

**PERAN PT.KONTEN DIGITAL INDONESIA DALAM
PENGEMBANGAN EKONOMI KOMIKUS MELALUI WEBSITE
NGOMIK.COM**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:

Siti Nur Afifah
NIM 11230074

Pembimbing

Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.

19640323 199503 2 002

**JURUSAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2015**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsada Adi Sucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/2360.a/2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**Peran PT.Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi
Komikus Melalui Website Ngomik.com**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Siti Nur Afifah

NIM : 11230074

Telah diujikan pada : Selasa, 29 Desember 2015

Nilai ujian Tugas Akhir : A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua sidang/penguji I

Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
NIP. 19640323 1999503 2 002

Penguji II

Dr. Aziz Muslim, M.Pd.
NIP. 19700528 199403 1 002

Penguji III

Drs. H. Afif Rifai, M.S.
NIP. 19580807 198503 1 003

Yogyakarta, 29 Desember 2015

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN



Dr. Nurjannah, M.Si

NIP. 19600310 1987032 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281 email: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Siti Nur Afifah

NIM : 11230074

Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam

Judul Skripsi : Peran PT. Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi Komik Melalui *Website* Ngomik.com

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

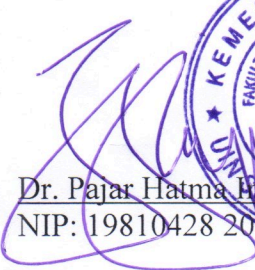
Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan, atas perhatian bapak/ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

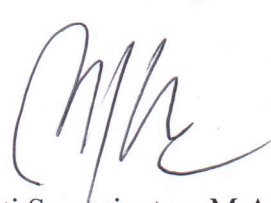
Yogyakarta, 2 Desember 2015

Ketua Jurusan

Pembimbing



Dr. Pajar Hatma, ~~Indra Jaya~~, S.Sos, M.Si
NIP: 19810428 200312 1 003


Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
NIP: 19640323 199503 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nur Afifah

NIM : 11230074

Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul PERAN PT. KONTEN DIGITAL INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KOMIKUS MELALUI WEBSITE NGOMIK.COM adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai bahan acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 03 Desember 2015

Yang menyatakan,



Siti Nur Afifah

NIM 11230074

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ilmiah ini kepada:

1. Keluargaku, Bapak, Ibuk, Suamiku dan anakku yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
2. Almamaterku yang kubanggakan Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Teman-temanku Jurusan PMI UIN Suka, dan teman-teman PPM Barongan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

MOTTO

“Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyalahgunakan waktu untuk menunggu inspirasi.”

(Ernest Newman)¹



¹ <http://www.maribelajarbkk.web.id/2015/03/contoh-motto-terbaru-dalam-skripsi.html>, diakses pada tanggal 4 Desember 2015, pukul 12:00 WIB.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, karena dengan karunia-Nya penyusunan skripsi ini dapat saya selesaikan. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan atas Nabi Muhammad SAW, seluruh keluarganya, para sahabat serta pengikutnya hingga nanti di hari akhir. Dengan harapan semoga kita senantiasa mampu menjaga dan melaksanakan perintah agama sebagaimana Rasulullah memberikan kepada umatnya, Amin.

Sesungguhnya karya yang baik dan ideal itu setidaknya dapat menyuguhkan dinamika pemikiran yang dapat menambah khasanah keilmuan baik itu kalangan akademisi, praktisi maupun masyarakat pada umumnya. Begitu halnya skripsi ini dibuat untuk menambah wawasan dan keilmuan di bidang Pengembangan Masyarakat Islam yang isinya akan membahas tentang *“Peran PT.Konten Digital Indonesia dalam Pengembangan Ekonomi Komikus melalui Website Ngomik.com”*. Selain itu skripsi ini diharapkan dapat memberikan suatu ide atau gagasan baru bagi para pembaca.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa ma'unah dari Allah SWT. Melalui doa dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik. Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Machasin MA. selaku pengganti sementara (pgs) Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Dr. Nurjannah M.Si. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Kepada Dr. Pajar Hatma Indra Jaya S.Sos, M.si. selaku Ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dosen penasehat akademik H. Muhammad Hafiun
5. Dosen Pembimbing skripsi Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D. yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Staff dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Pengembangan Masyarakat Islam yang telah membekali penulis dengan berbagi ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi
7. Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, bapak As'adi yang sudah membantu dan mempermudah peneliti melengkapi syarat yang dibutuhkan oleh akademik.
8. Ayah dan Ibuk tercinta beserta keluarga yang telah memberikan dukungan moral dan materil.
9. Terimakasih untuk seseorang yang selalu ada untuk penulis, keluarga kecilku yang selalu memotivasi dan membantu hingga skripsi ini selesai.
10. Terima kasih untuk temanku Hanifah Hikmawati, yang mau meluangkan waktu untuk penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat tercinta dan tidak lupa kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.

Penulis hanya mampu berharap semoga bantuan yang telah diberikan dalam bentuk apapun dapat menjadi amal yang baik yang diterima disisi Allah SWT. Penulis menyadari walaupun segala kemampuan telah tercurahkan, namun mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis sehingga ditemukan berbagai kekurangan dan kekhilafan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan hati yang tulus, penulis mengharapkan berbagai masukan, kritik, dan saran dari para pembaca demi kelayakan dan sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penuh pengharapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya pada penulis dan juga pembaca sekalian, Amin.

Wallahul Muwafiq Ila Aqwamitthariq.

Yogyakarta, 19 November 2015

Penulis

Siti Nur Afifah

ABSTRAK

Siti Nur Afifah, 2015, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, “*Peran PT.Konten Digital Indonesia dalam Pengembangan Ekonomi Komikus melalui Website ngomik.com*”.

Fokus penelitian ini tentang peran PT Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com serta hasil pengembangan ekonomi PT.Konten Digital Indonesia terhadap komikus melalui *website* ngomik.com. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan peran PT Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com serta hasil pengembangan ekonomi PT. Digital Indonesia terhadap komikus melalui *website* ngomik.com.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah *website* ngomik.com. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Millles dan Huberman; yakni analisis yang terdiri dari tiga alur yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian ini adalah yang *pertama*, PT.Konten Digital Indonesia menjalankan perannya yakni peran fasilitator, komunikator, motivator dan broker, adanya peran tersebut mampu mendorong komikus lebih produktif lagi dalam menghasilkan sebuah karya, sehingga berdampak pada pengembangan kreatifitas dan peningkatan pendapatan ekonomi komikus. *Kedua*, Hasil dari adanya pengembangan ekonomi melalui *website* ngomik.com menunjukkan bahwa, komikus mampu meningkatkan pendapatannya melalui penjualan komik *premium*, komikus mampu mengeluarkan pendapatnya melalui cipta hasil karya, komikus banyak mendapatkan tawaran pekerjaan dari perusahaan maupun penerbit, ikut berpartisipasi dalam pembangunan, bentuk nyata partisipasi komikus terhadap pembangunan di Indonesia adalah melalui hasil karya komikus yang dapat memperkaya koleksi komik lokal sehingga mampu berkontribusi dalam roda perekonomian industri kreatif di Indonesia.

Kata kunci: *Peran, Pengembangan Ekonomi, Ngomik.com.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
E. Kajian Pustaka	13
F. Kerangka Teori	16
1. Tinjauan Pengembangan Ekonomi Masyarakat.....	16
2. Model Pengembangan Masyarakat	17
3. Tujuan Pengembangan Ekonomi Masyarakat.....	19
4. Tinjauan Tentang <i>Website</i> dan Internet.....	20
5. Tinjauan Teori Peran Pendamping.....	24
6. Hasil Pengembangan Ekonomi	29
7. Dampak Positif Industri Kreatif	30
G. Metode Penelitian	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3. Subjek dan Objek Penelitian	33
4. Metode Pengumpulan Data	35
5. Metode Validitas Data.....	37
6. Analisis Data	39
H. Sistematika Pembahasan.....	40
BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN <i>STARTUP</i> PT.KONTEN DIGITAL INDONESIA, <i>WEBSITE</i> NGOMIK.COM BESERTA KOMIKUS	41
A. Letak Kantor PT.Konten Digital Indonesia	41
B. Sejarah Berdirinya PT.Konten Digital Indonesia	42
C. Gambaran Umum <i>Website</i> Ngomik.com.....	44

D.	Profil PT.Konten Digital Indonesia	53
1.	Deskripsi Umum Perusahaan.....	54
2.	Riwayat Perusahaan	54
3.	Visi dan Misi PT.Konten Digital Indonesia.....	54
4.	Tujuan.....	55
5.	Struktur Organisasi.....	55
6.	Model Bisnis Yang Dikelola.....	58
7.	Rencana Pengembangan Produk.....	59
8.	Rencana Perekrutan.....	59
9.	Target Yang Ingin Dicapai.....	59
E.	Gambaran Umum Komikus.....	60
F.	Mitra Kerja PT.Konten Digital Indonesia	61
G.	Program PT.Konten Digital Indonesia	62
H.	Faktor Pendukung Dan Penghambat PT.Konten Digital Indonesia.....	67
BAB III:	PT.KONTEN DIGITAL INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KOMIKUS MELALUI WEBSITE NGOMIK.COM	69
A.	Peran PT.Konten Digital Indonesia	69
1.	Peran PT.konten Digital Indonesia Sebagai Fasilitator.....	69
2.	Peran PT.Konten Digital Indonesia Sebagai Komunikator....	77
3.	Peran PT.Konten Digital Indonesia Sebagai Motivator.....	80
4.	Peran PT.Konten Digital Indonesia Sebagai Broker.....	85
B.	Hasil Pengembangan Potensi Ekonomi Melalui Website Ngomik.com	90
1.	Memenuhi Kebutuhan Dasarnya.....	91
2.	Menjangkau Sumber-Sumber Produktif	93
3.	Berpartisipasi Dalam Proses Pembangunan.....	94
C.	Dampak Positif Industri Kreatif.....	96
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
1.	Peran PT.Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi Komikus	97
2.	Hasil Pengembangan Ekonomi Komikus.....	103
3.	Dampak Dari Adanya Industri Kreatif.....	104
BAB IV:	PENUTUP.....	106
A.	Kesimpulan	106
B.	Saran	108
	DAFTAR PUSTAKA	109
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul “*Peran PT. Konten Digital Indonesia dalam Pengembangan Ekonomi Komikus melalui Website Ngomik.com*”. Untuk menghindari kesalahpahaman pembaca mengenai pengertian judul tersebut, maka perlu bagi peneliti untuk memberikan penjelasan tentang istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut. Adapun istilah yang perlu dijelaskan antara lain:

1. Peran PT Konten Digital Indonesia

Peran menurut “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*” adalah seperangkat tingkat yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.¹ Sedangkan PT. Konten Digital Indonesia adalah nama perusahaan *startup*² yang bergerak di bidang komik digital yang membuat produk *website* yang diberi nama *ngomik.com*, yang mana di dalamnya menaungi para komikus, pembaca, penerbit dan penggiat komik.³ Disimpulkan yang di maksud dengan peran PT. Konten Digital Indonesia

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet ke-2 (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 667.

² *Startup* adalah perusahaan yang masih dalam fase pengembangan untuk menemukan pasar yang tepat yang mana produknya berupa digital.

³ Wawancara dengan Wisnu Manupraba, CEO PT.Konten Digital Indonesia, pada tanggal 6 April 2015, pukul 10:00 WIB.

adalah peran dari perusahaan *startup* yang melakukan pendampingan terhadap anggotanya melalui fasilitas *website* ngomik.com.

2. Pengembangan Ekonomi Komikus

Menurut Dunhan yang dikutip oleh Isbandi Rukminto Adi dalam bukunya yang berjudul “*Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*” bahwa pengembangan adalah upaya yang terorganisasi yang dilakukan guna meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat, terutama melalui usaha yang kooperatif dan mengembangkan kemandirian masyarakat, tetapi hal tersebut dilakukan dengan bantuan teknis dari pemerintah ataupun lembaga-lembaga sukarela.⁴ Sedangkan pengembangan menurut Azis Muslim adalah upaya untuk membangun daya, dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.⁵ Ekonomi adalah pengetahuan dan penyelidikan mengenai asas-asas penghasilan (produksi), pembagian (distribusi) dan pemakaian barang-barang serta kekayaan seperti hal keuangan, perindustrian, perdagangan dsb. Urusan rumah tangga berupa kehematan.⁶ “Ko.mi.kus” nomina (kata benda) orang yang ahli membuat komik.⁷

⁴ Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: Rajawali, 2008), hlm. 219.

⁵ Azis Muslim, *Dasar-dasar Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2012), hlm. 17.

⁶ W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), hlm. 267.

⁷ *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, “Komikus” <http://kamuscektkp.com/komikus/> diakses pada tanggal 8 Mei 2015, pukul 14:00 WIB.

Disimpulkan yang dimaksud pengembangan ekonomi komikus adalah upaya untuk membangun daya yang di miliki oleh komikus yang menjadi keanggotaan ngomik.com, dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya agar terpenuhinya kebutuhan yang meliputi barang, kekayaan, keuangan perindustrian dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan istilah di atas, yang dimaksud dengan judul "*Peran PT Konten Digital Indonesia dalam Pengembangan Ekonomi Komikus melalui Website Ngomik.com*" adalah suatu penelitian yang mengkaji tentang peran dari perusahaan *startup* PT. Konten Digital Indonesia dalam melakukan pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com, agar terciptanya komikus yang berdaya, mandiri dari segi ekonomi. .

B. Latar Belakang Masalah

Industri kreatif sebenarnya sudah ada sejak era pertanian, atau ekonomi gelombang pertama. Tetapi pada masa itu tingkat kebutuhan manusia dan tingkat interaksi sosial belum mencapai kondisi seperti era saat ini. Sehingga pada era sebelum ekonomi kreatif, industri kreatif belum menjadi pusat perhatian atau fokus pengembangan industri yang diyakini dapat berkontribusi secara positif terhadap perekonomian.

Industri kreatif merupakan industri yang menggunakan sumber daya terbarukan. Dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan.

Ditinjau dari dampak positifnya, Industri kreatif dapat menimbulkan peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan inovasi dan kreatifitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya.⁸

Inisiatif pengembangan industri kreatif di Indonesia yang diprakarsai oleh kantor Menteri Perdagangan sampai sejauh ini telah mengidentifikasi beberapa permasalahan utama yang perlu diagendakan pemecahannya. *Pertama*, kurangnya jumlah dan kualitas SDM kreatif, sehingga harus dikembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan yang bisa melahirkan pelaku industri kreatif. *Kedua*, lemahnya pengembangan iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha industri kreatif baru yang meliputi sistem administrasi, kebijakan dan peraturan serta infrastruktur yang diharapkan dapat dibuat kondusif bagi perkembangan industri kreatif. *Ketiga*, rendahnya penghargaan terhadap para pelaku industri kreatif baik secara finansial maupun non-finansial. *Keempat*, lambat upaya mengakselerasi tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi terkait dengan pengembangan akses pasar dan inovasi industri kreatif. Permasalahan-permasalahan tersebut perlu diatasi dengan baik sebagai prioritas utama untuk menjamin agar sasaran dari upaya pengembangan industri kreatif yang ingin dicapai dapat diwujudkan.⁹

Realitas dan fenomena industri kreatif bukanlah merupakan sesuatu yang baru, hal ini terbukti oleh kepemilikan modal kreativitas yang sudah ada sejak lama. Harus diakui bahwa potensi industri kreatif di Indonesia sangat

⁸ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 257.

⁹ *Ibid.*, hlm. 258.

besar mengingat kekayaan budayanya yang amat beragam serta kekayaan modal kreativitas yang amat tinggi. Namun demikian, Indonesia masih tertinggal dalam pengembangan industri kreatifnya. Hal ini disebabkan oleh lemahnya kemampuan untuk mengintegrasikan potensi dan modal kreativitas yang dimilikinya.

Sekarang, semakin disadari bahwa industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, adalah merupakan harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Oleh karena itu, upaya pengembangan industri kreatif tidak hanya menekankan tentang pengembangan subsektor industri tertentu. Melainkan juga pada pengembangan berbagai faktor yang signifikan peranannya dalam ekonomi kreatif. Yaitu sumber daya insani, bahan baku berbasis sumber daya alam, teknologi, tatanan institusi dan lembaga pembiayaan yang menjadi komponen dalam model pengembangan.¹⁰

Alasan yang mendasari kenapa industri kreatif perlu di kembangkan di Indonesia adalah karena secara umum sektor industri kreatif memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra dan identitas bangsa Indonesia. Dapat mendukung pemanfaatan sumber daya yang

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 259.

terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas dan memiliki dampak sosial yang positif.¹¹

Menurut Howkins pada Januari 2000 perkiraan nilai ekonomi kreatif di dunia adalah sebesar 2,24 triliun dolar Amerika dan tumbuh sekitar 5% pertahunnya. Jika diproyeksikan hingga tahun 2020 dengan tingkat pertumbuhan yang sama, yaitu 5%, maka nilai pasar ekonomi kreatif ini akan mencapai USD 30,2 triliun. Maka ekonomi kreatif ini berkontribusi sekitar 7,3% terhadap ekonomi global. Dalam perekonomian Indonesia, berdasarkan hasil studi pemetaan industri kreatif, Departemen Pendidikan 2007, menunjukkan bahwa peran industri kreatif cukup signifikan. Industri kreatif ini telah mampu memberikan sumbangannya kepada PDB nasional secara signifikan dengan rata-rata kontribusi periode tahun 2002-2006 sebesar 104,637 triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal) atau dengan rata-rata presentase kontribusi periode tahun 2002-2006 sebesar 6,28% dari total nilai PDB Nasional. Angka ini diatas kontribusi sektor pengangkutan dan komunikasi, bangunan, listrik, gas dan air bersih. Industri kreatif Indonesia selama periode tahun 2002-2006, secara rata-rata mampu menyerap 5,4 juta tenaga kerja atau dengan tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) 5,79% serta dengan produktivitas tenaga kerja Rp 19.466 ribu/tahun per pekerja.¹²

¹¹ *Ibid.*, hlm. 261.

¹² *Ibid.*, hlm. 263.

Salah satu dari industri kreatif yang banyak menjadi sorotan baru-baru ini di antaranya adalah komik atau cerita bergambar. Banyak anak-anak remaja Indonesia yang mulai menggeluti profesi sebagai komikus. Banyaknya minat anak remaja yang ingin terjun di dunia komik tidak diimbangi dengan fasilitas pendukung yang bisa menunjang pengembangan kreativitas. Sehingga mampu berkontribusi dalam ekonomi industri kreatif di Indonesia.

Tingginya harapan para komikus agar hasil karyanya dapat dipublikasikan oleh penerbit besar, membuat komikus tidak mampu berkontribusi dalam menentukan harga hasil karyanya. Akibatnya harga komik keluaran komikus lokal berbandrol harga yang sama dengan komik impor yang sudah ternama dan meraih *best seller* di negeri asalnya. Kenyataan ini tentu melemahkan kesempatan debutan komik lokal untuk meraih perhatian pembaca karena tidak bisa bersaing dalam hal harga. Batu sandungan lain yang harus dihadapi komik Indonesia sebelum mencuat ke permukaan adalah bocornya pengawasan pemerintah terhadap komik-komik ilegal. Adapun yang dimaksud dengan komik ilegal adalah komik produksi negara lain yang diterjemahkan secara bebas oleh penerbit yang anonim serta beredar di Indonesia tanpa diketahui oleh komikus atau penerbit pemegang lisensinya.¹³

Maraknya komik ilegal yang kebanyakan diproduksi di Indonesia ini dapat mempengaruhi iklim kompetisi dalam dunia bisnis perkonomian. Walau bagaimanapun komik ilegal tidak membutuhkan biaya untuk membayar lisensi

¹³ Hanny Hafiar dan Oji Kurniadi, *Geliat Komik Indonesia*, jurnal http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2011/06/geliat_komik_indonesia.pdf, diakses pada tanggal 10 April 2015, pukul 21:30 WIB, hlm. 7.

pada penerbit asli, royalti pada komikus, pajak pada pemerintah, penerjemah profesional, badan sensor dan lain sebagainya, sehingga ongkos produksi dapat ditekan serendah mungkin. Jika mengacu pada UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh suatu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.¹⁴

Peranan pemerintah dalam membuat peraturan kegiatan ekonomi masyarakat meliputi peranan pengawasan dan penegakan peraturan tersebut. Dengan demikian apabila pemerintah telah mampu melaksanakan tugasnya dalam pengawasan kegiatan usaha masyarakat termasuk menerbitkan komik ilegal di Indonesia maka kekhawatiran akan adanya khalayak yang dirugikan misalnya pelaku bisnis penerbit *indie* yang berijin tidak resmi dapat di eliminasi. Sehingga persaingan sehat yang seharusnya dihadapi oleh komik lokal yang legal dapat diwujudkan.¹⁵

Pertumbuhan pesat penggunaan internet di dunia serta semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap internet memunculkan banyak peluang dan pasar baru bagi pelaku bisnis. Hal ini bisa dilihat dengan menjamurnya perusahaan *startup* di dunia yang terus tumbuh dari waktu ke waktu termasuk yang ada di Indonesia. Perkembangan *startup* di Indonesia

¹⁴ Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha, pasal 1.

¹⁵ Hanny Hafiar dan Oji Kurniadi, *Geliat Komik Indonesia*, hlm. 8.

bisa dikatakan cukup menggembirakan. Setiap tahun bahkan setiap bulan banyak *founder* (pemilik) *startup* baru bermunculan. Menurut dailysocial.net, sekarang ini terdapat setidaknya lebih dari 1500 *startup* lokal yang ada di Indonesia. Potensi pengguna internet Indonesia yang semakin naik dari tahun ke tahun tentunya merupakan suatu lahan basah untuk mendirikan sebuah *startup*. Berdasarkan beberapa riset, pada tahun 2013 saja diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai 70 juta orang, bisa dibayangkan berapa jumlah *user* internet Indonesia beberapa tahun ke depan. Selain itu daya beli masyarakat yang meningkat seiring dengan naiknya pendapatan perkapita masyarakat negeri ini ikut mempengaruhi perkembangan industri digital.¹⁶

Tidak terkecuali di D.I. Yogyakarta pertumbuhan *startup* berkembang cukup pesat. Menurut data yang tercatat dalam sensus digital yang dirilis oleh Jogja Digital Valley (JDV) dalam waktu empat tahun terakhir dari tahun 2011 sampai 2014 muncul 190 *startup* di D.I. Yogyakarta.¹⁷ Di antara perusahaan *startup* yang berada di D.I. Yogyakarta yang cukup terkenal adalah *Amagine interactive* (game indie fokus pada *platform android*), *Catallya* (*startup* bidang travel menjual tiket penerbangan), *fitinline* (toko baju *online* yang menawarkan *fashion* yang menarik) dan lain-lain.¹⁸

¹⁶ Marikxon, "*Perkembangan Startup Digital*", <http://www.maxmanroe.com/apa-itu-startup-bgm-perkembangan-dunia-bisnis-startup-di-indonesia.html>, diakses pada tanggal 26 Januari 2015, pukul 12:06 WIB.

¹⁷ Ilana Aninditya, "*Perkembangan Startup Digital*" <http://ziliun.com/id/articless/melirik-perkembangan-startup-digital/>, diakses pada tanggal 28 Januari 2015, pukul 14:54 WIB.

¹⁸ <https://id.techinasia.com/kumpulan-startup-di-yogyakarta/>, diakses pada tanggal 5 Oktober 2015, pukul 09:18 WIB.

Salah satu perusahaan *startup* di D.I.Yogyakarta yang cukup menyita perhatian para pecinta komik adalah perusahaan *startup* PT. Konten Digital Indonesia yang membuat produk *website* yang di beri nama ngomik.com. Dalam *website* ngomik.com ini bermaksud menjembatani para komikus, pembaca maupun penerbit agar dapat saling berinteraksi dan berbagi. Di dalamnya disuguhkan berbagai jenis komik yang diunggah langsung oleh para komikusnya. Pengunjung dapat membaca ribuan komik mulai dari yang disediakan dengan gratis maupun yang berbayar. Ngomik.com sudah memiliki ratusan ribuan pengguna yang menjadi anggota dan bahkan masih terus bertambah, dimana anggotanya banyak dari kalangan komikus tanah air. Di situs inilah tempat para komikus lokal dapat mempromosikan, menjual, dan menerbitkan karya mereka sehingga bisa sampai ke pembaca dengan mudah. Selain sebagai untuk sarana bertemunya antar komikus, pembaca, dan pecinta komik. Di ngomik.com juga mempertemukan antara komikus dengan penerbit, bahkan dari situs inilah para penerbit bisa mencari bibit-bibit unggul. Tidak sedikit komikus yang karyanya diminati para penerbit sehingga masuk ke percetakan dan terbit menjadi sebuah buku komik.¹⁹

PT. Konten Digital Indonesia mempunyai visi dan misi yang cukup menarik baik dari aspek ekonomi maupun sosial. Dimana mereka ingin turut membangkitkan komik Indonesia sekaligus mengajak anggotanya agar dapat menjadi komikus yang mandiri. Baik dari segi ekonomi maupun kreativitas di tengah industri komik di negeri sendiri. Selaras dengan tujuan pengembangan

¹⁹ Wawancara dengan Wisnu Manupraba, CEO PT. Konten Digital Indonesia, pada tanggal 6 April 2015, pukul 10:00 WIB.

masyarakat, PT. Konten Digital Indonesia mempunyai tujuan yang sama dengan pelaku pengembang masyarakat. Bahwa tujuan utama dari pengembang masyarakat adalah untuk meningkatkan kemandirian masyarakat agar mampu meningkatkan ekonomi masyarakat dan berusaha memberdayakan atau melatih rakyat untuk mengatasi ketidakberdayaannya agar rakyat mempunyai posisi tawar menawar dan diharapkan dapat menjadi pelaku aktif dalam proses pembangunan.²⁰

Berangkat dari latar belakang inilah, peneliti tertarik untuk mengangkat peran PT. Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus untuk dikaji dan diteliti lebih lanjut. Dengan beberapa alasan. *Pertama*, PT. Konten Digital Indonesia adalah salah satu perusahaan yang melakukan proses pengembangan ekonomi masyarakat, yang fokusnya kepada para komikus. *Kedua*, PT. Konten Digital Indonesia merupakan perusahaan *startup* yang belum lama berdiri, dan masih pada fase pengembangan perusahaan, sehingga menarik untuk diketahui perannya dalam pengembangan masyarakat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran PT Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com?

²⁰ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 120-121.

2. Bagaimana hasil pengembangan ekonomi PT. Digital Indonesia terhadap komikus melalui *website* ngomik.com?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti melalui penelitian ini adalah:

- a. Mendeskripsikan peran PT. Konten Digital Indonesia dalam melakukan pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com.
- b. Mendeskripsikan hasil pengembangan ekonomi para komikus melalui *website* ngomik.com

2. Kegunaan yang ingin dicapai dalam penelitian ini

a. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi jurusan pengembangan masyarakat, dengan adanya program pengembangan masyarakat melalui media *online* sebagai perantaranya. Sehingga program-program pengembangan masyarakat yang selanjutnya tidak tertumpu pada cara-cara pengembangan yang masih bersifat umum, serta masyarakat dampingannya mampu berkembang sesuai dengan tuntutan zaman.

b. Kegunaan secara praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai kritik, saran, masukan untuk PT Konten Digital Indonesia dalam memajukan industri kreatif di Indonesia, dengan tetap membuat inovasi-inovasi pengembangan baru.

E. Kajian Pustaka

Berkaitan dengan judul yang peneliti lakukan yaitu tentang peran perusahaan dalam pengembangan ekonomi masyarakat, sudah banyak diteliti oleh peneliti lainya, akan tetapi masih sedikit yang meneliti tentang pengembangan ekonomi melalui perantara media *online*. Dalam penelitian dibutuhkan beberapa referensi yang diantaranya kajian pustaka. Hal ini dilakukan peneliti sebagai bentuk pengkayaan akan referensi yang peneliti gunakan sebagai dasar dan penguat untuk penelitian ini. Peneliti menemukan beberapa karya ilmiah mengenai pengembangan ekonomi masyarakat antara lain:

1. Penelitian Himmatul Aliyah yang memfokuskan pada peningkatan ekonomi masyarakat, dalam judul *“Peran Industri Mebel Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus di Desa Tegal Sambu, Kecamatan Tahunan, Kabupaten Jepara”*.²¹ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian ini membahas tentang peran industri mebel dalam melakukan pendampingan kepada masyarakat yang berprofesi

²¹ Himmatul Aliyah, *Peran Industri Mebel Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

sebagai pengrajin ukir melalui pemberian pengetahuan dan pelatihan baik dari segi pemasaran maupun pengembangan ketrampilan, dengan adanya pendampingan pemberian pelatihan, masyarakat mampu mengasah ketrampilan yang dimiliki dengan membuat inovasi-inovasi baru, dan terciptanya suatu peluang usaha baru sehingga masyarakat mampu meningkatkan ekonomi mereka melalui ketrampilan yang diberikan.

2. Penelitian Radius Tanone Richard Mayopu dan Yesaya Sandang yang berjudul *“Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Web dalam Menunjang Promosi Objek Daya Tarik Pariwisata”*.²² Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan data primer yang hanya digunakan untuk *content* dari informasi. dalam penelitian ini membahas tentang informasi promosi berbasis *web* disalah satu objek wisata unggulan Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, yakni; Monumen Palagan dimana didalamnya juga termasuk Museum Isdiman. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya promosi melalui *web* mampu memberikan informasi yang akurat dan mampu menarik minat wisatawan kalangan lebih luas, dan wisatawan mampu mencari informasi lebih aktif.
3. Penelitian Sulasmiyati, yang berjudul *“Peran Pendamping Dalam Industri Kerajinan Gerabah dan Peningkatan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga*

²² Radiustanone, Richard Mayopu dan Yesayasandang, *Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Web dalam Menunjang Promosi Objek Daya Tarik Pariwisata*, makalah seminar nasional Sains dan Aplikasi Komputasi, (Universitas Kristen Satya Wacana, 2013). Diakses dari http://www.academia.edu/10332676/Pengembangan_Sistem_Informasi_Berbasis_WEB_2.0_Dalam_Menunjang_Promosi_Objek_Daya_Tarik_Pariwisata.

di Desa Pajangrejo Kecamatan Pundong Kabupaten Bantul".²³ Penelitian ini memfokuskan tentang peran Departemen Perindustrian dalam peningkatan ekonomi masyarakat Pajangrejo yang berprofesi sebagai pengrajin gerabah. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini ialah ingin mengetahui peran dan dampak dari adanya pendampingan dari Departemen Perindustrian terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya peran dari Departemen Perindustrian menunjukkan bahwa ketrampilan masyarakat Desa Pajang Rejo meningkat, masyarakat mampu membuat inovasi-inovasi produk baru, semakin baiknya tatanan manajemen pengorganisasian penjualan produk, dan dampaknya pun bisa dirasakan oleh masyarakat, seperti: meningkatnya pendapatan perekonomian masyarakat, penjualan produk bisa merambah ke mancanegara, dan bisa menyerap tenaga kerja masyarakat dusun Pajangrejo.

Dari pemaparan singkat tiga skripsi di atas nampak bahwa penelitian tersebut memiliki objek kajian yang sama dengan penelitian yang dilakukan yaitu meningkatkan perekonomian masyarakat, tetapi fokus penelitian berbeda karena penelitian ini berfokus kepada peran dan hasil pengembangan ekonomi yang dicapai oleh komikus melalui *website* ngomik.com. Dari hasil pembahasan di atas sudah terlihat jelas bahwa penelitian yang peneliti lakukan

²³ Sulasmiyati, *Peran Pendamping Dalam Industri Kerajinan Gerabah dan Peningkatan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga di Desa Pajangrejo Kecamatan Pundong Kabupaten Bantul*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009).

berbeda dengan penelitian yang sudah ada. Sehingga penelitian ini layak untuk dilakukan pengkajian lebih mendalam.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori sangat penting digunakan untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah. Hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan dalam penelitian, maka dengan ini peneliti akan mengemukakan beberapa teori untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah:

1. Tinjauan Pengembangan Ekonomi Masyarakat

a. Pengertian Pengembangan Ekonomi Masyarakat

Menurut Ife pengembangan ekonomi masyarakat merupakan upaya merelokasikan aktivitas ekonomi dalam masyarakat agar dapat mendatangkan keuntungan bagi masyarakat dan untuk merevitalisasi masyarakat lokal serta untuk memperbaiki kualitas kehidupan.²⁴ Sedangkan menurut Zubaedi pengembangan ekonomi masyarakat adalah suatu cara yang memungkinkan setiap orang dapat meningkatkan kualitas hidupnya serta mampu memperbesar pengaruhnya terhadap proses-proses yang mempengaruhi kehidupannya.²⁵ Sukriyanto mengatakan bahwa pengembangan masyarakat adalah upaya setiap individu-individu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan

²⁴ Jim Ife dan Frank Tesoriere, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*, terj. Sastrawan Manulang dkk, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 423.

²⁵ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*, hlm. 2.

pendapatan.²⁶ Selain itu menurut Kartasasmita pengembangan ekonomi masyarakat adalah pembangunan yang bertumpu pada pertumbuhan yang di hasilkan oleh upaya pemerataan dengan penekanan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia.²⁷ Dengan demikian pengembangan ekonomi masyarakat dapat disimpulkan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh individu atau masyarakat dalam melakukan aktivitas pengembangan ekonomi yang mana dapat menguntungkan masyarakat dan memperbaiki kualitas diri.

b. Model-Model Pengembangan Ekonomi Masyarakat

Model merupakan sebuah pola (contoh, acuan, dan ragam).²⁸ Menurut Prijono, Onny,S yang dikutip oleh Zubaedi dalam buku “*Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*” mengatakan bahwa model yang digunakan dalam kegiatan pengembangan ekonomi yang dilaksanakan oleh organisasi kemasyarakatan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis. *Pertama, the welfare approach* yang dilakukan dengan memberikan bantuan kepada kelompok-kelompok tertentu misalnya kepada masyarakat yang terkena musibah. Pendekatan ini banyak dilakukan kelompok-kelompok keagamaan berupa penyediaan makanan, pelayanan kesehatan, dan penyelenggaraan pendidikan bagi mereka yang membutuhkan. Model ini walaupun tidak memberdayakan

²⁶ Sukriyanto, *Pengembangan Masyarakat Islam Agama, Sosial, Ekonomi, dan Budaya, Populis Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Edisi No. III/ 2003, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2003), hlm. 31.

²⁷ Ginandjar Kartasasmita, *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: Cides, 1996), hlm. 142.

²⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 589.

masyarakat sebagai kelompok sasarannya tetapi dapat memberdayakan organisasi itu sendiri.

Kedua, the development approach, model ini dilakukan dengan memusatkan kegiatannya pada proyek proyek pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan, kemandirian dan keswadayaan masyarakat. *Ketiga, The empowerment approach*, model ini dilakukan dengan melihat kemiskinan sebagai akibat proses politik dan berusaha memberdayakan atau melatih rakyat untuk mengatasi ketidakberdayaannya. Clark berpendapat bahwa telah terjadi pergeseran pendekatan dari sisi penawaran (*Supply side*) yang berkonsentrasi pada pelayanan atau pengadaan proyek pembangunan ke arah sisi permintaan (*demand side*) dengan memberdayakan masyarakat, agar rakyat mempunyai posisi tawar menawar agar dapat menjadi pelaku aktif dalam proses pembangunan. Model pengembangan ekonomi masyarakat bertujuan untuk memperkuat posisi tawar masyarakat lapis bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan.²⁹

Dapat disimpulkan dari beberapa model pengembangan ekonomi masyarakat di atas bahwa tujuan utama dari model pengembangan ekonomi adalah untuk meningkatkan kemandirian masyarakat agar mampu meningkatkan ekonomi masyarakat dan berusaha memberdayakan atau melatih rakyat untuk mengatasi

²⁹ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan praktik*, hlm. 120-121.

ketidakberdayaannya agar rakyat mempunyai posisi tawar menawar dan diharapkan dapat menjadi pelaku aktif dalam proses pembangunan.

c. Tujuan Pengembangan Ekonomi Masyarakat

Menurut Muslim dalam buku “*Metodologi Pengembangan Masyarakat*” mengatakan bahwa tujuan pengembangan ekonomi masyarakat adalah pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat dan peningkatan kualitas hidup manusia atau peningkatan harkat dan martabat manusia.³⁰ Sedangkan menurut Kartasasmita yang dikutip oleh Sri Harini mengatakan bahwa tujuan dari pengembangan ekonomi masyarakat adalah upaya pemberdayaan yang diarahkan langsung pada akar persoalannya, yaitu meningkatkan kemampuan rakyat, secara praktis upaya yang merupakan pengerahan sumber daya untuk mengembangkan potensi ekonomi rakyat ini akan meningkatkan produktifitasnya. Sehingga baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam di sekitar keberadaannya dapat ditingkatkan produktifitasnya. Dengan demikian rakyat dan lingkungannya mampu secara partisipatif menghasilkan dan menumbuhkan nilai tambah ekonomis.³¹ Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk mengubah suatu keadaan atau kondisi masyarakat yang standar hidupnya sangat rendah ke kondisi yang lebih baik dalam arti ekonomi, sosial,

³⁰ Azis Muslim, *Metodologi Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008), hlm. 4-5.

³¹ Sri Harini, *Pondok Pesantren dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol 1, 2003, (Yogyakarta: Jurusan Pengembang Masyarakat, 2003), hlm. 46.

budaya, dan politik. Hal ini berarti menyangkut usaha-usaha pertumbuhan modal, tenaga kerja berkualitas, kesempatan kerja, dan perkembangan teknologi, baik yang bersifat fisik maupun non fisik.³²

2. Tinjauan tentang *Website* dan Internet

Perkembangan teknologi komunikasi membawa berbagai macam perubahan dalam berbagai bidang, pendidikan, kesehatan, sosial, politik, maupun ekonomi. Dalam bidang ekonomi, perkembangan teknologi sangat membantu orang-orang yang bergerak dibidang ini dalam meningkatkan pendapatan atau profit yang menjadi tujuan utama dari bidang ini. Kecepatan dan ketepatan persebaran informasi ini mampu membuat perubahan di dalam masyarakat. Saat ini teknologi komunikasi mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Dengan berbasis jaringan internet, komunikasi dapat dijangkau dari hampir seluruh belahan dunia. Hal ini berdampak baik terhadap pelaku ekonomi dalam menunjang kelancaran proses ekonomi yang mereka lakukan. Aktivitas transaksi dan komunikasi dapat dilakukan dengan mudah berkat berkembangnya teknologi komunikasi berbasis internet. Hal ini membuat produk-produk ekonomi memiliki cakupan pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas di wilayah lokal saja, tetapi dapat menjangkau seluruh masyarakat dunia. Hal ini sejalan dengan prinsip dari teori Longtail, yang mengemukakan bahwa dalam perkembangan teknologi komunikasi ini membuat pilihan menjadi

³² Moh. Ali Azis, Rr. Suhartini, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005), hlm. 72.

tidak terbatas dan menciptakan peluang permintaan menjadi lebih banyak. Kecenderungan produk para pelaku ekonomi khususnya para pengusaha di dalam prinsip Longtail adalah semakin tinggi popularitas produk mereka, maka omzetnya akan semakin kecil, sedangkan semakin rendah popularitas produk mereka, maka omzetnya akan semakin besar. Dalam teori Longtail dikenal konsep Niche (ceruk), yaitu sebuah kelompok pangsa pasar kecil, yang benar-benar membutuhkan produk-produk dari sebuah perusahaan tertentu.

Sebelum teknologi komunikasi internet berkembang, niche market ini sama sekali tidak terlihat, karena para pelaku usaha masih terkungkung di dalam cara pemasaran masal, satu produk, satu iklan, untuk seluruh masyarakat, tidak ada dan tidak tahu bagaimana caranya agar bisa menargetkan target pasar yang benar-benar membutuhkan produk dari perusahaannya. Sehingga stok barang-barang di gudang penyimpanan pun menumpuk, karena sebelum berkembangnya teknologi internet, para pengusaha harus memajang produk-produknya secara fisik di rak-rak toko miliknya. Dengan adanya teknologi internet ini, para pelaku usaha cukup menampilkan gambar produknya di halaman *website* miliknya, dan mereka pun bisa mengetahui produk-produk mana saja yang paling sering dicari informasinya oleh para pelanggan dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Para pelaku usaha tidak perlu menimbun atau menyimpan stok fisik terlalu banyak, karena dengan adanya teknologi internet ini, mereka sudah bisa memperkirakan apakah mereka sudah harus melakukan

penyimpanan barang fisik ulang atau belum. Dengan adanya teknologi internet ini maka skala ekonomis atau *economic of scale* dan cakupan ekonomis atau *economic of scope* karena banyak biaya-biaya yang bisa dihemat seperti biaya pemasangan iklan, biaya pemasaran produk, biaya sewa toko, serta biaya pegawai dan pangsa pasar para pelaku usaha semakin luas cakupannya. Hal ini tentu sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha karena dapat meningkatkan profit yang didapatkan.

Perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet ini juga membawa perubahan dalam bidang pemasaran. Sebuah produk ekonomi tidak akan bisa menghasilkan profit jika tidak bisa dipasarkan dengan baik. Oleh karena itu pemasaran atau *marketing* ini menjadi ujung tombak dari para pelaku usaha.³³

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet memberikan peluang yang besar bagi perkembangan ekonomi, dengan adanya teknologi berbasis internet mempermudah masyarakat dalam mendapatkan berbagai macam informasi untuk menjadi lebih kreatif dan berkembang sehingga mampu meningkatkan perekonomian. Salah satu media Teknologi Informasi yang bisa digunakan sebagai ajang untuk menunjang perekonomian adalah *website*. Sebuah *website* bisa digunakan sebagai media promosi, katalog

³³ <http://www.komunikasi.us/index.php/course/5614-perkembangan-teknologi-komunikasi-internet-dan-dampaknya-dalam-bidang-ekonomi-dan-marketing-di-masyarakat>, diakses pada tanggal 1 Januari 2015, pukul 02:00 WIB.

produk, transaksi jual beli, ataupun bentuk-bentuk pemasaran produk yang lainnya. Lebih lanjut penjelasan tentang *website* sebagai berikut:

a. Pengertian Website

Menurut Jasmadi *website* adalah sebuah kumpulan halaman-halaman *web* beserta *file-file* pendukungnya, seperti gambar, video, dan *file* digital lainnya yang diletakkan (di-host) di sebuah *web server* yang umumnya dapat diakses melalui internet.³⁴ Sedangkan Menurut Boone Thomson *website* adalah kumpulan halaman-halaman. yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman *website* dengan halaman *website* lainnya disebut dengan *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*.³⁵

b. Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Website.

Menurut Ite pengembangan ekonomi masyarakat merupakan upaya merelokasikan aktivitas ekonomi dalam masyarakat agar dapat mendatangkan keuntungan bagi masyarakat dan untuk merevitalisasi

³⁴ <http://dilihatya.com/1419/pengertian-website-menurut-para-ahli>, diakses pada tanggal 3 Januari 2015, pukul 03:00 WIB.

³⁵ <http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-website-dan-jenis-website.html>, diakses pada tanggal 1 Januari 2015, pukul 03:00 WIB.

masyarakat lokal serta untuk memperbaiki kualitas kehidupan.³⁶ Berkaitan dengan pengembangan ekonomi masyarakat, *website* dapat dimanfaatkan sebagai media promosi atau transaksi jual beli atas produk yang dihasilkan oleh masyarakat, baik oleh perseorangan maupun perusahaan yang menggunakan media *website* untuk mengembangkan perekonomiannya. Diantaranya, seperti: Bukalapak, OLX, Lazada dan masih banyak lainnya. Dengan adanya media *website*, masyarakat menjadi lebih kreatif dan berkembang, karena banyak hal yang bisa dilakukan masyarakat dengan adanya internet dan *website* ini. Oleh karenanya internet dan *website* mempunyai peranan penting dalam pengembangan perekonomian di era digital ini, sehingga pertumbuhan ekonomi tidak hanya bertumpu kepada sektor tertentu, adanya *website* membuat masyarakat lebih mudah untuk menjangkau semua kalangan baik dari dalam maupun luar negeri, sehingga mempercepat pertumbuhan perekonomian masyarakat.

3. Tinjauan Teori Peran Pendamping

a. Pengertian Peran

Peran menurut “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*” mempunyai arti pemain sandiwara (film), tukang lawak atau pemain makyung, seperangkat tingkat yang diharapkan dimiliki oleh orang yang

³⁶ Jim Ife dan Frank Tesoriere, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*, hlm. 423.

berkedudukan di masyarakat.³⁷ Sedangkan menurut Soerjono Soekanto peranan (*role*) merupakan aspek dinamis kedudukan (*status*).³⁸ Yang artinya apabila seseorang sudah melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukan maka dia sudah dikatakan menjalankan suatu peranan pentingnya yaitu untuk mengatur perilaku seseorang.³⁹

Menurut Riswadi yang dikutip oleh Faizin dalam skripsinya yang berjudul “*Peran Pasar Sentral Sayur dalam Meningkatkan Ekonomi Petani Sayur di Desa Bawang, Kecamatan Bawang, Kabupaten Batang*”. Suatu peran setidaknya mencakup tiga unsur sebagai faktor pendukung, yaitu:⁴⁰

- 1) Peran adalah meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat.
- 2) Peranan merupakan suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi
- 3) Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial. Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan masyarakat. Posisi seseorang dalam masyarakat (*sosial - position*) merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu dalam masyarakat. Peranan lebih

³⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 667.

³⁸ Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi ke -2*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1990), hlm. 268.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 269.

⁴⁰ Faizin, *Peran Pasar Sentral Sayur dalam Peningkatan Ekonomi Petani Sayur di Desa Bawang, Kecamatan Bawang, Kabupaten Batang*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), hlm. 13.

banyak menuju pada fungsi, penyesuaian diri, dan sebagai suatu proses. Jadi, seseorang yang menduduki suatu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan.

Menurut Zubaedi peran dari seorang pendamping meliputi:⁴¹

- 1) Peran pendamping sebagai motivator, dalam peran ini, pendamping berusaha menggali potensi sumber daya manusia, alam dan sekaligus mengembangkan kesadaran anggota masyarakat tentang kendala maupun permasalahan yang dihadapi.
- 2) Peran pendamping sebagai komunikator, dalam peran ini, pendamping harus mau menerima dan memberi informasi dari berbagai sumber kepada masyarakat untuk dijadikan rumusan dalam penanganan dan pelaksanaan berbagai program serta alternatif pemecahan masalahnya.
- 3) Peran pendamping sebagai fasilitator, dalam peran ini pendamping berusaha memberi pengarahan tentang penggunaan berbagai teknik, strategi, dan pelaksanaan program.

Menurut Edi Suharto yang dikutip oleh Zubaedi dalam bukunya yang berjudul "*Wacana Pembangunan Alternatif*" mengatakan bahwa seorang pendamping dalam melaksanakan perannya selain sebagai motivator, komunikator, dan fasilitator juga bisa sebagai broker. Seorang broker dalam pengertian umum adalah seseorang yang membeli dan

⁴¹ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*, hlm. 64.

menjual saham dan surat berharga lainnya di pasar modal. Ia berusaha untuk memaksimalkan keuntungan dari transaksi sehingga klien dapat memperoleh keuntungan sebesar mungkin.⁴²

Dalam konteks pengembangan masyarakat, peran pendamping sebagai broker tidak jauh berbeda dengan peran broker di pasar modal. Program pengembangan masyarakat menjadikan segmen sosial lapis bawah atau warga kurang mampu sebagai kelompok sasaran. Pendamping melakukan transaksi sosial dan pembentukan jaringan sosial. Pada konteks ini peran pendamping sebagai broker perlu memahami kualitas pelayanan sosial sesuai dengan kondisi lingkungan, dengan maksud agar ia dapat memenuhi keinginan kelompok sasaran dalam memperoleh keuntungan “Maksimal”.⁴³

Peran pendamping sebagai *broker* dalam proses pendampingan sosial diharapkan mampu mengaktualisasikan tiga kemampuan:⁴⁴

- 1) Mampu mengidentifikasi dan melokalisasi berbagai sumber daya masyarakat secara tepat.
- 2) Mampu menghubungkan kelompok sasaran dengan sumber daya secara konsisten
- 3) Mampu mengevaluasi efektivitas sumber daya yang dimiliki dalam kaitannya dengan kebutuhan-kebutuhan klien.

⁴² Zubaedi, *Wacana Pembangunan Alternatif Ragam Perspektif Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2007), hlm. 89.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 89.

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 90.

Menurut Parsons, Jorgense, dan Hernandez sebagaimana yang dikutip oleh Zubaedi dalam bukunya yang berjudul “*Wacana Pembangunan Alternatif*” mengatakan bahwa ada tiga kunci ketika pendamping melaksanakan peran sebagai *broker*. *Pertama, Linking* (menghubungkan). *Kedua, Goods and services* (barang-barang dan jasa). *Ketiga, Quality Control* (Kontrol kualitas). Adapun penjelasan tiga konsep sebagai berikut:⁴⁵

- a. *Linking* merupakan proses yang menghubungkan orang dengan lembaga-lembaga atau pihak-pihak lain yang dianggap memiliki berbagai sumber daya yang diperlukan untuk kelompok sasaran. *Linking* tidak sebatas memberi petunjuk kepada orang mengenai sumber-sumber yang ada. Lebih dari itu, ia berusaha memperkenalkan kelompok sasaran dengan dan sumber-sumber yang dituju, serta menindaklanjuti, mendistribusikan sumber daya, dan menjamin bahwa barang-barang dan jasa dapat diterima oleh kelompok sasaran.
- b. *Goods* meliputi barang-barang nyata, seperti: makanan, uang, pakaian, perumahan, dan obat-obatan. Sedangkan *services* mencakup pelayanan nyata yang dirancang oleh lembaga untuk memenuhi kebutuhan hidup kelompok sasaran misalnya perawatan kesehatan, pendidikan, pelatihan dan konseling.
- c. *Quality Control* merupakan proses pengawasan yang dapat menjamin bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh lembaga memenuhi

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 90-91.

standar kualitas yang telah ditetapkan. Proses ini memerlukan monitoring secara terus menerus terhadap lembaga dan semua jaringan pelayanan untuk menjamin bahwa pelayanan memiliki mutu yang dapat dipertanggung jawabkan setiap saat.

Berdasarkan pemaparan teori peran yang ada diatas yakni teori peran menurut Riswadi, Edi Suharto, dan Zubaedi, peneliti akhirnya menyimpulkan bahwa teori peran pendamping yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori peran pendamping menurut Edi Suharto dan Zubaedi yakni meliputi peran pendamping sebagai fasilitator, peran pendamping sebagai komunikator, peran pendamping sebagai motivator dan peran pendamping sebagai broker.

4. Hasil Pengembangan Ekonomi

Hasil pemberdayaan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Edi Suharto, pemberdayaan menunjukan pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam:

- a. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan.
- b. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa yang mereka perlukan. Dalam hal ini langkah yang dilakukan PT.

Konten Digital Indonesia adalah dengan bekerjasama dengan penerbit, menyalurkan dengan pembaca (sekaligus pembeli komik). Kerjasama yang dilakukan PT. Konten Digital Indonesia dalam hal ini adalah bidang sosial dan ekonomi.

- c. Berpartisipasi dalam proses pembangunan, dalam hal ini PT. Konten Digital Indonesia sudah menjalankan peran untuk memberdayakan para komikus melalui pengembangan ekonomi melalui pembuatan komik, baik itu komikus pemula maupun komikus senior, dengan begitu antar komikus, pembaca maupun penggiat, dan penerbit saling berinteraksi dengan memberikan komentar yang membangun terhadap hasil karya para komikus, sehingga, para komikus bisa mengasah kreativitas mereka dan bisa mengembangkan potensi ekonomi melalui hasil karya yang di unggah di *website* ngomik.com. Karena dalam proses pemberdayaan dibutuhkan partisipasi para komikus itu sendiri, dengan tanpa adanya partisipasi para komikus, tentunya pelaksanaan pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi tidak akan berjalan.⁴⁶

5. Dampak Positif Industri Kreatif

Menurut Sumitro Djodjohadikusumo adanya industri kreatif berdampak pada kehidupan ataupun perekonomian masyarakat. Secara umum dampak positif adanya industri tersebut antara lain:⁴⁷

⁴⁶ Edi Suharto, *Membangun Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerja Sosial*, (Bandung: PT. Harindita, 1987), hlm. 69.

⁴⁷ Sumitro Djodjohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*, (Jakarta: LP3ES, 1994), hlm. 2.

a) Menyerap tenaga kerja

Adanya industri kreatif dapat meningkatkan pembangunan perekonomian negara, sedangkan dampak adanya pembangunan ini akan semakin luasnya kesempatan kerja yang bersifat produktif untuk masyarakat, yang nantinya akan berdampak menambah pendapatan nyata bagi masyarakat.

b). Meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat

Masyarakat dapat memproduksi dan menjual produknya sehingga bisa meningkatkan pendapatan mereka. Pendapatan yang mereka dapatkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

Berdasarkan pemaparan teori hasil yang ada diatas yakni teori hasil menurut Edi Suharto, dan dampak positif industri kreatif menurut Sumitro Djodjohadikusumo, peneliti akhirnya menyimpulkan bahwa teori hasil pengembangan ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori hasil menurut Edi Suharto dan teori dampak positif industri kreatif menurut Sumitro Djodjohadikusumo yakni meliputi: *pertama*, dapat memenuhi kebutuhan dasar. *Kedua*, menjangkau sumber-sumber produktif. *Ketiga*, berpartisipasi dalam proses pembangunan, dan teori dampak meliputi: *pertama*, menyerap tenaga kerja. *Kedua*, meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

G. Metode Penelitian

Metode adalah cara yang digunakan untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan agar tercapai sesuai yang diinginkan.⁴⁸ Sedangkan penelitian adalah memeriksa dengan teliti atau melakukan penyelidikan.⁴⁹ Adapun tujuan metode penelitian adalah untuk memberikan peluang sebesar-besarnya bagi penemuan kebenaran yang obyektif, tetapi juga untuk menjaga agar pengetahuan dan pengembangannya memiliki nilai ilmiah yang tinggi.⁵⁰

1. Jenis Penelitian

Dalam skripsi ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau sebagaimana adanya.⁵¹ Penelitian ini mendeskripsikan kegiatan yang ada di lapangan yaitu pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com.

2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di *website* perusahaan *startup* PT.Konten Digital Indonesia yang diberi nama situs *website* ngomik.com.

Penelitian ini terpusat pada pengembangan ekonomi komikus melalui

⁴⁸ H. S. Kartoredjo, *Kamus Baru Kontemporer*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 230.

⁴⁹ W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, hlm. 1234.

⁵⁰ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2009), hlm. 25.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 25.

website ngomik.com, yang mana melalui perantara *website* tersebut, para komikus bisa mengasah kreativitas dan pengembangan ekonomi mereka melalui penjualan karya komik mereka. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena. *Pertama*, pengembangan ekonomi melalui *website* merupakan hal yang baru di Jurusan PMI, dan sepengetahuan peneliti belum ada yang melakukan penelitian mengenai hal tersebut di Jurusan PMI. *Kedua*, peneliti ingin mengetahui peran perusahaan *startup* PT.Konten Digital Indonesia dalam melakukan pengembangan ekonomi komikus melalui situs *website* ngomik.com lebih mendalam. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan April 2015 sampai dengan bulan Desember 2015.

3. Penentuan Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber utama yang menghasilkan data dalam penelitian, dan biasanya dalam penelitian ilmu sosial menggunakan manusia sebagai subyek penelitian.⁵² Metode untuk menentukan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yakni metode pengambilan sampel dilihat dari karakteristik tertentu. Strateginya adalah, peneliti mencari dan menentukan informan yang ingin di wawancarai dengan syarat; *pertama*, informan yang faham tentang lokasi, kondisi dan peran ngomik.com. *Kedua*, komikus yang aktif mengunggah karyanya di ngomik.com. *Ketiga*, komikus yang aktif ikut kegiatan yang di selenggarakan

⁵² Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hlm. 34.

ngomik.com. *Keempat*, komikus yang sudah merasakan hasil dari adanya pengembangan ekonomi melalui *website* ngomik.com. Berdasarkan syarat-syarat tersebut, maka subyek penelitian ini adalah:

- 1) Wisnu Manupraba : CEO PT.Konten Digital Indonesia
- 2) Muhamad Arsyad : Komikus
- 3) Hidayatullah : Komikus
- 4) Lantera Nareswara : Komikus
- 5) Mudzakir Mahfud : Komikus
- 6) Aisah Puspa Lestari : Komikus
- 7) Faza Meong : Komikus
- 8) Agung Prabowo : Komikus

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah masalah atau tema yang sedang diteliti.⁵³ Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah peran PT. Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com, dan hasil pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com. Penelitian ini meneliti mengenai kegiatan di *website* ngomik.com yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi

⁵³ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, hlm. 90.

komikus dan program-program pengembangan ekonomi yang ada di luar *website ngomik.com*.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, yakni yang digunakan sebagai bahan analisis hasil penelitian. Dalam penelitian ini metode yang digunakan ialah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan menemui secara langsung dan wawancara via *chatting*, wawancara via *chatting* dilakukan karena keterbatasan waktu dan jauhnya jarak antara peneliti dengan informan, sehingga menggunakan alternatif wawancara via *chatting* dilakukan agar bisa menghemat waktu, dan mempercepat penelitian yang dilakukan oleh peneliti, wawancara via *chatting* ini peneliti terapkan kepada Muhammad Arsyad, Aisah Puspa Lestari dan Hidayatullah dengan menyesuaikan kebutuhan informasi dari peneliti, sebab sebagian wawancara sudah dilakukan dengan wawancara langsung. Pada wawancara ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur yaitu peneliti menyampaikan pertanyaan kepada responden dengan menggunakan pedoman yang telah disiapkan.⁵⁴ Wawancara pertama dilakukan dengan menemui CEO PT. Konten Digital Indonesia. Yakni bapak Wisnu Manupraba untuk menanyakan sejarah berdirinya

⁵⁴ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 80.

PT.Konten Digital Indonesia sehingga bisa terbentuknya *website* ngomik.com, peran PT. Konten Digital Indonesia terhadap para komikus yang menjadi anggota di ngomik.com dan relasi bisnis yang ikut bernaung dalam mengembangkan ngomik.com.

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan wawancara langsung kepada Hidayatullah, Agung Prabowo, Aisah Puspa Lestari, Lantera Nareswara, Faza Meong, Mudzakir Mahfud sebanyak satu kali dan melalui via *chatting* kepada informan selanjutnya, yakni Hidayatullah, Aisah Puspa Lestari dan Muhammad Arsyad, yakni para komikus yang tergabung dalam keanggotaan ngomik.com. Dalam wawancara via *chatting* ini peneliti menanyakan beberapa hal yang lebih mendetail terhadap informasi yang dibutuhkan, tentang apakah benar adanya, bahwa didalam situs *website* ngomik.com tersebut para komikus bisa mengembangkan ekonominya, dan menanyakan peran PT.Konten Digital terhadap pengembangan ekonomi para komikus yang menjadi keanggotaan ngomik.com.

b. Observasi

Dalam penelitian ini peneliti melakukan dua jenis observasi, yaitu observasi dengan mendatangi secara langsung kantor PT.Konten Digital Indonesia beserta beberapa kegiatan yang diadakan seperti acara diskusi komikus, pameran komik, sebanyak 4 kali. Dan yang kedua observasi melalui *website* ngomik.com. Dalam hal ini peneliti mengamati tentang

aktivitas yang ada di *website* ngomik.com yang meliputi: interaksi antar anggota, beberapa karya yang telah di unggah, respon anggota terhadap hasil karya komikus yang telah di unggah, penerapan sistem *leaderboard* dan *mongopedia*, cara transaksi penjualan komik, dan klasifikasi sistem penjualan komik yang diterapkan seperti komik *premium* dan non *premium* dan masih banyak lainnya, peneliti melakukan observasi yang ada di *website* ngomik.com kurang lebih 30 kali.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, metode ini memegang peranan penting dalam penelitian kualitatif.⁵⁵ Dokumentasi yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data tersimpan di *website* ngomik.com dan *soft file* power poin yang berjudul “bahan presentasi ngomik.com tahun 2015”.

5. Metode Validitas Data

Pengujian validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi, yakni metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut.⁵⁶ Triangulasi ini bertujuan untuk mencapai kredibilitas atau hasil penelitian yang terpercaya dan

⁵⁵ Bungin, H.M. Burhan, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 121.

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), edisi revisi, hlm. 330.

mendapatkan data yang tepat, benar serta relevan dari berbagai informasi, sehingga harus dilakukan *chek and recheck*. Teknik triangulasi penelitian mendapatkan keuntungan yaitu dapat mempertinggi validitas, memberi hasil penelitian sebagai pelengkap apabila data yang diperoleh dari sumber data yang pertama masih ada kekurangan. Sedangkan triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:⁵⁷

Pertama, triangulasi sumber yakni dengan cara membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan informan yang berbeda. Pada penelitian ini, triangulasi sumber diterapkan untuk mendapatkan data tentang peran PT. Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com dan hasil pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com.

Kedua, triangulasi metode, yakni mengecek derajat kepercayaan suatu informasi dengan jalan membandingkan data wawancara dengan hasil pengamatan lapangan, atau dengan metode yang berbeda. Triangulasi metode diterapkan untuk mendapatkan data mengenai peran PT. Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com. Dalam penelitian ini, digunakan triangulasi sumber serta metode.

⁵⁷ *Ibid.*, hlm. 330-332.

6. Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Milles dan Huberman. Proses analisis ini peneliti lakukan dengan cara. *Pertama*, peneliti mengumpulkan data, yakni di lakukan dengan cara datang ke kantor PT.Konten Digital Indonesia, datang ke acara diskusi komikus, datang acara Mangafest, dan menelusuri situs *website* ngomik.com. Data yang diperoleh dari pengumpulan data tersebut dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. *Kedua*, peneliti melakukan reduksi data, yakni proses analisis untuk mengolah kembali data yang masih kasar yang diperoleh dari lapangan. Data kasar tersebut kemudian dipilah dan dikelompokkan antara yang diperlukan atau tidak. Bagian yang tidak diperlukan merupakan bagian yang tidak dipakai, sehingga tidak perlu ditulis maupun dipahami. Pada proses ini, peneliti menulis semua hasil wawancara, kemudian dari hasil wawancara tersebut peneliti pilah sesuai kebutuhan penelitian. *Ketiga*, peneliti melakukan penyajian data. Pada penyajian data ini peneliti menyusun kedalam data yang dibutuhkan untuk BAB II dan data kebutuhan untuk BAB III. Kemudian peneliti menyusun sesuai dengan urutan yang sudah ditentukan. *Keempat*, peneliti melakukan penarikan kesimpulan, pada tahap penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian. Proses terakhir ini peneliti deskripsikan pada bab IV.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi empat bab yang di dalamnya terdapat beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, yaitu menjelaskan tentang penegasan judul penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: Pada bab ini, menjelaskan tentang gambaran umum PT. Konten Digital Indonesia serta komikusnya, gambaran umum tersebut meliputi: letak kantor PT.Konten Digital Indonesia, sejarah singkat berdirinya PT. Konten Digital Indonesia, deskripsi *website* ngomik.com, profil perusahaan *startup* PT. Konten Digital Indonesia, visi dan misi, struktur organisasi, komikus PT. Konten Digital Indonesia, program pengembangan ekonomi, mitra kerja PT. Konten Digital Indonesia, faktor pendukung dan penghambat kemajuan PT.Konten Digital Indonesia.

BAB III: Pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan, yakni mendeskripsikan tentang peran PT. Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com, dan hasil pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com, kemudian dilakukan pembahasan hasil penelitian.

BAB IV: Penutup yaitu berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang membangun.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penyusun lakukan serta melihat uraian hasil penelitian dalam bab-bab terdahulu, maka penyusun dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran PT.Konten Digital Indonesia dalam pengembangan ekonomi komikus melalui *website* ngomik.com. Pertama sebagai fasilitator yang membantu komikus dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Meliputi; penyediaan *website* ngomik.com, penyediaan stand, dan menerbitkan komik cetak. Dengan adanya fasilitas ini, dapat membantu komikus lebih produktif dalam menghasilkan sebuah karya, sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Kedua, peran sebagai motivator yakni dengan cara membuat beberapa program seperti; majalah ngomik.com dan *leaderboard* yang dapat memotivasi komikus dalam menghasilkan sebuah karya, sehingga komikus mempunyai daya tawar tinggi baik di mata industri penerbit maupun perusahaan-perusahaan. Ketiga, peran sebagai komunikator, dengan adanya peran ini mampu mempermudah komikus dalam mengakses informasi, sehingga komikus mampu mengembangkan potensi yang dimiliki. Keempat, peran sebagai broker. Peran PT.Konten Digital Indonesia sebagai broker dapat membantu komikus dalam mendistribusikan hasil karyanya, dan

mempertemukan komikus dengan sesama komunitasnya, *fansbase*, pembeli, maupun pihak-pihak lainnya, sehingga membantu komikus dalam melebarkan karirnya.

2. Hasil pengembangan ekonomi PT.Konten Digital Indonesia terhadap komikus melalui *website* ngomik.com. Meliputi; komikus mampu meningkatkan pendapatannya melalui penjualan komik *premium*, komikus mampu mengeluarkan pendapatnya melalui cipta hasil karya, komikus banyak mendapatkan tawaran pekerjaan dari perusahaan, maupun penerbit, ikut berpartisipasi dalam pembangunan, bentuk nyata partisipasi komikus terhadap pembangunan di Indonesia adalah melalui hasil karya komikus yang dapat memperkaya koleksi komik lokal sehingga mampu berkontribusi dalam roda perekonomian industri kreatif di Indonesia. Selain itu juga memberikan dampak positif bagi pembangunan industri kreatif di Indonesia. Yakni; ikut menyumbang dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Hal itu bisa dilihat dengan banyaknya komikus yang menjadi anggota ngomik.com yang mendapat tawaran kerjasama dalam sebuah proyek atau *recruitment* oleh sebuah perusahaan. Serta meningkatkan pendapatan komikus, hal itu bisa dilihat dengan bertambahnya pendapatan komikus melalui hasil penjualan komik digital di ngomik.com, banyak komikus yang mulai merintis pekerjaan sendiri dengan memperkerjakan karyawan sehingga bisa menambah pundi-pundi pendapatan komikus.

B. Saran-saran

Setelah mengadakan penelitian pada perusahaan *startup* PT. Konten Digital Indonesia yang terletak di Jl. Kalimantan No.237F, Kelurahan Sinduadi, Desa Sono, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman D.I.Yogyakarta. Ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan baik itu kepada perusahaan *startup* PT.Konten Digital Indonesia dan komikus.

1. Saran kepada perusahaan *startup* PT. Konten Digital Indonesia.

- a. Mengembangkan beberapa fitur lagi yang lebih menarik, sehingga dapat menambah semangat anggota dalam menggunakan akun ngomik.com.
- b. Melanjutkan kembali peluang anggota untuk bisa ikut berkontribusi dalam mengisi fitur mongopedia, dan tetap menjalankan program majalah ngomik, sehingga dapat mendorong komikus lebih produktif dalam menghasilkan sebuah karya.

2. Saran kepada Komikus yang menjadi anggota ngomik.com.

Lebih produktif dan fokus pada kualitas karya, dengan begitu dapat menciptakan *fanbase* yang mampu mendongkrak popularitas, sehingga peluang untuk mendapat tawaran kerjasama dengan pihak luar semakin luas.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari buku:

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, cet ke-2*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.

Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: Rajawali, 2008.

Azis Muslim, *Dasar-dasar Pengembangan Masyarakat*, Yogyakarta: Samudra Biru, 2012.

W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982.

Maulel Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang praktik monopoli dan persaingan usaha, pasal 1.

Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana dan Praktik*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Jim Ife dan Frank Tesoriere, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*, terj. Sastrawan Manulang dkk, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Sukriyanto, *Pengembangan Masyarakat Islam Agama, Sosial, Ekonomi, dan Budaya*, *Populis Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Edisi No. III/ 2003, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2003.

Ginandjar Kartasasmita, *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, Jakarta: Cides, 1996.

Azis Muslim, *Metodologi Pengembangan Masyarakat*, Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008.

Sri Harini, *Pondok Pesantren dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol 1, 2003, Yogyakarta: Jurusan Pengembangan Masyarakat, 2003.

Moh. Ali Azis, Rr. Suhartini, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologi*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005.

Edi Suharto, *Membangun Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerja Sosial*, Bandung: PT. Harindita, 1987.

Sumitro Djodjohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*, Jakarta: LP3ES, 1994.

Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi ke-2*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1990.

H.S. Kartoredjo, *Kamus Baru Kontemporer*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.

Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2009.

Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.

B. Miles, dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, Yogyakarta: UI Press, 1992.

Sumber dari internet.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, "Komikus" <http://kamus.cektpk.com/komikus/>, diakses pada tanggal 4 Februari 2015.

Hanny Hafiar dan Oji Kurniadi, *Geliat Komik Indonesia*, jurnal http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2011/06/geliat_komik_indonesia.pdf/, diakses pada tanggal 27 Januari 2015.

Marikxon, "*Perkembangan Startup Digital*", <http://www.maxmanroe.com/apa-itu-startup-bgmn-perkembangan-dunia-bisnis-startup-di-indonesia.html>, diakses pada tanggal 26 Januari 2015.

Ilana Aninditya, "*Perkembangan Startup Digital*" <http://ziliun.com/id/articless/melirik-perkembangan-startup-digital/>, diakses pada tanggal 28 Januari 2015.

<https://id.techinasia.com/kumpulan-startup-di-yogyakarta/>, diakses pada tanggal 5 Oktober 2015.

<http://www.komunikasi.us/index.php/course/5614-perkembangan-teknologi-komunikasi-internet-dan-dampaknya-dalam-bidang-ekonomi-dan-marketing-di-masyarakat>, diakses pada tanggal 1 Januari 2015.

Google Maps, diakses pada tanggal 19 Oktober 2015.

<http://www.putrakomputer.com/2011/04/pengertian-dan-manfaat-google-adssense.html>, diakses pada tanggal 8 Juli 2015.

<https://rohimahyati.wordpress.com/2010/05/21/pengertian-hosting/>, diakses pada tanggal 6 September 2015.

<http://dilihatya.com/1419/pengertian-website-menurut-para-ahli>, diakses pada tanggal 3 Januari 2015.

<http://www.pengertianahli.com/2013/12/pengertian-website-dan-jenis-website.html>, diakses pada tanggal 1 Januari 2015.

Sumber dari skripsi

Himmatul Aliyah, *Peran Industri Mebel Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Istiqomah, *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui pertanian Terpadu Olehh Kelompok Tani Lestari Makmur Desa Agrorejo Kecamatan Sedayu Kabupaten Bantul Yogyakarta*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Radiustanone, Richard Mayopu dan Yesayasandang, *Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Web dalam Menunjang Promosi Objek Daya Tarik Pariwisata*, makalah seminar nasional Sains dan Aplikasi Komputasi, (Universitas Kristen Satya Wacana, 2013). Diakses dari http://www.academia.edu/10332676/Pengembangan_Sistem_Informasi_Berbasis_WEB_2.0_Dalam_Menunjang_Promosi_Objek_Daya_Tarik_Pariwisata.

Faizin, *Peran Pasar Sentral Sayur dalam Peningkatan Ekonomi Petani Sayur di Desa Bawang, Kecamatan Bawang, Kabupaten Batang*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Sulasmiyati, *Peran Pendamping Dalam Industri Kerajinan Gerabah dan Peningkatan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga di Desa Pajangrejo Kecamatan Pundong Kabupaten Bantul*, skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA PERTAMA KEPADA KOMIKUS

1. Kalau boleh tahu, bekerja sebagai komikus menurut anda pribadi menjanjikan gak sih?
2. Menurut anda ngomik.com membantu anda tidak dalam mengembangkan potensi anda?
3. Ada perubahan kah, sebelum dan sesudah anda ikut di ngomik.com
4. Dari segi apa, apa membantu dari segi ekonomi juga?
5. Apakah dengan ikut ngomik.com bisa membantu pendapatan anda?
6. Apakah dengan ikut ngomik.com membantu mengasah kreatifitas anda.
7. Apakah dengan anda bergabung dengan ngomik.com dapat terhubung dengan pihak yang dapat membantu anda berproduktif.
8. Jadi dengan begini, kita juga ikut berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi gitu ya, misalnya gimana?
9. Manfaat apa yang anda rasakan dengan bergabung di ngomik.com (memberi motivasi, mempermudah mengorbitkan karya, sukur-sukur bisa menghasilkan duit.

PEDOMAN WAWANCARA KEDUA KEPADA KOMIKUS

1. Fasilitas apa yang sudah diberikan ngomik.com kepada komikus?
2. Program apa saja yang sudah di selenggarakan ngomik?
3. Bagaimana Penerapan sistem *Leaderbord*?
4. Apa keuntungan yang anda dapat dengan adanya sistem *leaderboard*?

5. Bagaimana sistem majalah yang di selenggarakan ngomik.?
6. Apakah acara diskusi komikus dilakukan secara rutin?
7. Adakah peran PT.Konten Digital Indonesia dalam acara tersebut?
8. Sistem Mongopedia masih diberlakukan atau tidak?
9. Apakah semua komik dari komikus yang diterbitkan oleh ngomik, atau hanya komik tertentu?
10. Apakah PT.Konten Digital Indonesia mengevaluari program-program yang di selenggarakan?
11. Apa saja yang di evaluasi?

PEDOMAN WAWANCARA PERTAMA KEPADA WISNU MANUPRABA (CEO PT.KONTEN DIGITAL INDONESIA)

1. Bagaimana sejarah terbentuknya PT.Konten Digital Indonesia?
2. Program-Program apa saja yang diselenggarakan PT.Konten Digital Indonesia?
3. Fasilitas apa saja yang diberikan oleh PT.Konten Digital Indonesia kepada komikus?
4. Peran apa saja yang dilakukan oleh PT.Konten Digital Indonesia?

PEDOMAN WAWANCARA KEDUA

Pertanyaan (peran motivasi)

1. Bagaimana cara PT.KDI /ngomik.com menggali potensi komikus
2. Bagaimana cara PT.KDI /ngomik.com mengembangkan kesadaran komikus agar bisa berkarya.
3. Bagaimana cara PT.KDI/ ngomik.com mengembangkan ekonomi komikus.
4. Bagaimana cara PT.KDI /ngomik.com memotivasi para komikus
5. Apa yang dimotivasi ngomik.com

Pertanyaan (peran komunikator)

1. Bagaimana cara PT.KDI /ngomik.com memberikan informasi kepada komikus

2. Bagaimana cara PT.KDI/ngomik.com dalam menjaga komunikasi dengan komikus
3. Informasi apa saja yang diberikan PT.KDI/ngomik.com kepada komikus

Pertanyaan (peran pendamping fasilitator)

1. Bagaimana cara PT.KDI /ngomik.com dalam mendampingi komikus?
2. Apa saja yang didampingi PT.KDI/ngomik.com
3. Apakah PT.KDI/ngomik.com mengarahkan komikus? Mengarahkan dalam hal apa saja
4. Bagaimana cara PT.KDI mengarahkan hal tersebut kepada komikus

Pertanyaan (peran broker)

1. Bagaimana ngomik.com mengidentifikasi sumber daya/ link yang ada
2. Bagaimana cara PT.KDI/ngomik.com menghubungkan komikus dengan penerbit/sponsor/sumber-sumber atau link lainnya
3. Apakah kemudian sumber-sumber tersebut dievaluasi
4. Bagaimana cara mengevaluasi sumber-sumber tersebut

Pertanyaan kegiatan

1. Bentuk kegiatan apa saja yang dilakukan oleh PT.Konten Digital Indonesia kepada komikus dalam hal pengembangan kreativitas dan ekonomi komikus
2. Apakah ngomik.com saat ini mempunyai program-program penunjang dalam hal pengembangan ekonomi dan kreativitas komikus

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama lengkap : Siti Nur Afifah
Tempat dan tanggal lahir : Rembang, 8 Agustus 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Dusun Kretek Kidul, Kelurahan Jambidan,
Banguntapan Bantul, Bantul, Yogyakarta

Orangtua/wali
Nama ayah : Supadi
Nama ibu : Tasriatun
Alamat Orangtua : Desa Banowan, Kec. Sarang, Kab. Rembang
Pekerjaan Orangtua : Wiraswasta

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD N Banowan (lulus 2005)
2. SMP : SMP N 1 Sarang (lulus 2008)
3. SMA : MAN Rejoso Jombang (lulus 2011)
4. Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam 2011-2012

Yogyakarta, 2 Desember 2015

Siti Nur Afifah

