

Komik Digital : Revolusi Komik Di Media Sosial

Bambang Tri Rahadian

Pengajar Fakultas Seni Rupa – Institut Kesenian Jakarta

Email : bengrahadian29@gmail.com

***Abstract:** The development of the culture and advanced technology are influencing one another. As it happens in the sequential art development, which is following the latest technology. Especially now, after the era of millions comic stories produced in paper through newspapers, magazines and books, it has adapted as a new medium which any paper and big publishing company no longer in need. We are in the middle of the digital comic growth, which read by using devices in a new way now. The internet showcase the data globally and indicated the assimilation, in several area show the specific local community existence precisely, they are now emerged and confirmed their identity, not only heard throughout the limited circles This paper will elaborate how far the digital comic development goes in Indonesia..*

Abstrak: Kebudayaan dan kemajuan teknologi berkembang saling mempengaruhi. Begitu pun yang terjadi dalam seni komik yang berkembang mengikuti teknologi terbaru. Terutama pada media, setelah era kertas menghasilkan jutaan cerita komik di penerbitan koran, majalah dan buku, kini komik beradaptasi dengan media baru yang tidak lagi membutuhkan kertas dan penerbitan besar. Kita tengah berada di arus pertumbuhan komik digital yang dibaca melalui gawai dengan cara baru. Internet yang menampilkan data secara global dan menunjukkan kecenderungan pembauran, justru di beberapa tempat menunjukkan eksistensi komunitas kedaerahan yang spesifik, mereka yang dulu tak terdengar karena beredar di kalangan terbatas saja, kini muncul dan mengukuhkan identitasnya. Tulisan ini akan memaparkan bagaimana dan sampai di mana perkembangan komik digital terjadi di Indonesia.

LATAR BELAKANG

Jauh menyusuri teori peradaban dari seorang futurolog Alvin Toffler, maka kita sedang berada pada paruh akhir gelombang ketiga yang menurutnya merupakan peradaban teknologi informasi. Sebuah masyarakat informasi yang tumbuh dan menjadi komunitas bersama dalam kecanggihan teknologi jarak jauh, salah satunya pertumbuhan internet. Gambaran tentang komunitas bersama ini bahkan lebih jauh telah dibayangkan berupa

kondisi kampung global oleh Marshall McLuhan, di mana sebuah informasi dapat diakses, dikonsumsi, diperbincangkan oleh siapa saja tanpa batas demografis bahkan sosial yang jelas.

Dijelaskan lebih jauh oleh Toffler, salah satu gejala yang terjadi dalam gelombang ketiga adalah personalisasi teknologi, yakni teknologi yang pada gelombang kedua dibuat untuk kebutuhan industri, maka pada era ini teknologi diciptakan kembali untuk dapat digunakan perorangan dengan kapasitas produksi lebih sedikit dan harga lebih murah. Dengan begitu, pekerjaan yang biasa dilakukan dalam skala besar dan masif dapat direduksi untuk skala kecil, semisal industri media cetak, dengan dikuasai secara personal alat-alat seperti komputer, mesin fotokopi atau percetakan terbatas, maka setiap individu atau komunitas kecil dapat membuat media cetaknya sendiri, seperti yang terjadi pada skena musik punk yang telah membuat medianya sendiri (*zine*) sejak tahun 1970.

Komik Tanpa Kertas

Sebagaimana teknologi dan budaya kerap saling mempengaruhi, maka personalisasi teknologi lantas menumbuhkan gerakan pada penguatan subkultur. Dalam konteks perubahan sosial di Indonesia bersamaan dengan reformasi politik tahun 1998, media-media buatan sendiri mulai bermunculan beberapa tahun sebelumnya, yakni bentuk media yang tidak mengikuti arus besar, bahkan melawan. Salah satunya adalah pertumbuhan komik yang tidak terbit melalui penerbit besar atau mapan, baik cetak maupun digital di internet.

Di Indonesia, sebuah *zine* bernama komikaze terbit dari Jogja, awalnya komikaze terbit dalam bentuk cetak fotokopi yang disebar secara terbatas di keramaian demonstrasi mahasiswa 1998 berisi kumpulan komik serta artikel singkat, kemudian menggunakan fasilitas portal gratis di tripod.com. *Zine* adalah istilah singkat yang merujuk pada *magazine* (majalah) sebagai format, namun dari segi konten *zine* lebih fokus pada satu tema dan berbasis fanatisme atau subkultur, sehingga kerap disebut secara khusus dengan kata *fanzine*

atau *fandom zine*. Sebagai fanzine, komikaze mewacanakan pertumbuhan komik independen (*indie*), yakni komik yang diproduksi sendiri dengan modal dan jangkauan distribusi yang sangat kecil. Pertumbuhan *zine* dan komik indie pada era ini memang bersamaan, *zine* yang berisi komik biasa disebut *comiczine*. Komikaze bukanlah yang pertama, namun dapat dicatat bahwa komikaze adalah pelopor *zine* komik di Indonesia, sejak tahun 1995 komik-komik yang dicetak fotokopi mulai marak di beberapa kota seperti Bandung, Jogja dan Jakarta



Gambar 1. Tampilan web komikaze
(Sumber: Agung Arif Budiman)

Yang tumbuh pada saat itu bukan hanya *zine*, namun forum-forum diskusi *online* berbasis *mailing-list* pun mulai marak, mereka mengelompok dengan topik-topik yang spesifik, termasuk komik. Kegiatan ber-internet ini terbukti mampu meringkas waktu dan jangkauan publikasi, seperti pada bulan Mei tahun 2001 di Gelaran Budaya Jogja digelar sebuah kegiatan bertajuk “Kabinet Komik Indie” yang partisipannya datang membawa komik-komiknya sendiri dari berbagai kota di Jawa seperti Semarang, Solo, Surabaya,

Malang bahkan Jakarta, mereka datang karena mendapat informasi yang tersebar melalui grup-grup diskusi komik di forum *online* dan *mailing list*, kerja publikasi yang telah lumrah dilakukan saat ini.

Wacana saat itu yang dilawan masih dalam rangka menandingi penerbitan besar-besaran karya komik terjemahan dari Jepang, yang dijual di pasar komik Indonesia dengan harga yang murah. Pada masa ini produksi buku komik hasil karya komikus Indonesia sedang mengalami kelesuan. Salah satu faktor yang dianggap menentukan adalah bertambahnya media hiburan masyarakat selain dari membaca buku komik, seperti televisi. Pertumbuhan Televisi swasta pada awal tahun 90-an menaikkan industri periklanan yang membutuhkan banyak ilustrator, ini menarik minat beberapa komikus untuk beralih profesi. Generasi pembaca komik pada masa itu (70-80an) pun telah berkembang menjadi lebih dewasa dan beralih mencari hiburan baru yang lebih sesuai dengan kapasitas usia dan intelektualitasnya, sementara komik-komik itu dan karakternya tidak dikembangkan untuk menyasar generasi sesudahnya atau dibuat diversifikasinya, sehingga komik-komik itu tertinggal dan kehilangan potensi pembaca yang besar.

Di era media sosial, teknologi informasi telah melangkah lebih jauh, jika pada fase pertumbuhan penggunaan internet kemunculan pengguna masih sedikit, sebab diperlukan keterampilan khusus dalam menguasai petunjuk, kepemilikan piranti seperti pemindai, komputer grafis, keluangan waktu untuk ber-internet, maka di era media sosial yang dibuat mudah untuk digunakan oleh semua kalangan, serta ketersediaan akses koneksi internet, yang memungkinkan hampir setiap individu pemilik komputer dan gawai dapat membuat akun pribadi, ini mengalihkan minat para pelaku komik yang sempat menggunakan blog di era tahun 2000-an untuk menggunakan komik web sebagai sarana ekspresi, beralih memilih media sosial seperti *facebook* atau *instagram*, sebab semua fitur untuk mengunggah konten gambar dan teks sudah tersedia dan mudah digunakan.

KAJIAN TEORITIS

Kata kunci untuk memahami istilah komik digital adalah: data, yakni proses dan karya yang dihasilkan merupakan bentuk *file*, sehingga jika ada komik yang prosesnya dibuat secara digital namun hasilnya adalah cetak di kertas, maka komik itu bukan karya digital. Namun sebaliknya meskipun komik itu dibuat dengan cara manual menggunakan kertas, tinta dan sebagainya yang bersifat fisik namun setelah dipindai menjadi data, maka komik itu bisa disebut komik digital. Sehingga dapat dipahami bahwa komik digital dinilai dan dilihat saat berupa data. Komik digital tidak sama pengertiannya dengan komik web, sebab syarat untuk dapat disebut komik web adalah jika dibacanya di internet.

Hampir satu dekade sejak komik marak di internet era 1998, pemahaman komik digital di kalangan pelaku komik di Indonesia masih dalam paradigma “kertas”, yakni halaman komik dibatasi oleh lebar kertas/ kanvas. Membacanya masih seperti kita membaca buku komik fisik, bedanya ini berbentuk file, yang membuka halamannya dengan menekan salah satu fitur yang disediakan. Padahal Scott Mccloud (2009) sudah memperkenalkan konsep *infinite canvas* atau meta panil dalam komik digital:

“The "infinite canvas" is a challenge to think big; a series of design strategies based on treating the screen as a window rather than a page. The basic premise is that there's no reason that long-form comics have to be split into pages when moving online. Pages are an option—and they can work well when screen shapes are taken into account—but the advantages of putting all panels together on a single "canvas" are significant and worth exploiting”

Meta panil adalah panil-panil yang bebas dari batas ukuran kanvas atau bidang dengan membedakan konsep halaman pada kertas dengan jendela pada layar. Dengan begini jelas terbedakan dalam menilai antara komik konvensional dengan komik digital atau komik web.

BAHASAN

Komik dan gerakan media sosial

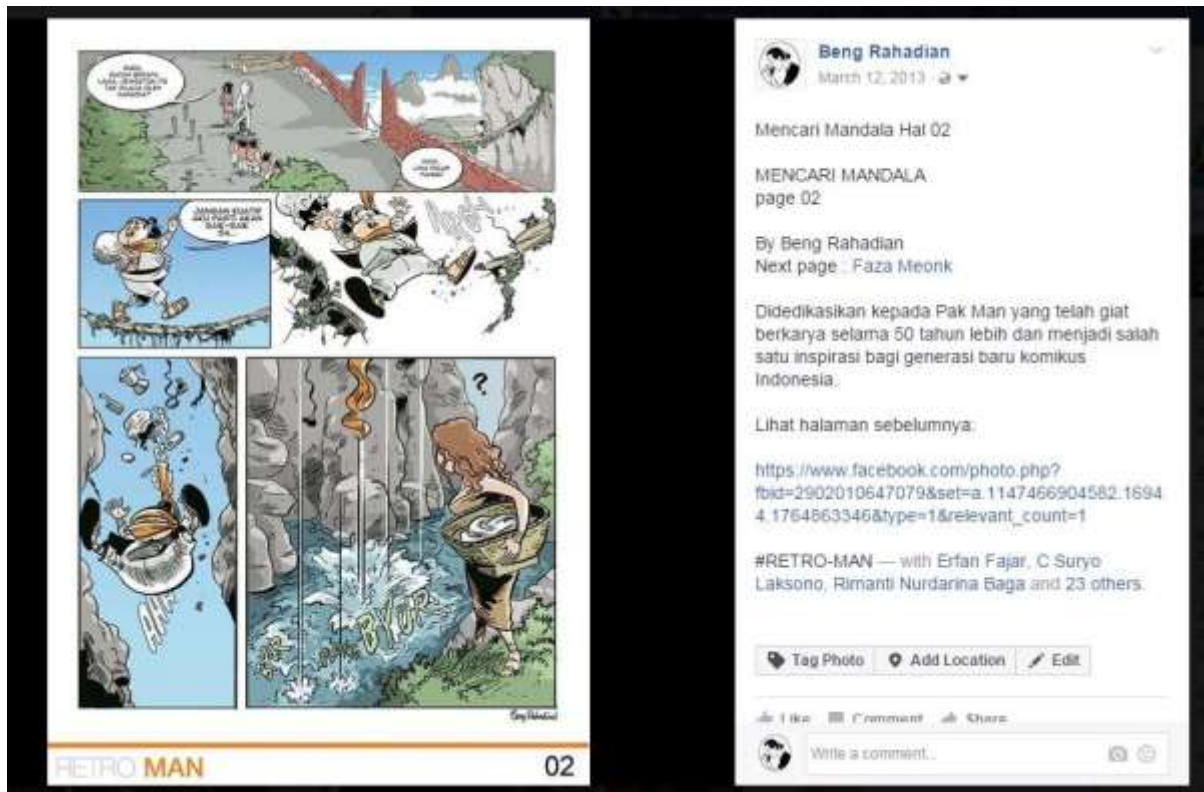
Dalam bahasan ini, komik digital akan dibicarakan mencakup wacana, perkembangan media serta pencapaian artistik yang tumbuh di era media sosial. Kita dapat memulainya dari *facebook*, sebuah situs media sosial yang paling besar penggunaannya dari sejak tahun 2007 hingga saat ini dan telah menggantikan era kepopuleran blog sekaligus fungsinya, namun yang lebih spesifik dan utama adalah fitur share atau berbagi yang tidak ada pada blog, fitur ini turut andil mengubah perilaku masyarakat dalam berinteraksi. Skena komik pun turut berkembang di sini, banyak bermunculan *group* diskusi perihal komik dengan fokus pada topik tertentu, fitur album foto yang digunakan komikus diisi dengan komik pendek, yang akan tersusun dengan sendirinya menurut waktu pengunggahan, sehingga satu album foto difungsikan menjadi satu folder cerita selesai.

Peralihan dari blog ke media sosial dapat kita lihat sebagai prinsip dasar mediamorfosis Roger Fidler (2003 ; 11), bahwa media baru merupakan hasil adaptasi dari media sebelumnya, komikus-komikus seperti Tita Larasati, Sheila Rooswitha, Aji Prasetyo adalah beberapa yang beralih dari blog di situs *multiply.com* ke media sosial yang disebabkan situs tersebut tutup pada 6 Mei 2013. Media baru seperti *facebook*, seolah menyempurnakan apa yang telah dikerjakan oleh situs seperti *multiply* yang sangat memfasilitasi unggahan berbasis gambar. Algoritma *facebook* yang mengelompokkan akun berdasarkan kecenderungan perilaku dalam unggahan, yang juga menunjukkan minat membuat komikus berada dalam situasi terhubung dan kemudahan dalam berbagi informasi secara cepat.

Jaringan komunitas di *facebook*

Beberapa peristiwa penting yang dapat dicatat tentang keterhubungan ini, yang pertama adalah sebuah permainan bernama *jamstrip online*. Permainan ini pada intinya

adalah membuat komik secara berantai, yakni setiap komikus yang berpartisipasi bekerja saling meneruskan komik sesuai giliran. Komik pertama mulai diunggah pada tanggal 11 Maret di akun pribadi komikus yang memulai cerita, kemudian pada hari-hari selanjutnya selama sebulan penuh masing-masing komikus secara berturut-turut mengunggah lanjutan dari cerita tersebut secara spontan tanpa skenario dan tanpa terputus. Cerita yang diunggah adalah kisah karakter fiksi bernama Brutu yang diciptakan oleh komikus bernama C Suryo Laksono, Dalam tema yang disepakati Brutu ditugaskan oleh gurunya mencari Mandala, karakter pendekar dalam cerita komik silat yang diciptakan oleh komikus senior Indonesia bernama Mansjur Daman (Man) pada tahun 1980. Kegiatan ini merupakan promosi acara pameran “Retroman” yang bertujuan memperingati 50 Tahun Masjur Daman berkarya, sehingga selain memperkenalkan karakter karya Man kepada generasi muda juga untuk menggiring pembaca pada pameran itu yang dibuka pada 11 April, dalam maksud lain, pencarian Brutu sebagai representatif komikus muda akan berujung pada penemuannya. Seluruh kegiatan ini dilakukan melalui *facebook* yang melibatkan partisipasi komikus dari berbagai kota di Indonesia.



Gambar 2. Salah satu halaman komik dari seri brutu
“Mencari Mandala” karya Beng Rahadian
sumber: https://www.facebook.com/beng.rahadian/photos_all

Peristiwa Brutu telah menjelaskan bagaimana konsep komik web di era media sosial bekerja, jika dilihat dari usia komikus yang berpartisipasi dalam kegiatan tersebut yang masih di bawah 40 tahun, maka ini menunjukkan sebuah kondisi satu generasi yang telah terpapar oleh media sosial, mereka yang telah hidup di era komunikasi tanpa batas. Tidak sulit mengerjakan hal tersebut yang bahkan hingga saat ini telah 6 judul dikerjakan dengan cara yang sama.

Peristiwa lainnya adalah usaha komunitas komik terutama kalangan muda di Indonesia yang memperingati hari kelahiran RA Kosasih, seorang yang dianggap sebagai bapak komik Indonesia pada setiap 4 April dengan tanda pagar (#) kosasihday. Kegiatan ini dimulai tahun 2014, yakni 2 tahun sejak meninggalnya RA Kosasih pada 24 Juli 2012, selain untuk mengenang sosoknya, acara ini diupayakan sebagai pendahuluan bagi peringatan hari

komik nasional. Tanda pagar di media sosial berfungsi untuk mengumpulkan semua unggahan, perbincangan dengan kata kunci, sehingga memudahkan pencarian. Kegiatan kosasihday diselenggarakan secara sporadis oleh komunitas-komunitas komik di berbagai kota dengan cara masing-masing, seperti diskusi, menggambar bersama bahkan pameran, semua dilakukan atas inisiatif dari komunitas yang bersangkutan sesuai dengan kemampuannya masing-masing, kesepakatannya adalah kegiatan dilaksanakan pada tanggal 4 April, bisa juga selang sehari atau dua hari setelahnya menyesuaikan dengan kondisi, pada saat melaksanakan kegiatan tersebut publikasi acara harus menyertakan tanda pagar kosasihday.

Potensi komunitas lokal dari Instagram

Pada tahun 2014, sebuah komunitas komik berbasis di Jakarta muncul di instagram bernama @komikin_ajah. Akun ini berfungsi sebagai agen yang mengunggah ulang komik-komik dari akun di instagram komikus yang relevan dengan topik yang disusun oleh pengelola akun komikin_ajah setiap harinya, topik-topik ini sangat dekat dengan generasi muda seperti “sabtu cinta-cintaan”, yang akan mengunggah ulang komik dengan tema hubungan cinta gaya anak muda menggunakan tanda pagar sesuai topik, kemudian senin kritis untuk komik yang mengangkat tema kritik sosial.

Pada tahun yang sama pula, sebuah serial komikstrip di instagram muncul dari kota Medan yang berjudul Digidoy, komik ini menceritakan karakter digy sebuah robot yang berinteraksi dengan lingkungan sehari-hari di kota Medan lengkap dengan bahasa dan dialek yang dituliskan dalam dialognya. Pada tahun-tahun berikutnya kemudian bermunculan komik-komik sejenis yang menunjukkan asal daerahnya, seperti akun @komikminang dan @sibujang dari Minangkabau @komikriau (pekanbaru), @bdgstripart, @komiklieur (Bandung), @ikilo (Solo), @bogbog (Bali) dan lain-lain.

Mereka tak hanya menunjukkan nama asal daerahnya, namun juga menggunakan bahasa daerahnya masing-masing, Sebuah realitas penguatan identitas diri dan kelompok di saat kecenderungan internet yang membaurkan geografi, akun-akun ini muncul tidak dalam rangka atau secara sengaja mencari pengikut yang banyak, mereka menyadari bahwa bahasa daerah yang digunakan hanya menyasar kepada pembaca yang paham, mereka adalah warga daerah tersebut atau perantauan, jumlah yang tidak besar dibandingkan jumlah keseluruhan penduduk yang paham Bahasa Indonesia, tanpa sadar, mereka turut mempertahankan kelangsungan bahasa daerahnya. Dalam perkembangan pasar komik di Indonesia sekarang ini yang masih terkendala banyak hal, komik tidak harus dijual atau dibaca oleh sebanyak-banyaknya pembaca, namun cukup menyasar kepada pengikut loyal atau fanatik yang bertambah secara organik, meskipun tumbuhnya perlahan tapi mengindikasikan kualitas, pengikut inilah yang betul-betul mengaktifkan diskusi.

Instagram, meskipun memiliki keterbatasan ruang pada layar yang diatur dalam format bujur sangkar, namun memberikan kenyamanan bagi sebagian besar komikus yang rata-rata lebih muda yakni berusia di bawah 30 tahun, sebab berbeda dengan facebook yang lalu-lintas informasinya terbuka.

Facebook di Indonesia menjadi ramai menjelang pemilihan presiden 2014 yang membagi masyarakat dalam dua arus besar yang berlawanan, sebagian besar orang-orang tua dengan usia 40 tahun ke atas menggunakan facebook sebagai ungkapan dukungan secara pribadi, bahkan arena kampanye kolektif dari cara halus hingga cara yang sangat keras, bagi sebagian remaja dan anak muda hal ini sudah tidak membuat nyaman, data Kompas mencatat 11 juta remaja meninggalkan facebook dan menyisakan generasi usia 30 tahun ke atas, ini terjadi secara global, kemudian berangsur terjadi di Indonesia yang beralih ke *instagram* dan *line*. Peralihan ini dapat dikatakan tidak aktif menggunakan, bukan benar-benar meninggalkan.

Bermunculannya komikus-komikus muda di instagram, termasuk komunitas kedaerahan menjadikan sebuah harapan baru bagi dunia komik di Indonesia, minimal dalam pengertian yang paling mendasar adalah bahwa komik terutama komik strip dapat menjadi sarana berekspresi sehari-hari anak-anak muda, dengan demikian membuat komik adalah kegiatan yang mudah diikrabi selain membaca, sehingga dapat menandingi budaya konsumsi dengan budaya produksi. Sebab mereka lah yang akan menjadi pelaku di tahun-tahun yang akan datang. Tercatat member di akun *@komikin_ajah* terdapat 100 akun yang aktif berproduksi, di antaranya akun *@maghfirare* milik Adelia Maghfira, gadis asal Bogor yang masih duduk di bangku SMK jurusan tataboga, pengikutnya mencapai 264 ribu, dan berkali-kali menjadi penyampai produk komersil.

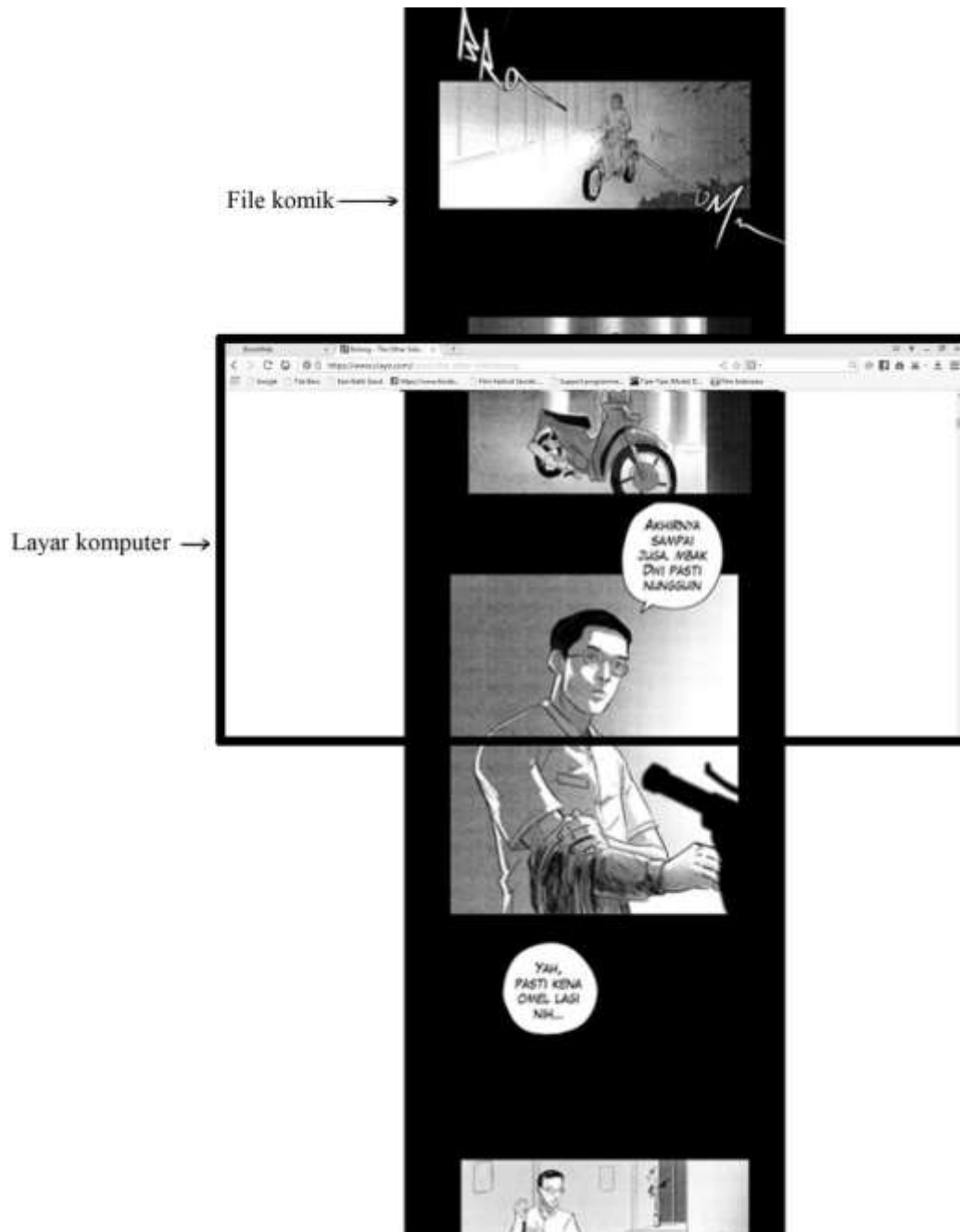
Memasuki Periode Komik web

Komik web adalah komik yang harus dibaca di web termasuk media sosial, namun hingga maraknya komikus di *instagram*, komik-komik yang muncul masih dalam paradigma kertas atau kanvas yang terbatas layar, bahkan dalam beberapa acara festival komikus-komikus yang mulanya mengunggah komik di instagram kemudian menjualnya dalam versi cetak. Sama halnya akun *@komik_ajah* yang mengelompokkan topik-topik komik seperti senin kritis kemudian diterbitkan versi cetak oleh penerbit elexmedia. Logika komik web dengan cetak dianggap berbeda oleh komikus generasi ini, kita dapat membaca kondisinya dengan mengikuti pemahaman mereka bahwa jika komik yang diunggah di web itu gratis sementara yang dicetak itu dijual.

Pemahaman ini juga berlaku bagi pembaca sebagai konsumen yang menganggap apapun yang ada di internet adalah konten gratis. Itu sebabnya beberapa usaha untuk menjual komik dalam bentuk digital atau membaca di web tidak pernah berhasil meskipun sudah menggaet iklan. Usaha ini telah dimulai sejak tahun 2007 saat Telkomsel mengeluarkan i-

komik yang berbasis aplikasi di telepon seluler dan bertahan hanya satu tahun, beberapa tahun kemudian muncul upaya-upayan lain seperti portal www.ngomik.com yang meskipun sebagian besar kontennya gratis namun menerapkan beberapa konten berbayar, pun harus tutup padahal situs ini berafiliasi dengan penerbit besar. www.makko.co bahkan menggratiskan kontennya dan mengandalkan pemasukkan dari lini lain juga mengalami hal yang sama, begitu juga dengan www.dbkomik.com yang menjual jasa sewa baca *online* tidak dapat bertahan lama, db komik bahkan berada dalam payung perusahaan yang berbisnis konten digital, juga telah mengembangkan diri ke penerbitan cetak, namun tetap tidak bisa menjadi model bisnis dan akhirnya tutup.

Paradigma kertas kemudian berubah saat *webtoon* sebuah perusahaan global dari Korea mulai berbisnis komik web di Indonesia dalam bentuk portal di tahun 2014 yang bertahan hingga saat ini dengan pembaca yang semakin bertambah. Dengan cara baca *scroll down* seperti yang telah dibahas ScottMccloud, maka banyak komikus Indonesia yang berpartisipasi membuat dengan format ini di *webtoon*, bahkan sebuah perusahaan dalam negeri yang berbasis di Jakarta membuat portal yang sama bernama Ciayo. Dengan demikian, kita memasuki sebuah era membaca komik yang berbeda. Setidaknya, saat industri komik cetak di Indonesia masih lesu, komik dalam web ini mengisinya dengan hal-hal baru.



Gambar 3. Penampang komik web dengan cara membaca ke bawah
(Sumber: *Ciayo Comics*)

Tahun 2017, *Instagram* mengeluarkan fitur baru bernama *multiply*, fitur ini memungkinkan kita mengunggah beberapa konten sekaligus dalam satu unggahan, yang nanti cara membacanya adalah dengan menggeser gambar pertama (yang tampak pada layar) untuk

membaca gambar kedua, jika yang diunggah adalah komik strip, maka setiap panel menjadi satu gambar yang muncul pada layar.



Gambar 4. lustrasi ini menunjukkan komik strip di *instagram* yang menggunakan fitur *multiply* cara membacanya dengan menyentuh layar kemudian menggesernya
(Sumber: Bambang Tri Rahadian)

Cara baca dengan menggeser gambar seperti ini akan menambah sub definisi komik sebagai seni sekuensial yang terjukestaposisi (berturutan), Will Eisner dan Scott McCloud (2001 : 8) sepakat bahwa komik adalah gambar-gambar (panil) yang berturutan dalam satu ruang, sementara dalam komik geser di fitur *multiply* di *instagram*, meskipun gambar-gambarnya dibuat berturutan namun tidak berada dalam satu ruang. Metode fitur ini bekerja seperti film yang memproyeksikan *slide* dengan sangat lambat.

Daya Tahan Komik Cetak

Seperti layaknya kekhawatiran sebagian besar pengusaha media konvensional pada media digital, maka kekhawatiran yang sama perlu ditunjukkan kepada industri komik cetak. Komik versi cetak tetap mendapat tempat di kalangan penggemar komik di Indonesia, baik

komik terjemahan maupun komik lokal, terlihat di acara festival seperti Popcon Asia komik cetak tetap ada dan terjual, Majalah Kosmik yang sebelumnya berbasis portal online dengan nama Makko justru menerbitkan versi cetak, majalah Re:On pun tetap stabil menerbitkan komik cetak. Salah satu seri komik Grey & Jingga karya Sweta Kartika yang terbit harian di laman *facebook* pribadinya tidak menyurutkan minat pembelian versi cetaknya meskipun semua konten sudah muncul di *facebook*. Catatan beberapa penerbit komik yang tutup belakangan ini seperti Cendana Art Media yang telah menerbitkan puluhan judul sejak 2009 hingga harus tutup di tahun 2015 bukan semata-mata disebabkan karena ancaman komik digital, namun karena pajak pertambahan nilai 10% yang diberlakukan tahun 2015 sehingga menambah beban biaya yang harus ditanggung oleh penerbit yang tergolong kecil, selain biaya jasa distributor dan toko buku.

SIMPULAN

Adaptasi media komik pada teknologi terus berkembang bukan saja menemukan wilayah artistik dan pengalaman baru dalam membuat serta membacanya, namun juga membentuk sebuah perilaku baru, sesuai dengan kekhasan dunia internet. Namun perkembangan komik digital tidak serta merta melemahkan komik cetak, keduanya masih tumbuh beriringan. Pola kerja, pola baca dan pola penyebaran komik digital adalah arah masa depan komik Indonesia, yang tetap saja semuanya kembali pada konten cerita dan kemampuan dalam bertutur, sehingga setinggi apa pun teknologi berkembang, tetap bertumpu pada satu pondasi yakni kebudayaan.

DAFTAR PUSTAKA

McCloud, Scott, 2001. Memahami Komik (penerjemah S Kinanti): Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

McCloud, Scott, 2007. Membuat Komik (penerjemah Alpha Febriyanto): Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

McCloud, Scott. "The Infinite Canvas" 09 April 2017 <http://scottmccloud.com/4-inventions/canvas/>

McLuhan, Marshall, Understanding Media; The Extension of Man, London: The MIT Press, 1999, halaman 7.

Fidler, Roger., 1997. Mediamorfosis: Teknologi yang Menstruktur Masa Depan Manusia (terjemahan Hartono Hadikusumo, 2003): Yogya : Bentang Budaya

Bohang, Fatimah Kartini. "Anak muda tinggalkan facebook dan twitter, kenapa?". 12 April 2017.
<http://tekno.kompas.com/read/2016/02/15/20080017/Anak.Muda.Tinggalkan.Facebook.dan.Twitter.Kenapa>.