disebut *webtoon* yang dapat diakses dengan mudah melalui internet seperti *Line Webtoon* dan *Ciayo* sebagai contohnya. *Head of Business Development* Ciayo Corp Khrisnawan Adhie mengungkapkan setidaknya lebih dari 13 juta orang di Indonesia membaca komik melalui ponsel, jumlah ini diprediksi akan meningkat 20% dalam kurun waktu 5 tahun kedepan.<sup>7</sup>

Pada acara Popcon Asia 2016 di Jakarta lalu, CEO *Line Webtoon*, Kim Junkoo mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara tertinggi pengakses *Line Webtoon* dengan enam juta pengguna aktif bulanan.<sup>8</sup>

Hal ini dapat membuktikan bahwasannya minat baca komik terutama komik *online* di Indonesia sangat tinggi dan terus meningkat.

## 2. Komik Indonesia Saat Ini

Dewasa ini kita bisa mengakses dan membaca komik dengan mudah, baik itu dengan membeli buku komik di toko buku, maupun membacanya secara *online* melalui perangkat selular atau komputer.

Salah satu *platform* yang sering digunakan para komikus untuk memposting karya komik mereka adalah media sosial Instagram. Instagram dipilih banyak komikus karena Instagram merupakan salah satu media sosial dengan pengguna aktif terbanyak. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *Hootsuite (We Are Social)*, Instagram

<sup>7</sup> <https://www.indotelko.com/read/1544405662/masyarakat-baca-komik-digital>, diakses 19 Juli 2019 pukul 21.24

<sup>8</sup> <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2576294/pembaca-paling-banyak-indonesia-dipuji-kreator-line-webtoon>, diakses 19 Juli 2019 pukul 21.24



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia urutan keempat dengan angka 80%.<sup>9</sup>

Saat ini, ada banyak sekali komik-komik lokal buatan anak bangsa yang dapat kita temui di Instagram, sebut saja seperti komik Tahilalats, Si Nopal, Sengklekman, Sampahisasi, CCMH Comics, Bang Gaber, Dhany Pramata, Si Kacamata Gila, Komik Dimsum dan masih banyak komik lainnya yang jumlahnya mencapai ratusan yang tersebar di berbagai penjuru Nusantara, mulai dari Jawa, Sumatra, Kalimantan, Bali, Sulawesi, Maluku hingga Papua. Dengan banyaknya komik-komik lokal yang muncul di Instagram, maka muncullah ide untuk mempersatukan para kreator komik ini di dalam suatu komunitas nasional. Komunitas ini pun diberi nama Komikin\_ajah.

Komikin\_ajah dibentuk pertama kali pada tahun 2014, dan berpusat di Ibukota Jakarta. Dengan terbentuknya komunitas ini, Komikin\_ajah pun menjadi wadah bagi para kreator komik lokal untuk memposting komik mereka. Komikin\_ajah pun membuat akun Instagram @Komikin\_ajah dan mulai melakukan kegiatan *reposting* komik-komik lokal tersebut melalui akun Instagramnya, sehingga komik-komik tersebut pun dapat menjangkau khalayak Instagram yang lebih luas. Hal ini tentunya sangat membantu para kreator komik lokal dalam mempromosikan komik mereka.

Selain kegiatan *reposting* komik secara *online* di Instagram, Komikin\_ajah juga kerap mengadakan kegiatan-kegiatan lainnya seperti kegiatan Gambar Bareng di Taman, Pameran, Gasabi (Gambar Sambil Bincang) *Pop Culture Festival*, Bazaar dan kegiatan lainnya.

Komikin\_ajah telah menerbitkan beberapa seri buku komik cetak kompilasi yang diterbitkan melalui penerbit Elex Media Komputindo dan dapat dibeli di toko buku terdekat. Selain itu Komikin\_ajah juga telah beberapa kali melakukan kolaborasi dengan

<sup>9</sup> <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>, diakses 28 Juli 2019, pukul 08.48 WIB





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa *brand-brand* ternama seperti Shopee, Lazada, Seagate dan proyek terbaru mereka saat ini adalah kolaborasi dengan Gojek Indonesia.

Hingga saat ini, Komikin\_ajah telah mempunyai jumlah pengikut hingga dua juta seratus ribu lebih. Dengan jumlah pengikut yang sangat banyak ini, Komikin\_ajah telah menjadi salah satu media hiburan komik paling populer di Instagram.

Dengan melihat fenomena ini, penulis pun merasa tertarik untuk meneliti strategi kreatif apa saja yang dilakukan Komikin\_ajah sebagai salah satu media hiburan populer di Instagram. Karena dengan melakukan penelitian ini, strategi yang diterapkan Komikin\_ajah dapat dipelajari dan diterapkan oleh media-media lain terutama bagi media hiburan. Karena bagi suatu media *online*, menyusun strategi kreatif sangat penting untuk menarik minat dan perhatian para audiens yang lebih banyak. Jika kita tidak mempunyai strategi kreatif, para audiens tidak akan melirik dengan tertarik dengan media kita.

Peneliti juga memilih @Komikin\_ajah sebagai subjek penelitian karena @Komikin\_ajah merupakan komunitas komik terbesar di Indonesia dengan melihat jumlah anggota dan pengikutnya dan juga peneliti merupakan salah satu anggota dari @Komikin\_ajah.

Objek pada penelitian ini adalah strategi @Komikin\_Ajah sebagai media hiburan komik di Instagram sedangkan yang menjadi subjek penelitian ialah presiden dari @Komikin\_Ajah yaitu Aruga Perbawa Rizqi yang sekaligus sebagai admin tunggal yang menangani akun Instagram @Komikin\_Ajah.

## B. Penegasan Istilah

### 1. Strategi

Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>10</sup> Menurut Leonardo D. Marsan, Strategi berarti

<sup>10</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>, diakses 19 Juli 2019, pukul 21.32



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rencana atau langkah tindakan mengarah pada lokasi sumber daya langka organisasi atau badan usaha yang mencapai suatu tujuan.<sup>11</sup>

Strategi memberikan pengarahan terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan.<sup>12</sup>

## 2. Media

Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*” yang secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar.

Menurut AECT (*Association for Education and Communication Technology*) media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi,<sup>13</sup> sedangkan pengertian media menurut Djamarah adalah media merupakan alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran.<sup>14</sup>

Jadi, media merupakan alat perantara yang diciptakan untuk menyalurkan pesandengan tujuan agar pemakai dapat lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan.

## 3. Hiburan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hiburan adalah sesuatu atau perbuatan yang dapat menghibur hati (melupakan kesedihan dan sebagainya).<sup>15</sup>

Berdasarkan pengertian di atas, hiburan dapat berupa segala sesuatu baik itu benda, perilaku ataupun tempat yang dapat menghibur seseorang. Hiburan juga bersifat subjektif tergantung bagaimana seseorang menikmati hiburan tersebut.

<sup>1</sup> Leonardo D. Marsan, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Utama, 2000). hal. 330

<sup>12</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Organisasi*. (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009) hal.

<sup>13</sup> Ahmad Rohani, *Media Intruksional Edukatif*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997) hal. 2

<sup>14</sup> Syaiful Djamarah, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1995) hal. 136

<sup>15</sup> <https://kbbi.kata.web.id/hiburan/> (diakses tanggal 15 Mei 2019)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hiburan bisa seperti musik, film, pertunjukan, novel, komik, permainan dan lain-lain.

#### 4. Komik

Komik berasal dari kata “*comic*” yang berarti “lucu” dalam bahasa Inggris atau “*Kōmikos*” dari *Kōmos* revol bahasa Yunani yang muncul sekitar abad ke 16. Makna aslinya demikian karena memang pada awalnya komik ditujukan untuk membuat gambar-gambar yang menceritakan tentang hal-hal yang lucu.

Scott McCloud mendeskripsikan komik sebagai penyusunan gambar-gambar dalam sebuah urutan yang disengaja, dimaksudkan untuk penyampaian pesan dan menimbulkan suatu nilai estetis pada penampilannya.<sup>16</sup>

#### 5. Komikin\_ajah

Komikin\_ajah adalah sebuah komunitas para kreator komik khususnya komikstrip di Indonesia. Komunitas ini telah berdiri sejak tahun 2014 dan telah mempunyai jumlah anggota hingga ratusan orang. Komikin\_ajah mempunyai akun Instagram dengan jumlah pengikut sebanyak dua juta seratus ribu pengikut, dan saat ini akun Instagram Komikin\_ajah telah menjadi salah satu media hiburan populer di Instagram secara nasional.

#### 6. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Scott McCloud, *Understanding Comics*, (Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2002) hal. 12

<sup>17</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta : Media Kita, 2012) hal. 10



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi kreatif yang dilakukan Komikin\_ajah sebagai media hiburan komik di Instagram ?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengetahui strategi kreatif yang dilakukan Komikin\_ajah sebagai salah satu media hiburan populer di Instagram.

### E. Manfaat Penelitian

#### a. Secara Akademis

1. Sebagai langkah awal peneliti untuk dapat mengembangkan teori-teori yang telah dipelajari dalam ilmu komunikasi.
2. Dapat digunakan sebagai referensi dan rujukan bagi penelitian lain dalam rangka pengembangan dan memperkaya kajian ilmu komunikasi lebih lanjut.
3. Untuk memenuhi tugas akhir skripsi penelitian.

#### b. Secara Praktis

1. Dapat diterapkan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU tentang strategi kreatif yang dilakukan suatu media hiburan
2. Dapat digunakan sebagai referensi dan rujukan bagi media-media lain terutama media hiburan untuk mengembangkan media mereka melalui strategi yang diteliti ini.

### F. Sistematika Penulisan

**BAB 1** : Pada bab ini berisi pendahuluan yang membahas tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

**BAB 2** : Pada bab ini berisi kajian teori dan kerangka pikir

**BAB 3**

© Hak ciptaan milik UIN Suska Riau

**BAB 4****BAB 5****BAB 6****Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- : Pada bab ini berisi pembahasan metodologi penelitian antara lain jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data
- : Pada bab ini berisi penjelasan gambaran umum tentang @komikin\_ajah sebagai media hiburan di Instagram
- : Pada bab ini berisi pemaparan data tentang strategi kreatif @komikin\_ajah sebagai media hiburan di Instagram dan pembahasan analisis data yang telah didapat.
- : Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah penulis lakukan dan juga saran dari penulis.

UIN SUSKA RIAU

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Strategi

##### a. Pengertian Strategi

Kata “strategi berasal dari kata “*strategic*” dalam bahasa Inggris yang merupakan berakar dari kata “*strategy*” yang memiliki beberapa arti, di antaranya adalah seni dan ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi militer dalam skala besar (*art and science of planning and divecting large scale military operations*). Dapat kita pahami, operasi militer bertujuan untuk memenangkan peperangan atau mengalahkan lawan. Kemudian, strategi juga sangat berguna bagi sebuah perusahaan (korporasi) karena ada yang mengatakan bahwa persaingan antar perusahaan dalam kenyataannya sama dengan medan perang atau peperangan (*battle field*) sehingga perusahaan harus siap mengalahkan pesaingnya. Jika tidak, dia sendiri yang akan mengalami kekalahan.<sup>18</sup>

Strategi merupakan konsep dan upaya untuk mengerahkan potensi sumber daya ke dalam rangkaian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>19</sup> Strategi ini dalam segala hal digunakan untuk mencapa tujuan yang telah ditetapkan, karena pada dasarnya segala perbuatan atau tindakan itu tidak lepas dari strategi.<sup>20</sup>

Adapun tentang taktik, sebenarnya merupakan cara yang digunakan dan merupakan bagian dari strategi.<sup>21</sup> Strategi berarti ilmu siasat perang untuk mencapai sesuatu.<sup>22</sup>

<sup>18</sup> Suyadi, Prawirosentono, Dewi Primasari, *Manajemen Stratejik & Pengambilan Keputusan Korporasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014) hal. 3

<sup>19</sup> Samsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2008), hal. 165

<sup>20</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 350

<sup>21</sup> Rafi Udin dan Maman Abdul Djaelani, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Jakarta: Pustaka Media, 2001), hal. 188

<sup>22</sup> M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola) hal 448





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Anwar Arifin mengartikan strategi sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dilakukan guna mencapai suatu tujuan.<sup>23</sup> Strategi yang disusun, dikonsentrasikan dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan pelaksanaan yang disebut pelaksanaan strategis. Kemudian menurut H. Hisyam Alie, untuk mencapai strategi yang tepat, maka perlu dilakukan analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunity* dan *threat*) dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- 1) *Strength* (Kekuatan), yaitu memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusianya, dananya dan beberapa elemen lainnya.
- 2) *Weakness* (Kelemahan), yaitu memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya, yang menyangkit aspek-aspek sebagaimana dimiliki kekuatan.
- 3) *Opportunity* (Peluang), yaitu menghitung seberapa besar peluang yang mungkin tersedia di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun diterobos.
- 4) *Threat* (Ancaman), yaitu memperhitungkan kemungkinan adanya ancaman dari luar.<sup>24</sup>

Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai suatu tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, politik, ekonomi, sosial-budaya dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tingkatan Strategi

Menurut James M. Higgins, di dalam buku Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit karya Salusu, dijelaskan bahwa terdapat empat tingkatan strategi antara lain :

<sup>23</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armico, 1989) hal. 55

<sup>24</sup> Rafi, Udin dan Maman Abdul Djaelani, *Prinsip dan Strategi Dakwah* (Jakarta: Pustaka Media, 2001), hal. 76



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1) *Enterprise Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi *enterprise* terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi itu juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

### 2) *Corporate Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apayang menjadi bisnis atau urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata-mata untuk dijawab oleh organisasi bisnis, tetapi juga oleh setiap organisasi pemerintahan dan organisasi nonprofit. Apakah misi universitas yang utama? Apakah misi yayasan ini, yayasan itu, apakah misi lembaga ini, lembaga itu? Apakah misi utama direktorat jenderal ini, direktorat jenderal itu? Apakah misi badan ini, badan itu ? Begitu seterusnya.

Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan itu sangat penting dan kalau keliru dijawab bisa fatal. Misalnya, kalau jawaban terhadap misi universitas ialah terjun kedalam dunia bisnis agar menjadi kaya maka akibatnya bisa menjadi buruk, baik terhadap anak didiknya, terhadap pemerintah, maupun terhadap bangsa dan negaranya. Bagaimana misi itu dijalankan juga penting. Ini memerlukan keputusan-keputusan stratejik dan perencanaan stratejik yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kamal Riau

### 3) *Business Strategy*

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

### 4) *Functional Strategy*

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi fungsional yaitu:

- a) Strategi fungsional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.
- b) Strategi fungsional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, implementing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing, dan integrating*.
- c) Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.

Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata, tetapi juga hendaknya memperhitungkan soal kesehatan organisasi dari sudut ekonomi.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Salusu J., *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*, (Jakarta : Grasindo, 2006) hal. 101





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Media Baru (*New Media*)

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat telah menjadikan dunia ini semakin dekat tanpa jarak. Segala macam informasi dapat kita akses kapan saja, dimana saja dalam waktu yang nyata. Dengan perkembangan ini media informasi pun semakin hari semakin canggih hingga menghasilkan suatu istilah baru yaitu “*New Media*” atau “Media Baru”.

Media baru adalah bentuk media yang berbasis komputer dan mengandalkan komputer untuk pendistribusian. Beberapa contoh dari media baru adalah telepon, komputer, dunia virtual, media tunggal, situs *games*, antarmuka komputer-manusia, animasi komputer dan pemasangan computer interaktif.<sup>26</sup>

Media baru (*New Media*) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan *digital*, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah (*edit*), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content*. *User-generated content* adalah konten atau isi artikel dalam *internet* yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media *internet* tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua *internet user*.<sup>27</sup>

Menurut Peter Ride dan Andrew Dewdney di dalam buku *The New Media Handbook*, definisi dari media baru dibatasi sebagai ide, perasaan dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya dalam media dan cara berkomunikasi yang baru, berbeda dan lebih menantang.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort, *The New Media Reader*, (Cambridge : MIT Press, 2003) hal. 13-25

<sup>27</sup> Michael R. Solomon, *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*, (New Jersey: Pearson, 2011) hal. 24

<sup>28</sup> Peter Ride & Andrew Dewdney, *The New Media Handbook*, (New York: Routledge, 2006) hal. 4



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak mengukinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media baru sering dikontraskan dengan “media lama” seperti televisi, radio dan media cetak, meskipun para peneliti komunikasi dan studi media telah mengkritik perbedaan kaku berdasarkan usia dan kebaruan. Media baru tidak termasuk program televisi (siaran analog), film fitur, majalah, buku, kecuali mereka mengandung teknologi yang memungkinkan proses generatif digital atau interaktif.<sup>29</sup>

Teori media baru sendiri dikembangkan oleh Pierre Levy seorang filsuf asal Prancis yang mengemukakan bahwa teori media baru membahas mengenai perkembangan media dari era konvensional ke era digital.

Di dalam teorinya, Levy mengemukakan dua pandangan mengenai media baru, antara lain :

- a. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
- b. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Noah Wardrip-Fruin & Nick Montfort, *The New Media Reader*, (Cambridge : MIT Press, 2003) hal. 13-25

<sup>30</sup> Michael R. Solomon, *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*, (New Jersey: Pearson, 2011) hal. 52



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Media baru juga memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dari media lama. Lister mengemukakan bahwa media baru memiliki enam karakteristik, antara lain :

a. *Digital*

Dimaksud dengan digital adalah segala data yang terkait dalam hal proses komunikasi diubah menjadi bentuk angka. Data berupa angka ini yang kemudian oleh sistem diterjemahkan ke dalam bentuk tulisan, gambar, grafik, video.

b. *Interactivity*

interaktif, termasuk sebagai karakteristik media baru dikarenakan media lama yang bersifat pasif. Pasif karena tidak dapat secara aktif digunakan untuk bertukar informasi atau khalayak dapat berpartisipasi secara langsung.

c. *Hypertextual*

Diartikan sebagai tulisan yang mampu memberikan sambungan dari sebuah situs ke situs lainnya, sehingga mempermudah dalam melakukan pencarian data.

d. *Virtual*

Segala sesuatu yang berada di dalam suatu media seperti bentuk lingkungan, ruang, realitas dan identitas yang dibangun dari grafis komputer dan video digital di mana pengguna dapat berinteraksi.

e. *Networked*

Maksudnya segala hal beserta konten-konten di dalam jaringan dapat diakses dengan alat elektronik dan menjadi mudah dijangkau.

f. *Simulated*

Maksudnya adalah dunia yang tergambar di dalam *new media (virtual)* merupakan miniatur atau gambaran sesungguhnya dalam suatu keadaan. Meskipun merupakan buatan manusia tetapi sesungguhnya merupakan bentuk gambaran dari obyek nyata.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Martin Lister, *New Media: A Critical Introduction*, (New York : Routledge, 2008) hal.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

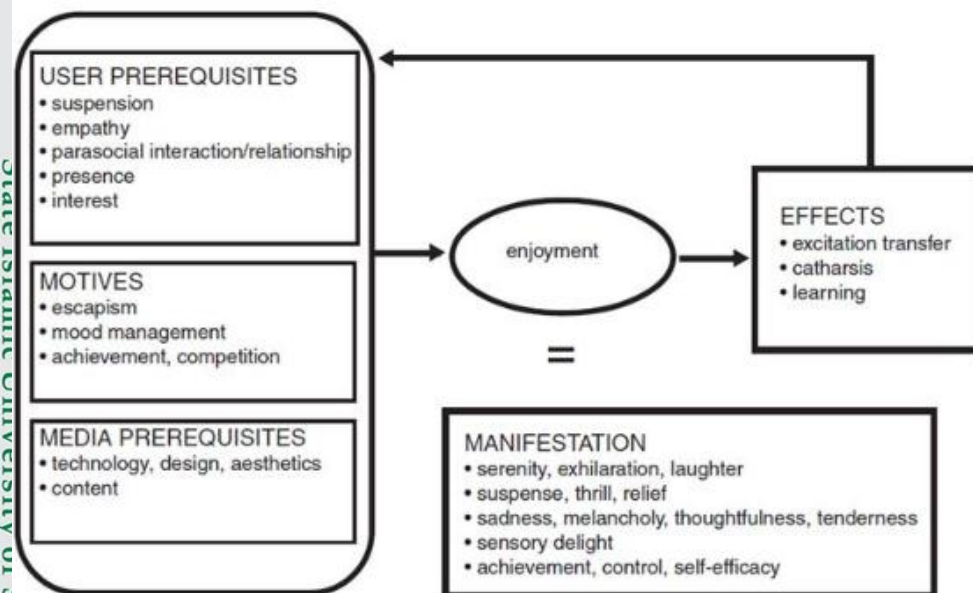
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

### 3. Teori Media Hiburan

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori media baru karena @komikin\_ajah menggunakan media sosial Instagram sebagai media komunikasi berbasis hiburan untuk berinteraksi kepada pengikutnya dan pengguna Instagram lainnya.

Dalam perkembangan teori hiburan, Dolf Zillman diakui sebagai seseorang yang mempelopori perkembangan teori hiburan kontemporer. Teori tersebut berada dalam konteks besar dari psikologi hiburan. Teori ini mencoba membuat konsep serta menjelaskan mekanisme psikologi utama yang mendasari hiburan dan untuk membedakan proses hiburan dari hal-hal lain yang mendasari informasi, pendidikan atau persuasi.<sup>32</sup> Teori ini menggambarkan keseluruhan proses dari aktivitas hiburan.

Selanjutnya, teori hiburan semakin dikembangkan oleh para ahli dan pakar media dan komunikasi. Peter Vorderer seorang professor media dan komunikasi asal Jerman mengembangkan model teori hiburan.



Gambar 2.1 : Model teori media hiburan Peter Vorderer<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Jennings Bryant, Peter Vorderer, *Psychology of Entertainment* (New York : Routledge, 2006) hal. ix

<sup>33</sup> Peter Vorderer, "Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment", *Communication Theory*, Oktober 2004, edisi 14, hal. 393



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan model teori media hiburan yang dicetuskan Peter Vorderer, dapat kita lihat bahwa *enjoyment* atau kesenangan / kebahagiaan adalah tujuan akhir dari penggunaan media hiburan. Untuk mencapai *enjoyment* yang ingin didapat dalam mengkonsumsi media, terdapat tiga aspek yang harus dipenuhi yaitu pra-syarat pengguna, motif, dan pra-syarat media.

Aspek yang pertama ialah prasyarat pengguna yang mana di dalamnya terdapat lima indikator antara lain suspensi, empati, interaksi parasosial, kehadiran dan juga ketertarikan. Aspek berikutnya adalah motif yang mana terdapat tiga indicator didalamnya yaitu pelarian dari kenyataan, manajemen suasana hati, dan kompetisi. Lalu aspek terakhir adalah prasyarat media yang meliputi teknologi, desain estetika dan juga konten. Dari ketiga aspek tersebut maka didapatkan lah hasil akhir berupa *enjoyment* atau kesenangan dari penggunaan media hiburan.

Di dalam penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai pra-syarat media yang dimiliki @Komikin\_Ajah sebagai media hiburan. Pra-syarat media yang dimaksud meliputi teknologi, desain, estetika dan juga konten.

Teknologi, desain estetika berkaitan dengan teknik elektro dan juga teknik komputer. Teknologi berkaitan dengan penggunaan sesuatu baik berupa *hardware* maupun *software* yang digunakan untuk mempermudah dalam pengelolaan media hiburan. Desain meliputi tampilan dari media hiburan sedangkan estetika meliputi nilai keindahan dari media hiburan.<sup>34</sup>

Konten berkaitan dengan produk konten media hiburan dan bagaimana suatu konten hiburan disajikan (missal dengan pemilihan topik tertentu, penggambaran karakter tertentu, dll) yang dapat mengarahkan pada program yang bermanfaat bagi pengguna.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Ibid. hal. 397

<sup>35</sup> Ibid. hal. 398



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Strategi dan Media Hiburan

Berdasarkan penjelasan mengenai strategi dan media hiburan yang peneliti telah jelaskan sebelumnya, dapat kita lihat bahwa dalam merumuskan strategi media hiburan, perlu dilakukan analisis SWOT dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi. Selain itu, agar efek atau pengaruh yang dimiliki media hiburan dapat berpengaruh efektif sehingga tercapai *enjoyment* dari penggunaan media hiburan tersebut, perlu memperhatikan penggunaan teknologi, desain, estetika dan konten yang diproduksi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba menghubungkan dari masing masing indikator strategi dan indikator media hiburan.

#### 5. Media Sosial

Saat ini media sosial telah menjadi hal yang sangat familiar dan tidak terpisahkan bagi manusia. Media sosial telah menjadi salah satu aspek kehidupan yang sangat penting bagi sebagian besar masyarakat. Hampir setiap orang menggunakan dan mengakses media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi. Media sosial sendiri merupakan salah satu produk dari media baru (*new media*).

Menurut Boyd dan Ellison, media sosial situs jejaring sosial merupakan layanan berbasis *web* yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi-umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat serta mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut. Situs jejaring sosial dianggap sebagai ekstensi diri di dunia maya dan hubungan-hubungan yang ada di dalamnya juga merupakan ekstensi dari hubungan-hubungan yang benar-benar ada.<sup>36</sup>

Menurut Hadi Purnama media sosial mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya :

<sup>36</sup> Boyd, D. M., Ellison. N.B., 2008, *Social Network Sites: Definition, History And Scholarship*, <https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>, diakses 13 Juni 2019 pukul 13.26





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Jangkauan (*reach*): daya jangkauan *social media* mencakup skala kecil hingga khalayak global.
2. Aksesibilitas (*accessibility*): *social media* lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau baik dimanapun dan kapanpun.
3. Penggunaan (*usability*): *social media* relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (*immediacy*): *social media* dapat memancing respon khalayak lebih cepat.<sup>37</sup>

## 6. Komik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komik diartikan sebagai suatu cerita bergambar (dalam majalah, surat kabar, atau berbentuk buku) yang umumnya mudah dicerna dan lucu.<sup>38</sup> Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai, komik adalah suatu bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan memerankan suatu cerita dalam urutan yang erat dihubungkan dengan gambar untuk memberikan hiburan kepada para pembacanya.<sup>39</sup>

Sedangkan menurut Scott McCloud seorang komikus asal Amerika Serikat mendeskripsikan komik sebagai penyusunan gambar-gambar dalam sebuah urutan yang disengaja, dimaksudkan untuk penyampaian pesan dan menimbulkan suatu nilai estetis pada penampilannya.<sup>40</sup>

Komik menurut Marcel Danesi adalah narasi yang dicetak melalui sejumlah gambar yang diatur di dalam garis-garis horizontal, strip atau kotak, dan teks verbal dari kiri ke kanan. Komik biasanya menggambarkan petualangan satu karakter atau lebih dalam rangkaian waktu yang terbatas. Dialog yang dituangkan dalam kata-kata di dalam balon, sebagian besar

<sup>37</sup> Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*, (Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, 2011) hal. 116

<sup>38</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komik>, diakses 19 Juli 2019, pukul 21.30

<sup>39</sup> Nana Sudjana, *Media Pengajaran* (Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2011) hal. 64

<sup>40</sup> Scott McCloud, *Understanding Comics*, (Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2002) hal. 12



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan gerakan ilustrasi melalui penggunaan garis dari berbagai ukuran.<sup>41</sup>

## 7. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman facebook kita *follow* akun Instagram kita.<sup>42</sup>

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>43</sup>

## B. Kajian Terdahulu

1. Komik Strip Sebagai Media Kritik Sosial : Studi pada Akun Instagram @Komikin\_ajah. Karya Nuritia Ramadhani1 & Riza Darma Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mencoba mengungkap penggunaan komik strip sebagai media kritik sosial di Instagram. Unit analisis dalam penelitian ini adalah lima orang komikus yang tergabung dalam Komunitas @Komikin\_Ajah di media sosial Instagram dengan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka.
2. Strategi Komunikasi Akun Instagram '@dagelan' dalam Menarik Pengiklan Menggunakan Jasa Paid Promot. Karya Belinda Nabilla Nurine,

<sup>41</sup> Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Besar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, (Yogyakarta : Jalasutra, 2004) hal. 223

<sup>42</sup> M Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta : Kobis, 2015) hal. 137

<sup>43</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta : Media Kita, 2012) hal. 10



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Jenderal Soedirman. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengungkap strategi-strategi yang dilakukan oleh akun Instagram @Dagelan dalam menarik minat pengiklan menggunakan *jasa paid promotion* pada akun hiburan mereka.

3. Strategi Pengelolaan Akun Instagram Dalam Membangun *Personal Branding* Selebgram. Karya Rika Fitriani, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengungkap strategi yang dilakukan para selebgram dalam membangun *personal branding*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis *SWOT*.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir bisa juga disebut dengan kerangka konseptual. Kerangka pikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.<sup>44</sup> Kerangka pikir juga diartikan sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi obek permasalahan.<sup>45</sup> Disamping itu, ada pula yang berpendapat bahwa kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasikan sebagai masalah yang penting.<sup>46</sup> Fokus penelitian ini bertujuan untuk melihat Strategi Kreatif @Komikin\_ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori media Peter Vorderer sebagai dasar teori penelitian. Dalam teori media hiburan Peter Vorderer, terdapat beberapa indikator yang dimiliki oleh suatu media hiburan antara lain, teknologi, desain estetika dan juga konten.

1. Dalam teorinya, disiplin ilmu teknik elektro dan teknik komputer berperan dan berfokus pada indikator teknologi dan desain estetika. Pentingnya

<sup>44</sup> Adnan Mahdi, Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 85

<sup>45</sup> Adnan Mahdi, Mujahidin, *Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 85

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 60





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teknologi, dan desain estetika terhadap penggunaan, respon dan dampaknya dalam media hiburan telah dipelajari dengan hati-hati. Teknologi berkaitan dengan penggunaan dan pemanfaatan teknologi baik berupa *hardware* maupun *software* yang digunakan oleh suatu media hiburan.<sup>47</sup>

2. Desain dan estetika memiliki pengaruh dalam suatu media hiburan. Desain estetika adalah proses perencanaan atau perancangan suatu objek yang bertujuan agar objek yang diciptakan memiliki fungsi, memiliki nilai keindahan, dan berguna bagi manusia. Dari indikator desain estetika ini, bisa kita amati dari tampilan akun Instagram dari @Komikin\_Ajah.

3. Selain teknologi dan estetika, konten juga menjadi salah satu peran kunci dan bagaimana konten itu disajikan (misal pemilihan topik tertentu, penggambaran karakter tertentu, dll) yang dapat mengarah pada program yang bermakna bagi audiens. Bagi sebagian audiens suatu konten hiburan dapat membuatnya terhibur dan bagi sebagian audiens lain dapat membuatnya merasa bosan, ini dikarenakan pemaknaan dari suatu konten berbeda-beda bagi setiap orang. Konten hiburan juga seharusnya dapat berinteraksi dengan kepribadian pengguna.<sup>48</sup>

Selanjutnya dari indikator-indikator media hiburan tersebut, peneliti akan menganalisisnya menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu metode analisis dalam merumuskan suatu strategi perusahaan atau Lembaga dengan melihat dari aspek *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan juga *threats* (ancaman).

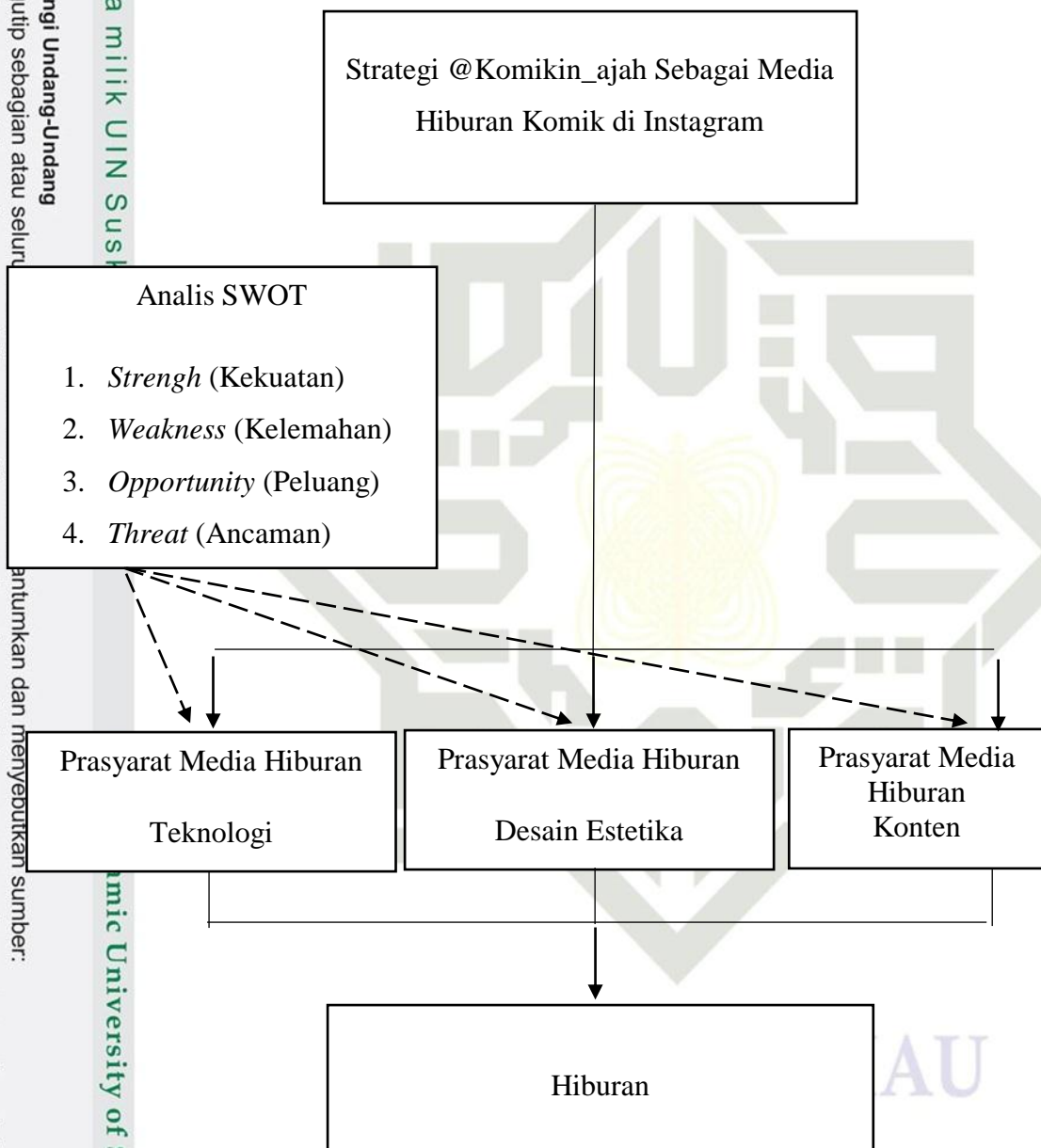
<sup>47</sup> Peter Vorderer, "Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment", *Communication Theory*, Oktober 2004, edisi 14, hal. 397

<sup>48</sup> Ibid. Hal. 397

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh atau menyalin sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun untuk tujuan komersial atau untuk tujuan lain yang memerlukan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2.1**  
**Bagan Skema Kerangka Pikir**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis & Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata, penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>49</sup>

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena pada penelitian ini peneliti mencoba untuk mengungkap dan menggambarkan strategi kreatif yang diterapkan @Komikin\_ajah sebagai media hiburan komik di Instagram.

### B. Lokasi & Waktu Penelitian

Dikarenakan lokasi kantor Komikin\_ajah berada di Cilandak, Jakarta Selatan, maka peneliti hanya akan melakukan penelitian di Pekanbaru saja dengan melakukan wawancara kepada presiden Komikin\_ajah melalui *e-mail*, telepon dan media sosial. Waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih dua bulan, dari bulan Juli hingga bulan September.

### C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini antara lain sebagai berikut :

---

<sup>49</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011) hal.73





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.<sup>50</sup> Data primer yang akan digunakan adalah data hasil wawancara dengan narasumber, dan hasil observasi.

Narasumber yang akan diwawancara pada penelitian ini adalah Aruga Perbawa Rizki sebagai Presiden Komikin\_Ajah. Narasumber tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang cukup untuk melengkapi penelitian ini.

Selain wawancara, peneliti juga akan melakukan observasi terhadap beberapa konten komik pada akun Instagram @Komikin\_ajah.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap atau tambahan dari data primer. Data sekunder pada penelitian ini adalah dokumentasi dan referensi yang diambil dari buku-buku, jurnal ataupun dari internet. Dokumentasi yang akan peneliti teliti adalah dokumentasi berupa dokumen-dokumen tentang @Komikin\_ajah dan kegiatan-kegiatan @Komikin\_ajah.

## D. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara sebagai salah satu teknik dalam pengumpulan data. Adapun peneliti menentukan informan / narasumber yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Informan yang telah ditentukan antara lain :

1. Informan pimpinan dari @Komikin\_ajah, Aruga Perbawa Rizki yang merupakan presiden dari @Komikin\_ajah saat ini. Alasan dari pemilihan informan ini adalah karena beliau merupakan pimpinan dari @Komikin\_ajah yang mengetahui banyak seluk-beluk dari @Komikin\_ajah.

<sup>50</sup> Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 1995) hal. 84-85



## E Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek).<sup>51</sup>

Wawancara atau *interview* adalah metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab kepada orang yang dapat memberikan keterangan. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, yaitu proses wawancara yang dilakukan secara terencana. Dalam hal ini, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mewawancarai informan. Teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian.<sup>52</sup>

Dikarenakan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, maka peneliti akan menggunakan teknik wawancara mendalam (*In-Depth Interview*). Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.<sup>53</sup>

Pada penelitian ini, dikarenakan narasumber berdomisili di Jakarta, maka peneliti akan melakukan wawancara terhadap narasumber melalui *e-mail*, telepon ataupun media sosial,

### 2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi merupakan suatu kegiatan

<sup>51</sup> Arthur Asa Berger, *Media and Communication Research Methods* (London : Sage Publications, 2000) hal. 111

<sup>52</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Cet. 4; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), hal. 23.

<sup>53</sup> Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surakarta : UNS, 2006) hal. 72



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.<sup>54</sup>

Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan pancaindra.<sup>55</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi terhadap beberapa konten komik kreatif yang ada di akun Instagram @Komikin\_ajah.

### 3. Dokumentasi

Metode Dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian social. Pada intinya metode documenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.<sup>56</sup> Teknik ini sering disebut sebagai dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan pengumpulan terhadap dokumen-dokumen yang berisi kegiatan-kegiatan yang dilakukan Komikin\_Ajah.

## F. Validitas Data

Teknik validitas data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode Triangulasi. Menurut Moleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu.<sup>57</sup>

Menurut Nasution, triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena itu triangulasi bersifat reflektif. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumen.

<sup>54</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2006) hal. 110

<sup>55</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2005) hal. 144

<sup>56</sup> Ibid, hal. 154

<sup>57</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 330





Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data.<sup>58</sup>

Menurut Bachtar S. Bachri, triangulasi ada berbagai macam cara yaitu:<sup>59</sup>

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber berarti membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

b. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Untuk mendapatkan data yang sah melalui observasi peneliti perlu mengadakan pengamatan tidak hanya satu kali pengamatan saja.

c. Triangulasi teori

Triangulasi teori adalah memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan penelitian, pengumpulan data dan analisis data yang lebih lengkap dengan demikian akan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.

d. Triangulasi peneliti

Triangulasi peneliti adalah menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing peneliti mempunyai gaya, sikap dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>58</sup> Nasution, *Strategi Research : Penelitian Ilmiah*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2003) hal.

<sup>59</sup> Bachtar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 10 No.1 April 2010.

<http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/meyakinkan-validitas-data-melalui-triangulasi-pada-penelitian-kualitatif.pdf>



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dapat berbeda dalam mengamati fenomena yang sama. Pengamatan dan wawancara dengan menggunakan dua atau lebih pengamat/pewawancara akan dapat memperoleh data yang lebih absah.

#### e. Triangulasi metode

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Pelaksanaanya dapat juga dengan cara cek dan recek.

Dari kelima jenis triangulasi yang dijelaskan di atas, maka pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi metode yaitu mengecek keabsahan data dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

### G. Analisis Data

Analisis data menurut Maleong adalah suatu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>60</sup> Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif adalah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna.<sup>61</sup>

Jadi, dengan melakukan analisis data, data-data yang peneliti kumpulkan dari berbagai metode dan sumber dapat tersusun dan terorganisir dengan baik. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu dengan menggambarkan atau mendeskripsikan hasil penelitian melalui kata-kata atau kalimat dari data-data yang telah peneliti dapatkan dari wawancara, observasi maupun dokumentasi.

<sup>60</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Remaja Rosdakarya, 2000) hal. 167

<sup>61</sup> Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010) hal. 7-8

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Sejarah @Komikin\_Ajah

@Komikin\_ajah pertama kali dibentuk oleh Infia pada bulan Maret 2014 yang menginginkan dibentuknya suatu komunitas yang dapat memwadahi para kreator komik yang saat itu komik di Instagram sedang menjadi *trending*. Infia merupakan perusahaan yang mencakup media informasi, agensi periklanan, ritel serta pengembangan konten. Kepanjangan dari Infia sendiri adalah Informasi Indonesia. Formasi awal dari pembentukan @Komikin\_ajah terdiri dari Nurfadli Mursyid kreator @tahlalats, Adimas Bayu kreator @masdimboy, Reza Mustar kreator @komikazer, Richard Cryshna kreator @katakberbulu dan lainnya.<sup>62</sup>

### B. Visi dan Misi @Komikin\_Ajah

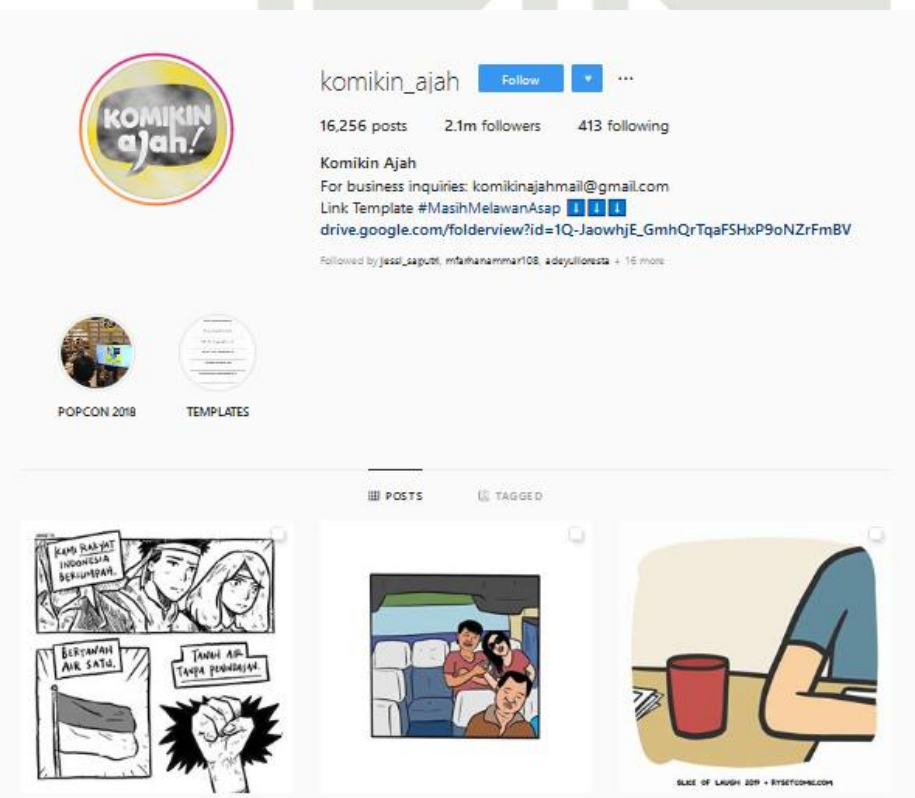
1. Visi @Komikin\_Ajah
  - a. Membangun ekosistem komunitas komik yang baik di Indonesia.
  - b. Membangun ekosistem Industri Komik Indonesia.
2. Misi @Komikin\_Ajah
  - a. Menjadi salah satu wadah komunikasi antar sesama kreator komik di Indonesia.
  - b. Menjadi salah satu wadah komunikasi antara kreator komik dan masyarakat di Indonesia.
  - c. Menyebarkan hal-hal positif melalui media komik.
  - d. Memberikan pengetahuan mengenai komik kepada masyarakat, baik dari skala komunitas hingga industri.
  - e. Menyalurkan bakat para kreator komik di Indonesia

<sup>62</sup> Wawancara dengan Aruga Perbawa Rizqi, pada tanggal 23 September 2019



### C. Profil @Komikin\_Ajah

@Komikin\_ajah merupakan suatu komunitas yang dibentuk untuk mewadahi kreator-kektor komik lokal untuk dapat unjuk gigi menampilkan karya-karya komik mereka lewat media sosial khususnya di Instagram. Melalui tagar harian yang berbeda setiap harinya, @Komikin\_ajah mempublikasikan komik-komik dari berbagai penjuru Indonesia. Hingga tanggal 24 September 2019, akun Instagram @Komikin\_ajah telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,1 juta pengikut, yang terdiri dari berbagai kelompok usia, gender dan daerah.



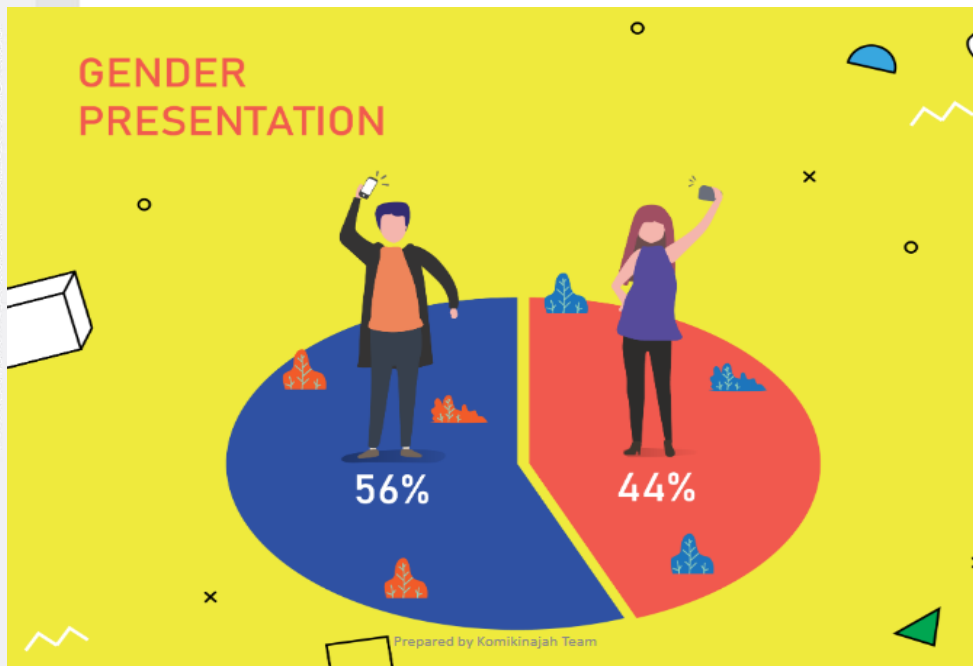
**Gambar 4.1**  
Akun Instagram @Komikin\_Ajah<sup>63</sup>

<sup>63</sup> Komikin\_Ajah ([https://www.instagram.com/komikin\\_ajah/](https://www.instagram.com/komikin_ajah/)) diakses pada 26 September 2019 pukul 23.00

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

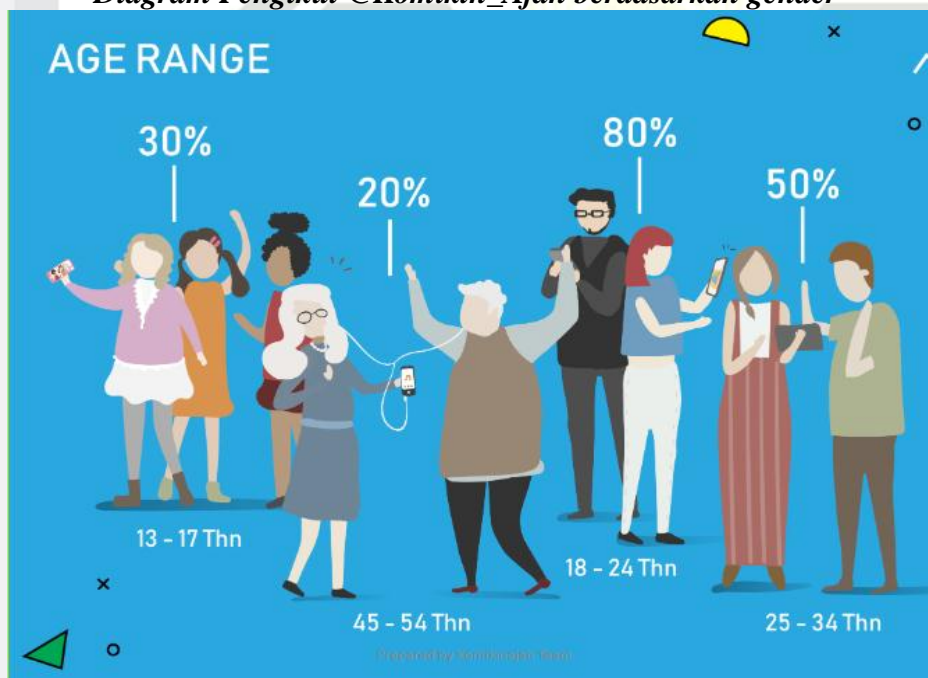
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.2**

*Diagram Pengikut @Komikin\_Ajah berdasarkan gender<sup>64</sup>*



**Gambar 2.3 :**

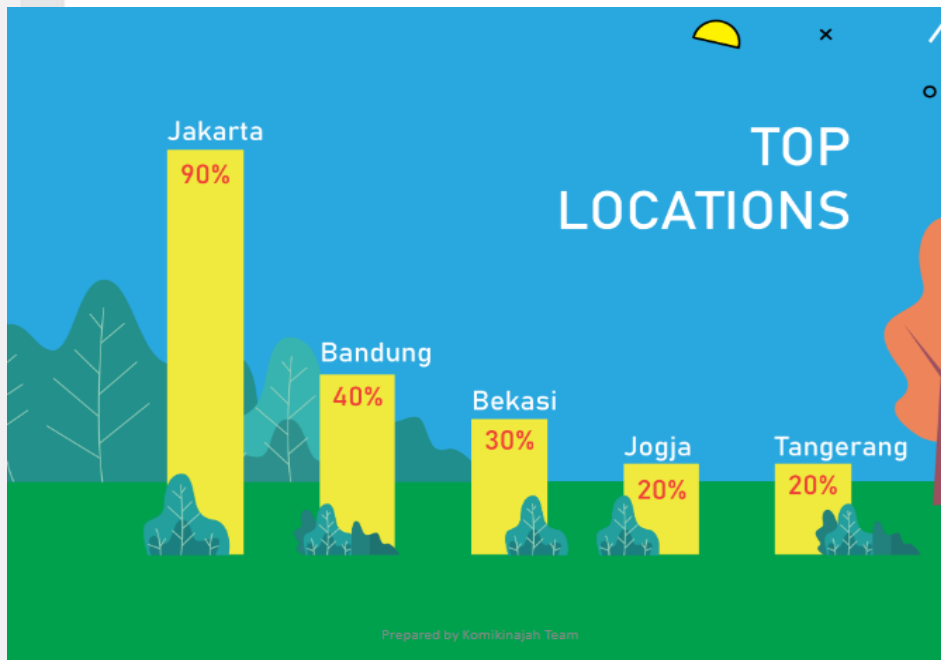
*Persentase Pengikut @Komikin\_Ajah berdasarkan kelompok usia<sup>65</sup>*

<sup>64</sup> Media Kit @Komikin\_Ajah

<sup>65</sup> Ibid.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.4 :**  
***Persentase Pengikut @Komikin\_Ajah berdasarkan lokasi<sup>66</sup>***

@Komikin\_Ajah saat ini telah memiliki anggota sebanyak 133 orang yang terdiri dari komikus-komikus lokal dari berbagai penjuru nusantara. Untuk perekstrutan anggota @Komikin\_Ajah dilakukan dengan cara memantau komikus-komikus lokal yang konsisten dalam mengunggah karya mereka di Instagram dan memberi tag ke akun @Komikin\_Ajah. Dari situ tim @Komikin\_Ajah akan melakukan *scouting* atau memantau komikus tersebut yang dinilai punya konsistensi dan potensi untuk dikembangkan. Setelah dinilai cocok dan memenuhi kriteria, maka selanjutnya tim @Komikin\_Ajah akan menghubungi komikus tersebut dan diajak untuk bergabung menjadi anggota @Komikin\_Ajah.

Selain sebagai wadah untuk mengumpulkan para komikus lokal di suatu komunitas, @Komikin\_Ajah juga dibentuk sebagai suatu agensi yang melakukan pengembangan bakat-bakat dari anggotanya.

*“Dengan adanya Komikin Ajah, kami ingin membentuk ekosistem komik di Indonesia baik dari level komunitas hingga ke level Industri.*

<sup>66</sup> Ibid.





*@Komikin\_Ajah juga sebagai inkubator yang diharapkan bisa untuk meregenerasikan dan melahirkan para komikus lokal yang siap bersaing dalam skala komunitas hingga Industri. Dan menjadikan profesi komikus sebagai profesi yang punya potensi dan tidak dianggap sebelah mata.”<sup>67</sup>*

Sebagai agensi, @Komikin\_Ajah juga sering menerima tawaran kerjasama dari berbagai perusahaan dalam pembuatan konten terutama konten komik. Dari tawaran kerjasama ini, @Komikin\_Ajah akan melemparkan tawaran kerjasama ini kepada anggota @Komikin\_Ajah di grup Line untuk mencari siapa anggota yang bersedia untuk menggarap kerjasama tersebut. lalu dibuatlah daftar siapa saja yang bersedia menggarapnya. Setelah itu, @Komikin\_Ajah akan mengirimkan daftar tersebut kepada klien mereka untuk dapat ditinjau siapa saja anggota yang sesuai dengan kriteria mereka, karena setiap anggota @Komikin\_Ajah mempunyai karakteristik dan ciri khas tersendiri dalam membuat komik.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### D. Struktur Kepemimpinan @Komikin\_Ajah

Layaknya komunitas pada umumnya, @Komikin\_Ajah juga mempunyai struktur kepemimpinan.

No	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan
2	Aruga Perbawa Rizqi 	Pria	<i>President of @Komikin_Ajah</i>
2	Yogi Polii 	Pria	<i>Business Development</i>
3	Reni Wijayanti	Wanita	<i>Business Administrative</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu, @Komikin\_ajah mempunyai beberapa anggota yang disebut sebagai parlemen yang bertugas untuk melakukan pemantauan terhadap komikus-komikus lokal yang mempunyai potensi untuk dapat diajak bergabung bersama @Komikin\_Ajah. Anggota community scouting antara lain Arvianto Virgiawan, Dirga Deka, M. Fahmi, Adelia Maghfira, Rizal Fahmi, Gata Anjanaviadi, Hapy Winda, Randy Indrayanto dan Richard Krysna

### E. Kegiatan @Komikin\_Ajah

Kegiatan rutin harian @Komikin\_Ajah adalah *reposting* komik-komik karya para komikus lokal Indonesia, yang mana menggunakan tagar #KomikinAjah dan menandai @Komikin\_Ajah pada komiknya. Dengan adanya kegiatan *reposting* komik yang dilakukan @Komikin\_Ajah, dapat membantu komikus tersebut untuk mencapai audiens pembaca yang lebih banyak lagi. Setiap harinya komik-komik yang di-*repost* @Komikin\_Ajah mempunyai tema khusus yang berbeda-beda antara lain :

1. #SeninKritis : tema harian yang berisi kritikan terhadap berbagai permasalahan dan fenomena yang terjadi di kehidupan sosial bermasyarakat di Indonesia. Dari tema #SeninKritis ini @Komikin\_Ajah ingin membuat para pembaca untuk berpikir kritis terhadap berbagai fenomena yang ada.
2. #SelasaEdukasi : tema harian yang berisikan berbagai macam edukasi dan informasi seperti informasi teknologi, tutorial, fakta-fakta unik dan sebagainya yang bertujuan untuk mengedukasi para pembaca.
3. #RabuBudaya : tema harian yang berisi keunikan-keunikan yang ada di berbagai daerah di Indonesia seperti adat, bahasa, makanan, dan lain sebagainya yang asli Indonesia. Termasuk juga kebiasaan-kebiasan umum masyarakat Indonesia yang secara tidak langsung menjadi budaya.
4. #KamisHoror : tema harian yang berisi cerita dan kisah mistis, horror dan menakutkan lainnya.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. #JumatReligi : tema harian yang berisi konten-konten untuk menyampaikan pesan-pesan positif terkait dengan seluruh agama dan kepercayaan yang ada di Indonesia.

6. #SabtuCintaCintaan : tema harian yang berisi mengenai berbagai kisah cinta romantis.

7. #MingguRandom : tema harian yang berisi komik-komik lucu yang secara umum yang bersifat absurd dan bisa membuat orang tertawa.

Dalam melakukan *reposting* komik, @Komikin\_Ajah mempunyai beberapa kriteria yang harus diperhatikan, antara lain :

1. Komik yang akan di-*repost* mempunyai alur cerita yang menarik dan dapat dipahami dengan mudah pesan yang ingin disampaikan komikus kepada audiens.
2. Mempunyai visual gambar yang menarik dan sesuai dengan jalan cerita komiknya.
3. Tidak menyangkut isu dan masalah mengenai politik yang memihak.
4. Tidak menyinggung dan merendahkan suatu suku, agama, rasa atau suatu etnis.
5. Tidak mengandung cerita yang bersifat seksual
6. Tidak mengandung adegan kekerasan berlebihan dan kesadisan.

Selain *reposting* komik, @Komikin\_Ajah juga kerap kali menyajikan konten-konten untuk memperingati hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Adha, Idul Fitri, Natal, Waisak, Hari Kemerdekaan, dan lain-lainnya. Selain itu @Komikin\_Ajah juga sering kali menggalakkan *campaign* mengenai isu-isu yang sedang hangat di masyarakat seperti *campaign* terbaru mereka yaitu #MasihMelawanAsap yang berisi karakter-karakter dari teman-teman komikus yang sedang sekarat karena dampak kabut asap. *Campaign* #MasihMelawanAsap ini bertujuan untuk meyarakan keadaan bencana kabut asap yang terjadi di Sumatra dan Kalimantan agar cepat ditangani.

Selain kegiatan *online*, @Komikin\_Ajah juga mempunyai kegiatan *offline* lainnya, antara lain :



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 1. Gambar di Taman

Kegiatan gambar bareng anggota @Komikin\_Ajah yang diadakan di berbagai taman yang ada di Jakarta di hari minggu. Gambar di Taman ini juga mengajak masyarakat sekitar untuk berpartisipasi gambar bareng. Sehingga dengan diadakannya kegiatan Gambar di Taman ini, diharapkan dapat mendekatkan @Komikin\_Ajah dengan masyarakat. Taman yang lebih sering dijadikan lokasi kegiatan ini adalah Taman Suropati, Jakarta Pusat.

#### 2. *Workshop* dan *short course*

@Komikin\_Ajah juga kerap kali mengadakan *workshop* dan *short course* kepada siapa saja yang berminat untuk mengikuti pelatihan.

#### 3. *Comic Camp*

*Comic Camp* adalah kegiatan tahunan @Komikin\_Ajah, dimana para anggota @Komikin\_Ajah akan mengadakan kegiatan seru-seruan di *basecamp* @Komikin\_Ajah seperti bermain permainan seru, perlombaan dan lain sebagainya.

### F. Logo @Komikin\_Ajah



**Gambar 4.5 :**  
**Logo @Komikin\_Ajah**

Seperti kebanyakan produk media Infia lainnya, warna ciri khas yang dimiliki @Komikin\_Ajah adalah warna kuning yang menggambarkan keceriaan. Keceriaan yang didapat setelah membaca komik-komik yang ada di Instagram @Komikin\_Ajah.

### Kejasama / Partnership @Komikin\_Ajah

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.6 :  
Partnership @Komikin\_Ajah<sup>68</sup>



Gambar 4.7 :  
Partnership @Komikin\_Ajah<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Media Kit @Komikin\_Ajah

<sup>69</sup> Ibid.



## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis telah lakukan dan berdasarkan data-data hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi tentang strategi @Komikin\_Ajah sebagai media hiburan komik di Instagram, maka dapat penulis simpulkan bahwa strategi @Komikin\_Ajah sebagai media hiburan komik di Instagram yaitu dalam indikator teknologi, @Komikin\_Ajah menggunakan satu buah *smartphone* untuk melakukan kurasi dan memposting konten komik di Instagram dan satu buah *harddisk* untuk melakukan penyimpanan data. Dalam indikator desain estetika, @Komikin\_Ajah tidak menerapkan strategi dan trik khusus dalam menata tampilan akun Instagram mereka. Dalam indikator konten, @Komikin\_Ajah melakukan kurasi terhadap submisi komik dari anggota maupun yang masyarakat umum yang bukan anggota mereka dengan menerapkan beberapa kriteria khusus terhadap isi cerita, bahasa dan juga gambar. @Komikin\_Ajah juga menerapkan tema harian yang berbeda dalam memposting komik.

### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis telah lakukan, penulis ingin menyampaikan beberapa saran, antara lain :

1. Kepada Bapak Aruga Perbawa Rizqi selaku presiden sekaligus admin @Komikin\_Ajah agar hendaknya dapat membuat suatu strategi khusus dalam menata tampilan akun Instagram mereka dengan tetap mempertahankan gaya gambar komik dari para kreator pengisi konten.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru Proses Komunikasi*. Yogyakarta : Buku Litera

Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta : Rajawali pers

Onaggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Rangkuti, Fredy. 1997. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Rohani, Ahmad. 1997. *Media Intruksional Edukatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Ruslan, Rosady. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo

Sitepu, Edy Sahputra, Faulina. 2011. *Profesional Public Relations*. Medan: USU Pers

Smith, Ronald D. 2002. *Strategic Planning for Public Relation*. London: Laurence Erlbaum Associates Publisher.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta

Suyadi, Prawirosentono, Dewi Primasari. 2014. *Manajemen Stratejik & Pengambilan Keputusan Korporasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara

Wardrip-Fruin, Noah, Nick Montfort. 2003 *The New Media Reader*. Cambridge : MIT Press

**Jurnal:**

Bryan Jennings, Vorderer, Peter. 2006. *Psychology of Entertainment*. New York: Routledge

Johnson, Steven. 2010. *Where Good Ideas Come From*. New York: Riverhead Books

Ride, Peter, Andrew Dewdney. 2006. *The New Media Handbook*. New York: Routledge

Vorderer, P., Klimmt, C. & Ritterfeld, U. 2004. *Enjoyment : At the Heart of Media Entertainment. Communication Theory*



## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PENELITIAN

Indikator	Pertanyaan
Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi dan fitur apa sajakah yang digunakan @Komikin_Ajah untuk memaksimalkan daya guna akun Instagram @Komikin_Ajah ? Dan bagaimana cara penggunaannya ?</li> <li>2. Apa alasan @Komikin_Ajah menggunakan Instagram sebagai <i>platform</i> utama @Komikin_Ajah ?</li> <li>3. Dalam mengelola akun Instagram @Komikin_Ajah, <i>hardware</i> apa sajakah yang digunakan oleh @Komikin_Ajah ?</li> <li>4. Bagaimana penggunaan <i>hardware</i> yang digunakan @Komikin_Ajah dalam mengelola akun Instagram @Komikin_Ajah ?</li> </ol>
Desain dan Estetika	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana upaya yang dilakukan @Komikin_Ajah agar desain dan tampilan akun Instagram @Komikin_Ajah terlihat rapi dan nyaman dilihat pembaca ?</li> </ol>
Konten	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa yang membuat @Komikin_Ajah berbeda dari akun-akun hiburan lainnya ?</li> <li>2. Bagaimana konsep dalam perumusan konten dan sumber konten komik dari @Komikin_Ajah ?</li> <li>3. Bagaimana kriteria-kriteria komik yang diunggah di @Komikin_Ajah ?</li> <li>4. Adakah tema khusus dalam mengunggah konten komik di Instagram @Komikin_Ajah ?</li> </ol>

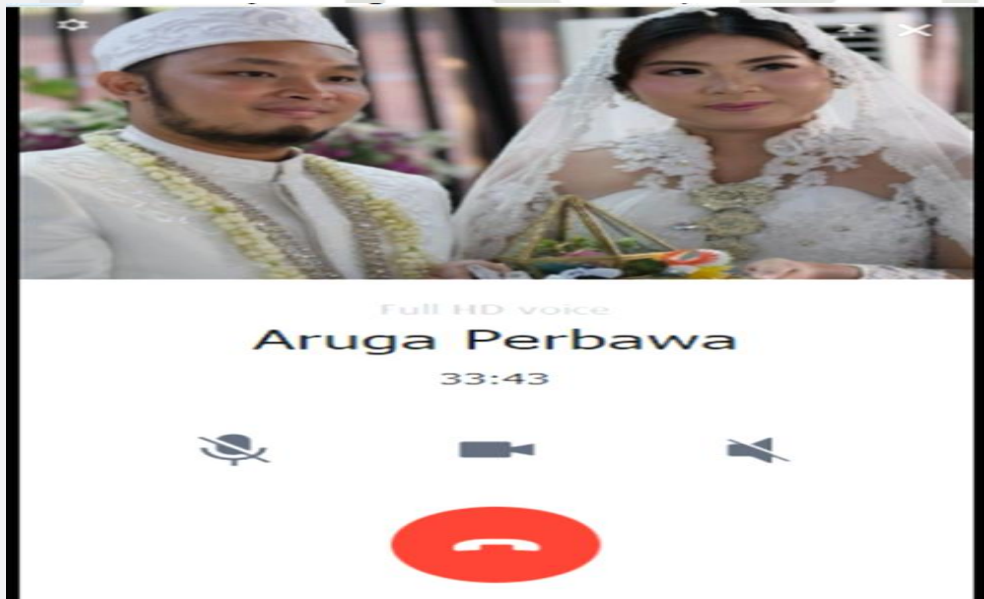
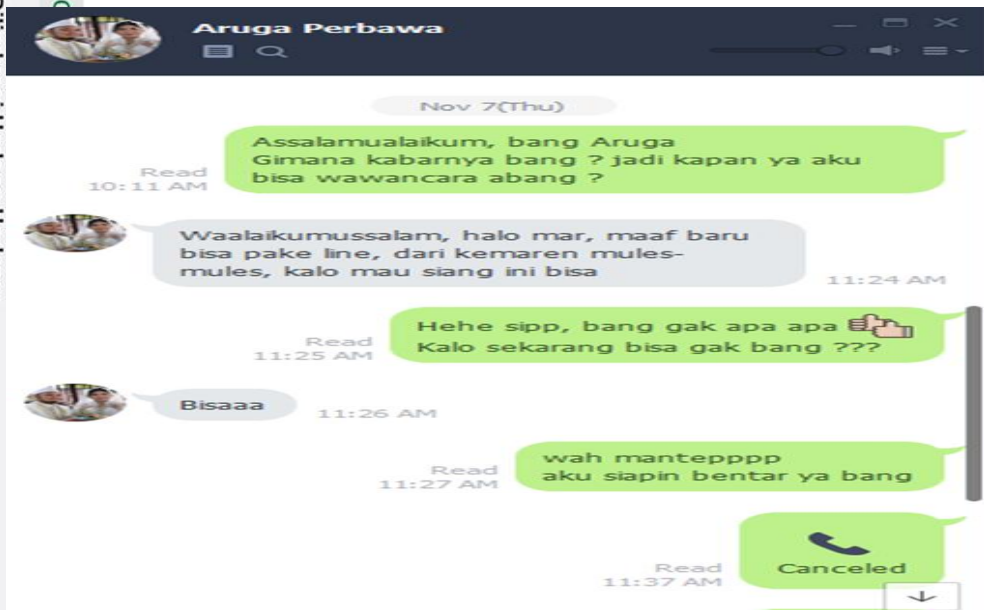
Hak cipta milik UIN Suska Riau.  
 Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 . Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suda  
 . Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DOKUMENTASI

### WAWANCARA MELALUI TELEPON (LINE)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DOKUMENTASI KEGIATAN GAMBAR DI TAMAN @KOMIKIN\_AJAH

@ Hak cip



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



n Syarif Kasim Riau



## DOKUMENTASI KEGIATAN TEBAK GAMBAR PADA ACARA POPCON ASIA

@ Hak

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ntan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal : Naskah Riset Proposal

Pekanbaru, 27 Juni 2019

Kepada, Yth

Bapak Dr. Nurdin, MA

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di

Pekanbaru

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan Hormat,

Setelah membaca, meneliti dan memberikan petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara :

Nama : M. Farhan Ammar

NIM : 11543102240

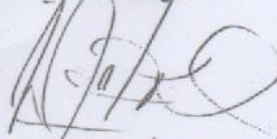
Dengan judul "Strategi Kreatif @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram" untuk diajukan pada seminar proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian Bapak Dekan, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Mengetahui,

Pembimbing I



**INTAN KEMALA, M.Si**

**NIP. 196911181996032001**





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrasno No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3338/2019 Pekanbaru, 11 Sya'ban 1440 H  
Sifat : Biasa 16 April 2019 M  
Lampiran : 1 berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing  
a.n. **M. Farhan Ammar**

Kepada Yth.

**Intan Kemala, M. Si**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **M. Farhan Ammar** NIM. 11543102240 dengan judul "**Strategi Kreatif @Komikin\_Ajah sebagai Media Hiburan di Instagram**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.



Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam  
Dekan,



Dr. Nuzliin, MA  
No. 10440420 200404 1 015

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/6610/2019 Pekanbaru, 29 Dzulhijjah 1440 H  
 Sifat : Biasa 30 Agustus 2019 M  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : **Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth.  
**Gubernur Riau**  
 Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan  
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau  
 Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,  
 Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : M. Farhan Ammar  
 N I M : 11543102240  
 Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

**"Strategi Kreatif @komikin\_ajah sebagai Media Hiburan Komik di Instagram"**

Adapun sumber data penelitian adalah :

**"Pekanbaru"**

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
 a.n. Rektor,  
 Dekan,





**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmpstp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/25710  
TENTANG



032010

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/6610/2019 Tanggal 30 Agustus 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

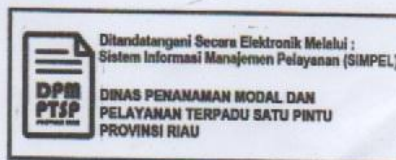
- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Nama              | : M. FARHAN AMMAR   |
| 2. NIM / KTP         | : 11543102240   |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI   |
| 4. Jenjang           | : S1  |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : STRATEGI KREATIF @KOMIKIN_AJAH SEBAGAI MEDIA HIBURAN KOMIK DI INSTAGRAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : INSTAGRAM "@KOMIKIN_AJAH"   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperturnya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 4 September 2019



**Tembusan :**

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Yang Berhormat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## BIOGRAFI PENULIS

**M. Farhan Ammar** atau yang biasa dipanggil Ammar ataupun Farhan, adalah anak ketiga yang lahir dari pasangan Bapak Meirico dan Ibu Eti Nurhayati pada tanggal 6 November 1997.

Penulis memulai Pendidikan di taman kanak-kanak Akramunas pada tahun 2002-2003, kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2003-2009 di SDN 001 Sail Cintaraja, lalu lanjut pendidikan sekolah menengah pertama pada tahun 2009-2012 di SMPN 13 Pekanbaru, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 4 Pekanbaru pada tahun 2012-2015. Lalu pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi *broadcasting*.

Penulis mengambil judul “Strategi @Komikin\_Ajah Sebagai Media Hiburan Komik di Instagram” dikarenakan penulis sendiri merupakan seorang komikus strip sejak 2015 yang aktif memposting komik di Instagram dengan *username* @Si\_KacamataGila dan penulis juga merupakan salah satu anggota dari @Komikin\_Ajah. Penulis juga merupakan seorang Evertonian sejak 2011.

- Hak Cipta
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.