

**EKSISTENSI FORUM KOMIK JOGJA (FKJ) SEBAGAI WAHANA  
EKONOMI KREATIF GENERASI *MILLENNIAL* DI DUNIA KOMIK**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh :**

**Melinda Nirwana Shinta**

**12230060**

**Pembimbing:**

**Dra. Hj. Siti Syamsiyatun, MA., Ph.D.**

**NIP 196403231995032002**

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2018**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 55230  
Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-2684/Un.02/DD/PP.05.3/11/2018

Tugas Akhir dengan Judul : **EKSISTENSI FORUM KOMIK JOGJA (FKJ) SEBAGAI WAHANA EKONOMI KREATIF GENERASI *MILLENNIAL* DI DUNIA KOMIK.**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Melinda Nirwana Shinta  
Nomor Induk Mahasiswa : 12230060  
Telah diujikan pada : Rabu, 21 November 2018  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

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

NIP. 19640323 199503 2 001

Pengantar

Pengantar II

  
Dr. Abdul Rozaki

NIP. 19750701 200501 1 007

  
Dr. Nurchannah, S.Sos.I., M.Si.

NIP. 19830811 201101 2 010

Yogyakarta, 21 November 2018  
UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi







## 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 Saudari:

Nama : Melinda Nirwana Shinta  
NIM : 12230060  
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam  
Judul Skripsi : Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif Generasi *Millennial* di Dunia Komik.

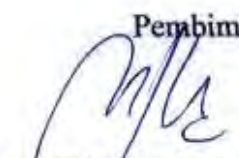
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Bidang Pengembangan Masyarakat Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 23 Oktober 2018

Mengetahui,

Ketua Prodi  
  
Dr. Razar Hafma Indra Jaya, M.Si.  
NIP. 19610428 201302 1 003

Pembimbing  
  
Dra. Hj. Siti Syamsiyatun, MA., Ph.D.  
NIP. 19640323 199503 2 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melinda Nirwana Shinta  
NIM : 12230060  
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya , bahwa skripsi saya yang berjudul: EKSISTENSI FORUM KOMIK JOGJA (FKJ) SEBAGAI WAHANA EKONOMI KREATIF GENERASI MILLENNIAL DI DUNIA KOMIK adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 09 Oktober 2018

Yang menyatakan,



Melinda Nirwana Shinta

12230060

## **PERSEMBAHAN**

Karya ilmiah ini penulis persembahkan untuk:

1. Pertama karya ini saya persembahkan kepada keluarga besar saya, untuk Bapak, Ibu, Kakak dan Adik-adik saya, dan juga kampung halaman.
2. Selanjutnya karya ini saya persembahkan untuk almamater tercinta Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Kepada teman-teman kreatif, penggiat komik FKJ dan semua pecinta komik.
4. Teman-teman seperjuangan membuat Tugas Akhir. Teman-teman kuliah angkatan 2012 jurusan PMI. Serta semua teman-teman yang menemani masa-masa saya di kota Yogyakarta.
5. Terakhir karya ini saya persembahkan untuk masa depan saya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## MOTTO

“Tidak ada kata terlambat. Lebih baik terlambat, dari pada tidak sama sekali”

-

“ 3 (tiga) syarat sukses menjadi seniman Mangaka, oleh Taro Kawaguchi:

- 1- Kebanggaan atau rasa percaya diri pada diri sendiri,
- 2- Kerja keras. Terus mencoba, dan tidak boleh kalah oleh malas dan bosan,
- 3- Keberuntungan”<sup>1</sup>.

-



---

<sup>1</sup> Taro Kawaguchi adalah seorang Mangaka (komikus) sebuah karakter dalam komik BAKUMAN karya Tsugumi Ohba dan Takeshi Obata.

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya tugas skripsi ini akhirnya mendapat kemudahan sampai selesai. Sholawat dan salamterus tercurahkan atas Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan juga para pengikutnya hingga diakhir masa nanti. Semoga kita senantiasa selalu bisa menjaga dan melaksanakan perintah agama sebagaimana Rasulullah SAW memberikannya pada seluruh umatnya, Amiin.

Tugas akhir ini adalah sebuah karya pertama saya, namun bukan berarti sebuah akhir. Melainkan bagian akhir untuk kembali melanjutkan tugas-tugas baru yang lain. Sebuah karya yang baik adalah karya yang bisa memberika bahan yang menarik untuk dijadikan sebagai tambang ilmu-ilmu baru. Menyuguhkan dinamika keilmuan yang beragam, baik untuk kalangan akademisi, milenial, praktisi, pendidik maupun masyarakat awam. Terutama dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam. Melalui pembahasan terkait Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) Sebagai Wahana Ekonomi Generasi Millennial di Dunia Komik. Semoga karya ini bisa termasuk dalam karya yang baik, yang memberikan wacana-wacana baru untuk pembaca dalam melihat perkembangan industri kreatif.

Terakhir penulis akan menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang terkait, yang terus memberikan dukungan dan do'a-do'anya. Sehingga karya ilmiah ini bisa sampai dititik keberhasilan, dan bisa menjadi bermanfaat bagi banyak orang. Terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjannah M.Si. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Pajar Hatma Indra Jaya S.Sos, M.si. selaku Ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dosen penasehat akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi Dra. Hj. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D yang telah memberikan bantuan dan semangat, arahan dan motivasi kepada penulis. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Staff dan dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Pengembangan Masyarakat Islam yang telah membekali penulis dengan berbagai macam ilmu selama mengikuti kelas perkuliahan hingga sampai di tugas akhir skripsi ini.
6. Karyawan bagian Administrasi dan Akademik UIN Sunan Kalijaga, dan juga karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terutama di jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, yang sudah membantu dan memberikan arahan bagi peneliti dalam melengkapi syarat yang dibutuhkan oleh akademik.
7. Terimakasih juga teruntuk Bapak dan Ibu tercinta penulis, serta semua keluarga besar penulis. Terlebih kakak penulis yang telah menjadi *influence* dalam berkarya.
8. Terimakasih penulis berikan pada semua teman-teman di kampus, dan di kota Yogyakarta ini. Terlebih *squad 'Jamaah Kuntariati'*, teman grup *Whatsapp*



‘Pejuang Skripsi’, teman bermain Fahri Alia, Farida yang sudah membantu berbagi blangko, dan teman-teman kerja, semuanya yang namanya tak bisa saya sebut satu-satu. Teman-teman ini sudah banyak memberikan bantuan waktu, masa, kenangan, material, motivasi dan semangat, serta sesekali makanan untuk penulis selama tinggal di Yogyakarta. Terimakasih.

Semua bantuan dalam bentuk do’a maupun barang, penulis haturkan banyak terimakasih. Dan berharap dengan dukungan mereka karya ini menjadi bermanfaat untuk siapa saja dalam bentuk tulisan, lisan, ataupun perbuatan. Karya ini masih memiliki banyak kekurangan, karena keilmuan dari penulis yang masih terbatas dan belum sangat luas. Karena itu dengan hati yang tulus, penulis berharap mendapat masukan, kritik dan saran dari para pembaca karya ilmiah ini. Sekian dan terimakasih untuk semua dukungan, Amiin.

**Penulis**

**Melinda Nirwana Shinta**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Melinda Nirwana Shinta, Skripsi, “Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif Generasi *Millennial* di Dunia Komik”, Yogyakarta: Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Kemajuan ekonomi terus menjadi pusat perhatian, namun sumberdaya alam perlahan menjadi terbatas. Di tangan milenial semakin banyak berkembang industri-industri kreatif. Milenial adalah sebutan lain generasi Y, yang menjadi saksi dua periode *pra* dan *pasca millennial*. Beberapa teori menyebutkan pasar dunia semakin dipenuhi dengan generasi milenial, dengan bidang industri kreatif dan sumberdaya terbarukan. Salah satu industri kreatif yang semakin berkembang saat ini adalah industri komik. Di Yogyakarta terdapat salah satu forum komik bernama Forum Komik Jogja (FKJ). Mereka memanfaatkan teknologi masakini yaitu sosial media *facebook* (Fb) dan berbagai media digital lainnya untuk menunjukkan eksistensi mereka di dunia komik, sekaligus membuktikan dunia kreatif komik bisa memberikan kontribusi di kemajuan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan bagaimana proses dan bentuk eksistensi serta bentuk keberhasilan FKJ sebagai wahana ekonomi kreatif di industri komik. penelitian ini menggunakan metode deskriptif – kualitatif, dengan teknik pemilihan informasi menggunakan *snow balling*, dan juga *purposive sampling*, didukung dengan wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperkuat bahan penelitian. Hasil data yang terkumpul kemudian divalidkan dan dianalisis menggunakan reduksi data, untuk kemudian ditulis dan disajikan sebagai bentuk laporan hasil penelitian.

Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa sesungguhnya industri komik digenerasi milenial dan juga generasi masa depan akan memiliki banyak harapan, terlebih industri komik di Indonesia akan terus berjaya. Hal tersebut tidak lepas dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh FKJ, serta tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak terkait seperti pihak pemerintah dan bisnis untuk menciptakan roda industri yang terus berputar. Dua tahun terakhir FKJ sudah mencetak dua komik kompilasi, yang tergolong komik *indie* yaitu komik yang dicetak dengan skala kecil dan dijual di festival-festival komik.

Kunci: Forum Komik Jogja, Industri Kreatif, dan Industri Komik.

## DAFTAR ISI

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL.....                                                                                  | i         |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                                             | ii        |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....                                                                     | iii       |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                                                              | iv        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                                                           | v         |
| MOTTO .....                                                                                         | vi        |
| KATA PENGANTAR .....                                                                                | vii       |
| ABSTRAK .....                                                                                       | x         |
| DAFTAR ISI.....                                                                                     | xi        |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                                 | xiii      |
| <b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>                                                                      | <b>1</b>  |
| A. Penegasan Judul.....                                                                             | 1         |
| B. Latar Belakang Masalah .....                                                                     | 3         |
| C. Rumusan Masalah.....                                                                             | 10        |
| D. Tujuan Penelitian .....                                                                          | 10        |
| E. Kegunaan Penelitian .....                                                                        | 11        |
| F. Kajian Pustaka .....                                                                             | 12        |
| G. Kerangka Teori .....                                                                             | 13        |
| 1. Teori Generasi.....                                                                              | 14        |
| 2. Teori Ekonomi Kreatif .....                                                                      | 19        |
| H. Metode Penelitian .....                                                                          | 26        |
| 1. Jenis Penelitian.....                                                                            | 26        |
| 2. Lokasi Penelitian.....                                                                           | 26        |
| 3. Subjek dan Objek Penelitian .....                                                                | 27        |
| 4. Teknik Pengumpulan Data.....                                                                     | 29        |
| 5. Teknik Validitas Data .....                                                                      | 32        |
| 6. Analisis Data .....                                                                              | 33        |
| I. Sistematika Pembahasan.....                                                                      | 34        |
| <b>BAB II: FORUM KOMIK JOGJA (FKJ).....</b>                                                         | <b>35</b> |
| A. Gambaran Grup Facebook (Fb) Forum Komik Jogja (FKJ) .....                                        | 35        |
| 1. Diskusi .....                                                                                    | 36        |
| 2. Anggota .....                                                                                    | 37        |
| 3. Acara .....                                                                                      | 38        |
| 4. Video .....                                                                                      | 39        |
| 5. Foto .....                                                                                       | 40        |
| 6. File .....                                                                                       | 40        |
| B. Proses Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif di Industri Komik ..... | 41        |
| 1. Sejarah Forum Komik Jogja (FKJ) .....                                                            | 42        |
| 2. Keanggotaan dan Kepengurusan.....                                                                | 48        |
| 3. Wooky Cooky Cafe (Basecamp).....                                                                 | 55        |



|                                                                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4. Kegiatan dan Acara .....                                                                               | 63         |
| <b>BAB III: EKSISTENSI FORUM KOMIK JOGJA SEBAGAI WAHANA EKONOMI KREATIF DI INDUSTRI KOMIK.....</b>        | <b>68</b>  |
| A. Bentuk Eksistensi Forum Komik Jogja Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif di Industri Komik .....             | 68         |
| 1. Media Sosial Sebagai Wahana Sosial Generasi Milenial .....                                             | 68         |
| 2. Membuat, Menposting, dan Menjual Komik .....                                                           | 71         |
| B. Bentuk Keberhasilan Eksistensi Forum Komik Jogja Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif di Industri Komik..... | 76         |
| 1. ‘Mangafest’ Festival Komik Tahunan di Kota Yogyakarta .....                                            | 77         |
| 2. Peningkatan Ekonomi Melalui Industri Kreatif .....                                                     | 84         |
| C. Analisis Dan Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                         | 90         |
| 1. Proses dan Bentuk Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) di Industri Komik.....                            | 90         |
| 2. Bentuk Keberhasilan Eksistensi Forum Komik Jogja di Industri Komik.....                                | 94         |
| <b>BAB IV: PENUTUP.....</b>                                                                               | <b>97</b>  |
| A. Kesimpulan.....                                                                                        | 97         |
| B. Saran-Saran.....                                                                                       | 99         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                                                  |            |
| Daftar Riwayat Hidup                                                                                      |            |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. <i>Screenshot</i> Beranda grup Forum Komik Jogja (FKJ) .....                 | 36 |
| Gambar 2. <i>Screenshot</i> halaman Diskusi di grup FKJ .....                          | 37 |
| Gambar 3. <i>Screenshot</i> Anggota FKJ yang berjumlah 1.875 akun .....                | 37 |
| Gambar 4. <i>Screenshot</i> Admin FKJ yang berjumlah 7 akun.....                       | 38 |
| Gambar 5. <i>Screenshot</i> halaman Acara di grup FKJ .....                            | 39 |
| Gambar 6. <i>Screenshot</i> halaman Video di grup FKJ.....                             | 39 |
| Gambar 7. <i>Screenshot</i> halaman Foto di grup FKJ .....                             | 40 |
| Gambar 8. <i>Screenshot</i> File yang berisi kumpulan berbagi data dari FKJ .....      | 41 |
| Gambar 9. <i>Screenshot</i> hasil perbincangan dengan Bagus melalui <i>Messenger</i>   | 47 |
| Gambar 10. <i>Screenshot</i> hasil perbincangan dengan Bagus melalui <i>Messenger</i>  | 47 |
| Gambar 11. <i>Screenshot</i> hasil perbincangan dengan Bagus melalui <i>Messenger</i>  | 47 |
| Gambar 12. <i>Screenshot</i> halaman jumlah anggota grup FKJ .....                     | 49 |
| Gambar 13. <i>Screenshot</i> halaman jumlah Admin grup FKJ .....                       | 51 |
| Gambar 14. <i>Screenshot</i> percakapan dengan Adhitama Yoga melalui <i>Line</i> ..... | 52 |
| Gambar 15. <i>Screenshot</i> percakapan dengan Adhitama Yoga melalui <i>Line</i> ..... | 54 |
| Gambar 16. <i>Screenshot</i> percakapan dengan Adhitama Yoga melalui <i>Line</i> ..... | 54 |
| Gambar 17. <i>Screenshot</i> halaman <i>Instagram</i> Wooky Cooky .....                | 56 |
| Gambar 18. Fasilitas rak komik yang ada di Wooky Cooky .....                           | 58 |
| Gambar 19. Tempat <i>game spot</i> PS4 dan Ninetendo .....                             | 59 |
| Gambar 20. <i>Screenshot</i> tayangan ‘Pagi Pagi NET’ di <i>Youtube</i> .....          | 61 |
| Gambar 21. <i>Screenshot</i> review terbaik Wooky Cooky dari <i>Facebook</i> .....     | 62 |
| Gambar 22. Poster kegiatan Kumpul Komik FKJ .....                                      | 64 |
| Gambar 23. Poster FKJ membuka <i>submission</i> komik kompilasi.....                   | 66 |
| Gambar 24. Poster <i>Jogja Comic Camp</i> di Kaliurang .....                           | 67 |
| Gambar 25. Poster <i>Jogja Comic Camp</i> Spesial 24 Jam .....                         | 67 |
| Gambar 26. Poster <i>Jogja Comic Camp</i> Spesial 24 Jam .....                         | 67 |
| Gambar 27. Poster <i>pra event</i> FKJ Menyang Popcon Asia 2017 .....                  | 72 |
| Gambar 28. <i>Screenshot</i> kegiatan Kumpul Komik FKJ .....                           | 73 |
| Gambar 29. <i>Screenshot</i> <i>Line Creators Roadshow</i> .....                       | 75 |

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 30. Acara <i>Line Creators Roadshow</i> di Yogyakarta.....                           | 76 |
| Gambar 31. <i>Screenshot</i> halaman <i>Instagram</i> Mangafest .....                       | 79 |
| Gambar 32. Lapak Komiket dan <i>merchandise</i> di Mangafet .....                           | 79 |
| Gambar 33. <i>Screenshot</i> hari pertama Mangafest 2017 .....                              | 80 |
| Gambar 34. <i>Screenshot</i> peserta lomba menggambar di Mangafest 2017 .....               | 80 |
| Gambar 35. <i>Screenshot</i> penampilan tarian tradisional Indonesia di Mangafest 2017..... | 81 |
| Gambar 36. <i>Screenshot</i> penampilan tarian tradisional Jepang di Mangafest 2017 .....   | 81 |
| Gambar 37. <i>Screenshot</i> peserta lomba <i>cosplayer</i> di Mangafest 2107 .....         | 83 |
| Gambar 38. <i>Screenshot Instagram</i> @stripjogja di Mangafest 2016 .....                  | 88 |
| Gambar 39. <i>Screenshot Instagram</i> @komikkoma .....                                     | 89 |
| Gambar 40. <i>Screenshot Instagram</i> @komikkoma di Mangafest 2017 .....                   | 89 |
| Gambar 41. <i>Screenshot</i> beranda <i>Ciayo Comics</i> .....                              | 94 |
| Gambar 42. <i>Screenshot</i> beranda <i>Webtoon</i> .....                                   | 94 |
| Gambar 43. Majalah komik REON.....                                                          | 95 |
| Gambar 44. Majalah komik Kosmik.....                                                        | 95 |
| Gambar 45. Komik lokal indie yang dijual FKJ .....                                          | 95 |
| Gambar 46. <i>Artblock</i> komik kompilasi dari JiTC .....                                  | 96 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan Judul**

Judul penelitian ini adalah Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif Generasi Millennial di Dunia Komik. Agar tidak terjadi kekeliruan dan untuk memahami penelitian ini, maka perlu diperjelas terkait beberapa istilah yang terdapat pada judul tersebut, antara lain:

##### **1. Eksistensi**

Eksistensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti keberadaan, kehadiran, dan presensi<sup>1</sup>. Penelitian ini mengartikan eksistensi sebagai keberadaan dari sebuah perkumpulan yakni Forum Komik Jogja yang dibuat oleh sekumpulan anak muda (Generasi *Millennial*). Tujuannya untuk membuktikan bahwa usaha dan kreativitas mereka bisa dikenal oleh lebih banyak orang lagi.

##### **2. Forum Komik Jogja (FKJ)**

Forum Komik Jogja (FKJ) adalah sebuah wadah perkumpulan para insan penggiat dan pecinta komik tanah air di Daerah Istimewa Yogyakarta. FKJ dibentuk melalui media sosial Facebook (Fb) dengan anggotanya yang didominasi generasi *millennial*. Perkumpulan tersebut menyebut diri mereka sebagai forum, yang berarti siapa saja boleh ikut bergabung dan siapa saja juga bebas untuk keluar dari forum tersebut.

---

<sup>1</sup> Tim Redaksi Tesaurus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia-Tesaurus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 144.



### 3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif dalam pembahasan penelitian ini adalah sistem produksi dan konsumsi yang berbasis pada pengetahuan dan ide kreatif dari sumber daya manusianya (SDM). Artinya ekonomi kreatif merupakan bentuk usaha dari para SDM atau orang-orang kreatif yang bekerja, mencurahkan pengetahuan mereka secara kreatif dan inovatif melalui bidang budaya hingga teknologi<sup>2</sup>. Pada penelitian ini bentuk ekonomi kreatifnya adalah dalam bidang industri komik, terutama komikus-komikus lokal dengan karya-karyanya. Serta ekosistem dan pihak-pihak lain yang berpengaruh terhadap perkembangan industri komik.

### 4. Generasi Y (*Millennial*)

*Millennial* (selanjutnya dibaca milenial) berasal dari kata Millennium yang berarti masa seribu tahunan. Sedangkan makna Generasi dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) memiliki arti sebagai “masa orang-orang satu angkatan”<sup>3</sup>. Generasi milenial berarti generasi yang terlahir di masa seribu tahunan. Mulai dari tahun 1981 sampai dengan tahun 1994, manusia pada generasi ini mengikuti perkembangan teknologi di dua era yang berbeda. Generasi milenial dalam penelitian ini adalah para member grup FKJ, mulai dari anggota dan juga *Adminnya*<sup>4</sup>. Hobi member FKJ adalah menggambar dan

<sup>2</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi\\_kreatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_kreatif), (diakses pada Sabtu, 24 Oktober 2016, pukul 19:15).

<sup>3</sup> Edwin Santoso, *Millennial Finance: Panduan Sukses Finansial Untuk Para Milenial*, (Jakarta: Grasindo, 2017), hlm. 1.

<sup>4</sup> Admin berasal dari kata Administrasi, yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia versi *offline* berarti usaha dan kegiatan yg berkaitan dengan penyelenggaraan kebijakan untuk mencapai sebuah tujuan. Artinya kata Admin dalam penelitian ini adalah mengacu pada „peran pengurus disebuah akun sosial media“. Contohnya seperti Admin grup Fb FKJ.

menulis cerita kemudian membagikannya melalui media sosial agar dikenal banyak orang.

Jadi maksud dari judul penelitian Eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) Sebagai Wahana Ekonomi Kreatif Generasi *Millennial* di Dunia Komik. Adalah sebuah bentuk usaha dan kegiatan grup media sosial bernama FKJ yang didirikan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, serta untuk mengembangkan industri komik lokal. Bagaimana FKJ berbagi informasi dan saling belajar dari berbagai kegiatan yang dibuat. Sehingga dari berkembangnya industri komik tersebut bisa menjadi salah satu lahan pendapatan bagi mereka.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Keberadaan industri kreatif sebenarnya sudah ada sejak era-era sebelumnya, namun karena tingkat kebutuhan manusia saat itu tidak sebanyak era sekarang. Alasannya karena tingginya penggunaan alat-alat teknologi yang semakin tahun semakin berkembang. Maka dari itu di era sebelumnya industri kreatif tidak mendapat banyak perhatian seperti sekarang ini, terlebih orang-orang di era sebelumnya kurang memperhatikan aspek-aspek yang bersifat kreatif. Sedangkan industri kreatif merupakan sebuah industri dengan sarana dan prasarana serta sumberdaya yang terbarukan. Pertumbuhan ekonomi tidak lagi berpatokan pada sumberdaya alam yang semakin berkurang, tapi juga dari

sumberdaya manusianya. Dikemajuan dunia industri manusia generasi Y menjadi sorotan dunia dibidang industri kreatif<sup>5</sup>.

Generasi Y merupakan angkatan manusia yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan 1994. Sebutan lain yang lebih terkenal dari generasi Y adalah generasi Milenial. Pada tahun-tahun tersebut generasi milenial lahir dan berkembang seiringan dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Dari yang awalnya hanya menggunakan telpon kabel, sekarang bergeser menjadi penggunaan *Short Message Service* (SMS) melalui ponsel, lalu *internet* dan *e-mail*, dan semakin berkembang dari tahun ketahun<sup>6</sup>. Menurut sebuah riset yang dilakukan *CNN Money*, tercatat lebih dari 30% dari jumlah total penduduk di dunia adalah generasi milenial. Artinya jika jumlah penduduk di dunia ini ditotal menjadi satu, 30% dari total itu adalah manusia generasi milenial. Besarnya angka perkiraan tersebut juga didukung dengan fakta bahwa pasar tengah didominasi oleh generasi milenial dari segi konsumerisme dan segi produktifitas. Perkiraan lain yang dikeluarkan oleh *CNN Money* dalam risetnya, pada tahun 2020 mendatang total tenaga kerja yang mendominasi pasar dunia sebanyak 50% adalah para generasi milenial. Karena itulah industri kreatif yang banyak dimotori generasi milenial bisa menjadi salah satu penggerak dunia perekonomian dimasa depan<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Siti Nur Afifah, *Peran PT. Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi Komikus Melalui Website Ngomik.com*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015), hal. 3.

<sup>6</sup> Edwin Santoso, *Millennial Finance: Panduan Sukses Finansial Untuk Para Milenial*, (Jakarta: Grasindo, 2017), hlm. 13.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 8.

Pengertian dari kreatif adalah unik, atau dalam bahasa Yunani „*eureka*“ yang berarti “saya telah menemukannya!”. Atinya kreatifitas adalah kegiatan yang penuh hal-hal unik dan imajinatif, bisa dikatakan sebagai sebuah penemuan yang baru. Biasanya lebih banyak terjadi secara spontanitas dalam menciptakan sesuatu yang baru. Seperti dalam bidang menggambar, bernyanyi, membuat kopi, membuat penemuan baru, mengarang cerita, dan masih banyak lagi. Dengan kata lain kreatifitas merupakan sebuah konsep mental yang bisa menghasilkan ide juga teori baru. Manusia akan berproses secara kreatif, lalu kemudian bisa menghasilkan produk-produk yang baru, berbeda, dan menarik<sup>8</sup>.

Salah satu kegiatan kreatif yang menarik dan digandrungi milenial adalah membuat cerita bergambar. Cerita bergambar akrab disebut dengan nama komik merupakan media kreatif dan hiburan. Selain sebagai media hiburan komik juga dimanfaatkan sebagai sarana belajar dan informasi, juga sebagai sarana mencari penghasilan. Membahas seperti apa sebenarnya industri komik bekerja, seorang *youtuber* dan *passion coach* bernama Dedy Dahlan dalam channel youtubenya membahas tentang sebuah industri komik:

“Industri komik *mainstream* Amerika terutama Marvels dan DC mereka punya sistem kerja yang cukup jelas. Ada penulis (*writer*), *penciller*, *inker*, *colorist*, dan *letteris* (*letterer*). Dan setiap orang ini mendapatkan *fee* atau bayaran yang berbeda-beda. Mereka dibayar oleh industri atau oleh perusahaan yang mendapat *income* dari penjualan komik, hak karakter, hak filmnya, dan *merchandise*. Kalau industri Jepang lain lagi sistemnya. *Mangaka* dibayar oleh perusahaan penerbit untuk membuat komik, dan dia sendiri yang menulis ceritanya sampai hasil akhirnya. Dia biasanya dibantu oleh asisten, asistennya bisa dari dia yang menyewa atau disewakan oleh studio atau tepatnya sipenerbit tadi”<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Febe Chen, *Be Creative! Menjadi Pribadi Kreatif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 17-18.

<sup>9</sup> Youtube Channel Dedy Dahlan, *Dari Mana Duitnya?- Komikus*, <https://youtu.be/i57BUsv9LPo>, diakses pada tanggal 17 September 2018.



Kiblat industri komik terletak di Negara Amerika dan Jepang, serta beberapa negara lain yang juga tidak kalah bersaing. Dua negara tersebut merupakan negara memiliki sistem kerja yang jelas diindustri komik. Setiap bagian pekerjaan mendapatkan penghasilan yang berbeda-beda. Penghasilan yang didapatkan juga tidak hanya berasal dari penjualan komik, penghasilan lain berasal dari hak karakter, *merchandise*, dan dari penayangan film. Dunia komik menjadi besar dan menarik banyak orang untuk terjun diindustri komik. Sedikit berbeda dengan negara Indonesia yang belum banyak kemajuan diindustri komiknya.

Di Indonesia sebenarnya juga memiliki para *komikus*<sup>10</sup> yang karyanya juga tidak kalah bagus dari masa kemasa. Industri komik di Indonesia sudah ada lama sejak sebelum kemerdekaan terjadi, namun dalam masa-masa terus mengalami pasang-surut bahkan mati suri. Masa-masa itu dibagi dalam 5 periode, berikut peneliti rangkum: **Periode Pertama** tahun 1930 „Put On“ adalah karakter buatan „Kho Wan Gie“. „Put On“ adalah komik yang terdiri dari dua sampai empat panel (kotak) gambar atau disebut dengan *Komik Strip*<sup>11</sup>. „Put On“ diterbitkan secara bersambung disurat kabar, namanya adalah *De Java Bode* dan *D'orient*. Selain itu di Solo juga terdapat surat kabar bernama *Ratu Timur*, yang menerbitkan komik berjudul „Mentjari Poetri Hidjaoe“ dibuat oleh „Nasroen A.S“. **Periode kedua** tahun 1940 hingga 1950an mulai banyak komik strip bertemakan pahlawan terutama dari negara Amerika. Ada juga komik „Siaw Tik Kwei“ berkisah legenda

<sup>10</sup> *Komikus* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi *Offline*, artinya: orang yang ahli membuat komik, atau pelaku pembuat komik.

<sup>11</sup> Komik Strip adalah komik pendek, biasanya terdiri dari 2-4 panel (kolom).

Tiongkok. Kepopuleran komik-komik tersebut kemudian menginspirasi „R.A. Kosasih“ yang dikenal sebagai Bapak Komik Indonesia (BKI) untuk membuat komik pahlawan ala Indonesia berjudul „Sri Asih“<sup>12</sup>.

Di tahun 1940an muncullah komik strip lokal yang bertema pahlawan seperti „Siti Gahara“, „Puteri Bintang“, dan „Garuda Putih“. Bahkan komikus „Abdulsalam“ mengawali dengan dibukukannya komik miliknya berjudul „Kisah Pendudukan Jogja“. Diterbitkan harian oleh *Pikiran Rakyat* yang sebelumnya terbit mingguan di *Kedaulatan Rakyat*. **Periode ketiga** tahun 1960 hingga 1970an dunia komik lokal semakin berjaya. Semakin banyak komikus lokal berbakat menunjukkan karya-karyanya yang terinspirasi dari komik luar negeri seperti: „Gundala Putra Petir“ karya „Hasmi“, seri „Mahabharata“ karya „R.A. Kosasih“, dan juga „Godam“ karya „Wid NS“. Terutama „Panji Tengkorak“ milik „Hans Jadalara“ dan „Si Buta dari Goa Hantu“ karya „Ganesa TH“. Merupakan komik yang sukses hingga dijadikan serial ditelevisi<sup>13</sup>.

**Periode keempat** pada tahun 1980an, ditahun ini dunia komik lokal mulai menurun akibat gempuran pasar komik luar negeri terutama Jepang, Eropa, Hongkong, dan juga Amerika. Tidak mau kalah komikus Indonesia bergerilya melalui komik strip dan *Komik Karikatur*<sup>14</sup>. Pemasaran komiknya juga sampai dijual melalui pedagang asongan, tidak hanya dari penerbit dan koran harian. Masa-masa itu menjadi masa yang meredupkan karya-karya komikus Indonesia.

<sup>12</sup> Alabn, *Sejarah Komik Indonesia Kejayaan dan Kemundurannya*, <http://www.alabn.com/sejarah-komik-indonesia-kejayaan-dan-kemundurannya/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2016, pukul 09:48 WIB.

<sup>13</sup> <http://www.alabn.com/sejarah-komik-indonesia-kejayaan-dan-kemundurannya/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2016, pukul 09:48 WIB.

<sup>14</sup> Komik Karikatur dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia versi *offline* adalah komik yang gambarnya berisi olok-olokan, atau sindiran terhadap peorangan maupun masalah-masalah.

**Di Periode kelima** masuk tahun 1990 sampai dengan 2000an dunia komik Indonesia sedikit demi sedikit kembali terlihat. Penerbit besar seperti *Gramedia* dan *Elex Media Komputindo* berani menerbitkan komik lokal seperti „Imperium Majapahit“ karya „Jan Mintaraga“; komik „Legenda Sawung Kampret“ karya „Dwi Kora“ yang diterbitkan oleh *Mizan Komik*<sup>15</sup>.

Keluar dari periode-periode tersebut tingkat kejayaan komik Indonesia terus mengalami pasang dan surut. Bangkit kembali tatkala para komikus dan para penggiat komik mulai menyuarkan aspirasinya bersama dengan komunitas-komunitas komik lain yang banyak terbentuk. Selain konsistensi para penggiat komik, penerbit dan percetakan juga tidak berhenti ikut serta mendorong kemajuan komik lokal Indonesia. Komunitas komik di Indonesia sangatlah banyak, namun keberadaannya masih kurang diketahui oleh banyak orang. Bahkan sesama penggiat komik atau komikus tidak saling mengenal satu sama lain. Penyebabnya adalah kurangnya media yang dipakai untuk komunikasi dan informasi.

Di kota Yogyakarta terdapat salah satu perkumpulan komik yang memanfaatkan *group Facebook* (Fb). Namanya adalah Forum Komik Jogja, mereka tidak memiliki kesekretariatan dan juga tidak menggunakan sistem kepemimpinan seperti sebuah organisasi. Di grup Fb FKJ hanya ada Admin yang bertugas menjadi administrator grup. Melalui grup Fb tersebut semakin banyak anak muda yang mengenal dunia komik lokal Indonesia. Bahkan mulai mengenal nama-nama komikus tanah air. Fb sendiri merupakan media sosial atau teknologi

---

<sup>15</sup> <http://www.alabn.com/sejarah-komik-indonesia-kejayaan-dan-kemundurannya/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2016, pukul 09:48 WIB.

yang terbaru. Tergolong dengan sistem aplikasi lunak atau dikenal dengan *software* yang bekerja secara *online* dengan dukungan internet. Ragam aplikasi sejenis Fb tidak hanya satu, banyak sekali dan semakin banyak seiring kemajuan teknologi yang tidak berhenti. Dengan memanfaatkan aplikasi *online* FKJ bisa ditemukan dan bisa bergabung dengan mudah. Karena grup ini dibuat melalui grup Fb anggota yang bergabung tidak hanya berasal dari kota Yogyakarta saja, tapi dari berbagai daerah di Indonesia<sup>16</sup>. Melalui grup tersebut FKJ bertujuan mengenalkan komik secara lebih luas, serta menjadi wadah bagi para insan pecinta komik berkumpul dan saling mengenal satu sama lain. FKJ juga selalu memberikan berbagai macam informasi seputar dunia komik, dan mengajak anggotanya untuk mengikuti berbagai aktivitas seperti festival, *talkshow*, *workshop*, dan sekedar bertemu untuk mengisi waktu luang.

Penelitian ini sangat menarik untuk diteliti, karena menyangkut kemajuan industri komik lokal. Mulai dari para penggiat komik, ragam karya komiknya, bentuk partisipasi lain seperti festival tahunan, sampai akhirnya bisa memberikan penghasilan. Alasan lainnya bahwa masih sedikit sekali orang-orang mengenal kehebatan komik lokal. Kalaupun ada mereka hanya mengetahui satu atau dua nama komik saja. Peneliti ingin melanjutkan bahan penelitian ini karena sumber daya alam di era sekarang semakin terbatas. Serta banyak generasi milenial yang mulai tertarik dengan industri kreatif, terutama industri komik.

Penjelasan latar belakang di atas menarik kesimpulan bahwa: peneliti akan mengumpulkan informasi lebih dalam seputar eksistensi FKJ sebagai wahana

---

<sup>16</sup> Cuki\_Pingvin, *Forum Komik Jogja, Pemersatu Komikus-Komikus Jogja*, <http://citralekha.com/forum-komik-jogja-pemersatu-komikus-komikus-jogja/>, diakses pada tanggal 08 Agustus 2016 pukul 13:09 WIB.



ekonomi kreatif generasi milenial di dunia komik yang terangkum dalam rumusan masalah berikut ini.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan ulasan latar belakang diatas, berikut adalah rumusan masalah yang akan diteliti:

1. Bagaimana proses eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) sebagai wahana ekonomi kreatif generasi *millennial* di dunia komik?
2. Bagaimana bentuk eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) sebagai wahana ekonomi kreatif generasi *millennial* di dunia komik?
3. Apa bentuk keberhasilan dari eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) sebagai wahana ekonomi kreatif generasi *millennial* di dunia komik?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, serta mendiskripsikan:

1. Mendiskripsikan proses eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) sebagai wahana ekonomi kreatif generasi *millennial* di dunia komik
2. Mendiskripsikan bentuk eksistensi eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) sebagai wahana ekonomi kreatif generasi *millennial* di dunia komik
3. Mendiskripsikan bentuk keberhasilan dari eksistensi Forum Komik Jogja (FKJ) sebagai wahana ekonomi kreatif generasi *millennial* di dunia komik

## **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu secara teoritis dan secara praktis:

### **1. Kegunaan Penelitian Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kekayaan wacana, serta referensi baru terkait eksistensi generasi milenial dan ekonomi kreatif bagi para peneliti. Terutama dalam dunia komik yang merupakan media kreatif untuk berkarya, sebuah media kreatif yang bisa dikembangkan untuk kemajuan ekonomi. Pengembangan Masyarakat Islam adalah jurusan yang berbasis kreatif, penelitian ini dapat menjadi referensi seputar ekonomi kreatif.

### **2. Kegunaan Penelitian Secara Praktis**

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan dan dukungan terhadap Forum Komik Jogja. Sebagai salah satu tempat berkumpul penggiat komik milenial di daerah Yogyakarta. Sekaligus bisa mendorong pertumbuhan dunia komik lokal di Indonesia. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya untuk mencapai tujuan yang sama.

## **F. Kajian Pustaka**

Demi menunjukkan keaslian pada hasil penelitian ini ada beberapa kajian pustaka dari penelitian terdahulu yang sudah penulis kumpulkan. Menyangkut isi dan referensi yang hampir berkaitan dan mendukung penelitian ini, diantaranya:

**Pertama,** penelitian skripsi milik Siti Nur Afifah berjudul “*Peran PT. Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi Komikus Melalui Website Ngomik.Com*” penelitian ini bersifat diskriptif – kualitatif, dan menjelaskan tentang peran PT. Konten Digital Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak dibidang aplikasi digital. Melalui konten digital Perusahaan membuka wadah bagi para komikus Indonesia, termasuk Yogyakarta untuk berkarya guna menambah dan memperbaiki perekonomian para komikus. Selain membuka lapangan kerja bagi para kreator Indonesia, penelitian ini memberi dampak pada kemajuan komik Indonesia, dan kemajuan industri kreatif<sup>17</sup>.

**Kedua,** penelitian skripsi berjudul “*Pemberdayaan Perempuan Berbasis Ekonomi Kreatif Di Bank Sampah Surolaras, Suronatan, Notoprajan, Ngampilan Yogyakarta*”. Skripsi ini meneliti tentang peran perempuan, dalam kegiatan bank sampah. Bila bank sampah biasanya mengadakan sebuah kegiatan yang diperuntukkan untuk kemajuan desa, dan para laki-laki mendominasi kegiatan tersebut. Berbeda dengan pemberdayaan bank sampa di Surolaras, yang mengajak peran perempuan dalam kegiatan. Penelitian skripsi ini bersifat diskriptif-kualitatif, membahas secara lapangan fokus pemberdayaan perempuan dengan mengelolah bank sampah yang berbasis ekonomi kreatif<sup>18</sup>.

**Ketiga,** penelitian skripsi Berjudul “*Peran Karang Taruna Dipo Ratna Muda Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Guwosari Kecamatan*

---

<sup>17</sup> Siti Nur Afifah, *Peran PT. Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi Komikus Melalui Website Ngomik.com*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015).

<sup>18</sup> Mega Widya Saraswati, *Pemberdayaan Perempuan Berbasis Ekonomi Kreatif: di Bank Sampah Surolaras Suronatan Notoprajan Ngampilan Yogyakarta*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2017).

*Pajangan Kabupaten Bantul.*” Dibuat oleh Siti Rosanti, penelitian ini berisi tentang pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh warga desa Guwosari. Sebuah perkumpulan yang dikenal dengan nama Karang Taruna Dipo Ratna Muda di desa Guwosari. Kegiatannya bertujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi desa dengan melakukan berbagai pemberdayaan di bidang ekonomi. Penelitian ini juga bersifat diskriptif – kualitatif, penelitian lapangan yang bertujuan mengetahui apa saja peran dan hasil yang sudah dicapai Karang Taruna Dipo Ratna Muda. Penelitian ini berfokus pada konsistensi peran fasilitasi, peran edukasi, dan peran broker dalam perkembangan pada perkumpulan Karang Taruna Dipo Ratna Muda di desa Guwosari<sup>19</sup>.

## **G. Kerangka Teori**

Untuk memudahkan menjawab rumusan masalah, berikut peneliti mengumpulkan beberapa teori yang bisa dijadikan acuan dalam mengkaji penelitian dengan judul yang dimaksud:

### **1. Teori Generasi**

#### **a. Klasifikasi Generasi**

Generasi adalah sebutan lain untuk satuan masa angkatan kelahiran manusia dari tahun-tahun tertentu. Generasi-generasi tersebut kemudian menjadi tingkatan generasi kegenerasi yang berurutan sesuai tahun kelahiran. Generasi tersebut dimulai dari:

---

<sup>19</sup> Siti Rosanti, *Peran Karang Taruna Dipo Ratna Muda Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Guwosari Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2011).



### 1) Generasi *Baby Boomer*

Generasi *Baby Boomer* adalah angkatan manusia yang lahir pada periode 1946-1964. Generasi ini terkenal akibat tingkat kelahiran bayi yang tinggi di periode tersebut, sehingga dikenal dengan sebutan generasi *baby boomer*. Alasan yang membuat meningkatnya angka kelahiran pada tahun-tahun tersebut adalah tingkat optimisnya masyarakat Indonesia yang tinggi. Demi merayakan kejayaan usainya perang dunia kedua, masyarakat Indonesia optimis menyambut era baru dengan melahirkan banyak generasi anak-anak<sup>20</sup>.

Generasi *baby boomer* merupakan pionir dari kemajuan teknologi di abad 21. Sampai dikemajuan generasi Y, orang-orang generasi *baby boomer* masih menggunakan teknologi lama seperti faksimili dan telepon rumah. Generasi ini tergolong pekerja keras, perintis, dan bernaluri pejuang. Adapun tokoh-tokoh *baby boomers* di Indonesia sudah menjadi seseorang yang berstatus seperti CEO sebuah perusahaan, tokoh politik, tokoh besar dengan jabatan tinggi dan lain sebagainya, seperti: *Jokowi, Presiden Indonesia (1961), Sri Mulyani Indrawati (1962), Bill Gates (1955), Jeff Bezos (1964)*, dan masih banyak lagi<sup>21</sup>.

### 2) Generasi X

Generasi X adalah angkatan manusia dengan tahun kelahiran periode 1965-1980. Pada periode generasi ini tingkat kelahiran kembali stabil, karena masa-masa kemenangan kemerdekaan sudah mereda. Pada

---

<sup>20</sup> Edwin Santoso, *Millennial Finance*, hlm. 4.

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 4-5.

generasi ini teknologi semakin berkembang pada masanya. Seperti dikenalnya teknologi PC atau *personal computer*, lalu ada tivi kabel, internet, dan *video games*. Sayangnya penggunaan peralatan canggih tersebut masih sangat terbatas, hanya bisa dinikmati oleh kalangan yang tingkat ekonominya tinggi<sup>22</sup>.

Saat ini generasi X masih sangat *uptodate* dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Seperti penggunaan *social media*, *twitter*, *facebook*, *instagram*, *website* dan sebagainya. *Website* merupakan salah satu sistem teknologi canggih yang dibuat oleh orang-orang generasi X. Selain itu tipe karakteristik kepemimpinan generasi X identik dengan besarnya rasa tanggung jawab, jujur, rasional, dan orientasi yang besar terhadap dunia pekerjaan. Nama-nama tokoh generasi X antara lain: *Basuki Tjahaja Purnama (1966)*, *Sandiaga Uno (1969)*, *Andrew Darwis (1979)*<sup>23</sup>.

### 3) Generasi Y (*Millennial/Milenial*)

Generasi Y merupakan angkatan manusia dengan periode kelahiran dari tahun 1981-1994. Masa periodenya dipenuhi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Alat-alat canggih yang awalnya hanya dimiliki kalangan ekonomi tinggi, kini menjadi lebih terjangkau bagi kalangan luas. Bahkan alat komunikasi yang biasa digunakan seperti telepon rumah, faksimili, dan telegram, berkembang menjadi lebih

---

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm. 6.

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm. 6-7.

canggih seperti: *e-mail*, *Short Message Service* (SMS) yang bisa digunakan melalui posel genggam<sup>24</sup>.

Nama lain dari generasi Y adalah generasi milenial, diambil dari pengalaman yang dialami oleh generasi ini. Berada di dua zaman yang merupakan masa yang cukup berbeda, yaitu pre-milenium (sebelum tahun 2000), dan zaman ke-2 disebut pasca-milenium (sesudah tahun 2000). Pada masa periode itu masyarakat luas semakin tertarik menggunakan teknologi: SMS, *internet message*, *e-mail*, dan sebagainya. Artinya dua zaman ini memiliki perubahan pada sistem teknologi dan tingkat pemakaiannya yang semakin meluas. Karena generasi Y mengalami masa perubahan pada dua zaman, maka dari itu generasi ini disebut sebagai generasi milenial. Adapun nama-nama tokoh di generasi ini, adalah: *Nadiem Makarim (1984)*, *Achmad Zaky (1986)*, *Mark Elliot Zuckerberg (1984)*, dan masih banyak lagi<sup>25</sup>.

#### 4) Generasi Z (Net)

Generasi Z merupakan angkatan manusia dengan periode kelahiran dari tahun 1995-2010. Manusia generasi ini juga terkenal dengan nama lain *iGeneration*, ada juga yang menyebut generasi *Net*. Alasannya karena pada masa kelahiran dan pertumbuhan mereka adalah masa perkembangan teknologi canggih yang semakin maju. Teknologi menjadi komponen penting dalam kehidupan sehari-hari, bahkan berbagai infrastruktur memberikan banyak kemudahan dan kecepatan. Terlebih nilai teknologi

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 8.

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm. 8.

yang bisa dijangkau oleh berbagai kalangan. Generasi Z sangat mudah beradaptasi dengan kecanggihan *smartphone*, *tablet computer*, *leptop*, dan sebagainya<sup>26</sup>.

Generasi Z tergolong generasi yang individualistis, mereka lebih aktif mengonsumsi teknologi media sosial dibanding generasi milenial. Nama-nama dari tokoh generasi ini belum terlalu banyak, namun kebanyakan mereka terkenal melalui media sosial. Para generasi ini sangat terkenal karena buah bibir dari para netizen (sebutan para warga internet), karena banyaknya jumlah pengikut (*followers*) yang mereka miliki di akun media sosial. Seperti: *Malala Yousafzai* (1997), *Moziah Bridges* (2002), *Joshua Wong Chi Fung* (1996), dan masih banyak lagi<sup>27</sup>.

##### 5) Generasi Alpha (2011-2025)

Generasi Alpha adalah angkatan manusia yang lahir dari tahun 2011-2025. Merupakan generasi termuda, dan generasi masa depan. Pada periode ini terjadi perkembangan terhadap kemajuan berbagai teknologi dan sistemnya, terutama pada teknologi komunikasi yang sangat praktis. Generasi ini diperkirakan akan menjadi generasi yang sangat bergantung pada teknologi untuk kehidupan sehari-hari. Penggunaan teknologi tersebut dipelopori oleh para orangtua generasi alpha, yang tidak memperlakukan pengenalan teknologi dan media sosial sejak dini. Pada generasi ini belum diketahui seperti apa masa depan mereka, namun sebagian ahli menyebutkan jika generasi alpha akan membawa dampak

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm.10.

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm.10-11.

besar untuk kemajuan era teknologi. Selain perubahan pada teknologi para ahli juga menyebutkan generasi alpha akan memberikan perubahan bagi tatanan sosial, gaya hidup, dan perekonomian, karena mereka terlahir dari kondisi yang sudah sangat berkembang<sup>28</sup>.

#### **b. Ciri-Ciri Generasi Milenial**

Ciri-ciri generasi milenial hampir sama dengan generasi Z. Karena periode tahun kelahiran mereka yang dekat, dan hampir mengalami masa-masa yang sama dan juga mengalami masa kemajuan sistem dan teknologi. Berikut ini ciri-cirinya<sup>29</sup>:

- 1) Pola komunikasi yang sangat terbuka. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki sikap reaktif terhadap semua pandangan ilmu, lingkungan dan perkembangannya.
- 2) Sangat tergantung dengan teknologi dan penggunaan media sosial. *Update* di media sosial *facebook*, *twitter*, *Line*, *BBM*, *Whatsapp*, *Instagram*. Menonton *Youtube* sebagai pengganti televisi, dan membaca di *e-book* bacaan digital melalui *smartphone*.
- 3) Dari sisi konsumerisme milenial lebih percaya konten dan informasi yang dibuat secara perorangan (dikenal *User Generated Content* (UGC)). Sejenis konten yang dibuat secara perorangan, berisi testimoni dan review yang dibuat seseorang yang berpengalaman disuatu produk tertentu.

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hlm. 11-12.

<sup>29</sup> HITSS.com, *Kenali Lebih Jauh Karakteristik Generasi Millennial Lewat 7 Poin*, <http://hitsss.com/kenali-lebih-jauh-karakteristik-generasi-millennial-lewat-7-poin-ini/2/>, diakses pada tanggal 31 Oktober 2016 pukul 10:33 WIB.



- 4) Cara dan gaya baca. Milenial lebih senang memilih bacaan yang mengandung sebuah gambar atau warna.
- 5) Bertransaksi secara *cashless* atau yang dikenal dengan transaksi tidak langsung. Biasanya penggunaannya didukung dengan sistem *online* dan aplikasi *smartphone*. Contohnya seperti membayar transportasi umum dengan menggunakan sebuah kartu dan point secara *online*.

## 2. Teori Ekonomi Kreatif

Teori ekonomi menyebutkan perkembangan ekonomi terus berkembang dari zaman ke zaman. Pertama kali ekonomi berkembang berbasis pertanian. Kedua ekonomi mulai berkembang dengan basis peralatan mesin. Ketiga ekonomi berkembang menjadi berbasis informasi. Masuk ke era perekonomian keempat, yakni ekonomi yang berbasis ide dan kreatifitas sumber daya manusianya. Dikenal dengan ekonomi kreatif, karena para ekonom memahami siklus masyarakat mulai menuntut banyak kebutuhan setiap harinya. Berkembangnya ekonomi kreatif merupakan serapan dari gelombang-gelombang ekonomi sebelumnya. Sebuah industri yang bergerak melalui sumber daya terbarukan yang tidak akan cepat habis, bahkan mampu dipersaingkan seperti perpaduan ilmu pengetahuan, ide, dan kreatifitas.

### a. Pengertian Konsep Ekonomi Kreatif

Menurut John Howkins (2001) ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan produktifitas yang berbasis pada kreatifitas, budaya, dan warisan budaya di lingkungan menjadi nilai dan tumpuan untuk perkembangan masa depan. Sedangkan Richard Florida mengatakan dalam bukunya *The*

*Rise of Creative Class* dan *Cities and The Creative Class*(2001) seperti kutipan<sup>30</sup>:

“Seluruh umat manusia itu kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kaca atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat musik hip-hop. Namun, perbedaannya adalah pada statusnya, karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut dibidang kreatif (dan mendapat faedah ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut). Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini.”

Dilanjutkan oleh UK *DCMS Task Force* 1998 mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai industri yang mengandalkan keaslian ide kreatif, hingga keterampilan dan talenta yang dimiliki individu (SDM). Kemudian dengan kemampuan tersebut dapat meningkatkan taraf hidup dan penciptaan kesempatan kerja melalui Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)<sup>31</sup>.

Dapat disimpulkan bahwa konsep ekonomi kreatif dapat dititik beratkan pada inovasi baru para SDMnya. Pentingnya sebuah ide orisinal dari SDM yang bertalenta dibidangnya, hingga menciptakan sebuah inovasi dan terobosan baru. Adanya ide kreatif melalui pemanfaatan budaya, warisan budaya dan teknologi, hingga terciptanya inovasi-inovasi baru yang kemudian bisa dipersaungkan ditingkat negara. Poin penting dari perkembangan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan sumber daya terbarukan yang jumlahnya tak terbatas yaitu ide, kreatifitas, yang kemudian dituangkan menjadi inovasi dan karya yang memiliki nilai.

---

<sup>30</sup> Mauley Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 218-219.

<sup>31</sup> *Ibid*, hlm. 230.

## **b. Subsektor Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif memiliki 16 subsektor yang menjadi pendorong kemajuan industri kreatif di dunia yaitu: 1) Periklanan; 2) Desain Komunikasi Visual; 3) Televisi dan Radio; 4) Aplikasi dan Pengembangan Game; 5) Fotografer; 6) Film; 7) Animasi Video; 8) Arsitektur dan Desain Interior; 9) Penerbitan dan Percetakan; 10) Musik; 11) Kuliner; 12) Seni Pertunjukan; 13) Fesyen; 14) Kerajinan; 15) Seni Rupa; dan 16) Desain Produk. Industri komik tergolong dalam beberapa subsektor antara lain: desain, penerbitan dan percetakan. Namun dalam perkembangannya di beberapa negara besar lain industri komik merambat ke beberapa subsektor lain seperti: Fotografi, Video Animasi, Film, Kerajinan, Game, dan juga Fesyen. Berikut penjelasan yang mencakup subsektor industri komik di Indonesia<sup>32</sup>:

- 1) **Desain Komunikasi Visual dan Seni Rupa** adalah kegiatan menggambar dengan menggunakan peralatan tradisional maupun digital. Di industri komik desain ini merupakan modal utama bagi seorang komikus. Kegiatan yang tergolong dalam subsektor ini antara lain: desain grafis, interior, produk, konsultasi identitas perusahaan, dan jasa riset pemasaran, serta produksi berbagai kemasan. Termasuk

---

<sup>32</sup> Tempo.co, *Dari 16 Subsektor Ekonomi kreatif, Baru 3 yang Berkembang*, Ekonomi Kreatif Browsing/10. Dari 16 Subsektor Ekonomi Kreatif, Baru 3 yang Berkembang \_ bisnis \_ tempo.co.htm, terbit pada tanggal. 15 Maret 2016, diakses pada tanggal. 24 Oktober 2016, Pukul 19:45 WIB.

menggambar, membuat ilustrasi, membuat *background*, pemandangan, dan lain sebagainya<sup>33</sup>.

**2) Penerbitan dan Percetakan** bertugas mencetak dan menerbitkan buku komik yang sudah melalui tahap editing, dan sensoring. Apabila buku dan komik tersebut berasal dari luar negeri, maka akan diterjemahkan terlebih dahulu baru kemudian dicetak dan diperjualbelikan. Penerbitan sekarang tidak hanya mengeluarkan buku dan komik dalam bentuk buku cetak, ada juga yang menerbitkannya dalam bentuk digital seperti *e-book* dan *webcomic*<sup>34</sup>.

**3) Kerajinan** adalah kegiatan kreatif mengolah atau membuat suatu karya jadi dari bahan dan material tertentu. Subsektor ini menjadi media lain yang mendukung pasar komik. Seperti membuat *merchandise*, poster, kaos, gantungan kunci, dan lain sebagainya. Di industri komik kerajinan menjadi media tambahan yang bisa membantu menjual, dan mengenalkan karya komik lebih luas dan beragam<sup>35</sup>.

### c. Pelaku dan Penggerak Ekosistem Ekonomi Kreatif

Kemajuan ekonomi kreatif dilihat dari berputarnya roda ekosistemnya. Melalui ekosistem ekonomi kreatif ada para pelaku yang menggerakkan perannya masing-masing. Terdapat 3 penggerak utama

---

<sup>33</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*, hlm. 232.

<sup>34</sup> *Ibid*, hlm. 233-234.

<sup>35</sup> *Ibid*, hlm. 232.

ekonomi kreatif, mereka adalah: *pertama* akademisi atau cendekiawan, *kedua* bisnis dan pasar, dan *ketiga* Pemerintah<sup>36</sup>:

#### 1) Peran Cendekiawan

Cendekiawan maupun akademisi dalam konteks industri kreatif adalah orang-orang yang ada dilingkup budaya, seniman, punakawan, bagawan, maupun para pendidik disebuah lembaga pendidikan. Perorangan maupun sebuah perkumpulan. Dalam kontek industri komik cendekiawan adalah para manusia generasi milenial yang sangat *update* dengan media sosial. Mereka adalah para komikus, ilustrator, penulis cerita, *coloris*, *inker* dan komunitas. Kontribusi peran cendekiawan adalah sebagai agen yang mampu mengimplementasikan ilmu pengetahuan seni dan teknologi kedia media lain hingga menjadi sebuah karya yang memiliki nilai dan manfaat.

#### 2) Peran Bisnis

Bisnis dalam konteks ekonomi berarti entitas organisasi yang legal, yang sengaja dibentuk guna menyediakan barang maupun jasa kepada konsumen. Tujuan bisnis adalah mencari keuntungan finansial bagi pemilik bisnis. Begitu juga dalam tatanan pengelolaannya terdapat sebuah badan hukum yang mengawasi. Sebagaimana sesuai dengan keberadaan lokasi bisnis tersebut.

Peran bisnis dalam kemajuan industri komik memiliki banyak pengaruh seperti: a). Membuka lapangan kerja, menemukan bakat baru

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 248-258.



seorang kreator atau komikus yang tidak banyak diketahui orang, kemudian mencetak karya komikus dan menjualnya dalam skala besar. Selain mencetak karya, peran bisnis juga menciptakan lapangan kerja baru dibidang kreatif dan percetakan; b). Pembentukan ruang komunitas, dalam artian bisnis memberikan ruang untuk para kreator, ilustrator, penulis, *coloris*, dan beberapa bagian lainnya untuk saling bertemu dan melakukan sebuah pendekatan seperti *talkshow* dan *workshop*.

### 3) Peran Pemerintah

Pemerintah dalam konteks ekonomi kreatif berarti sebagai sebuah badan organisasi yang memiliki otoritas penuh untuk mengolah tatanan ekonomi negara. Misalnya seperti pemerintah membuat hukum dan undang-undang kekuasaan di wilayah tertentu. Begitu pula dalam bidang ekonomi kreatif dan industri komik, pemerintah akan memperluas akses ekonomi kreatif melalui tugas-tugasnya: a) Sebagai katalisator, artinya pemerintah sebagai fasilitator dan advokad yang memberikan tantangan untuk merangsang agar ide-ide bisnis mampu bersaing ketingkat yang lebih tinggi. b) Sebagai regulator, artinya pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pertumbuhan masyarakat umum. c) Sebagai konsumen, investor dan *entrepreneur*, artinya pemerintah mampu memberdayakan aset-aset negara, maupun SDM menjadi lebih produktif.

Di Indonesia terdapat badan “BEKRAF” (Badan Ekonomi Kreatif) yang bertanggung jawab terhadap 16 subsektor ekonomi kreatif. BEKRAF

merupakan lembaga dari pemerintahan Indonesia yang non kementerian, yang dipimpin oleh bapak Triawan Munaf selaku Kepala Badan Ekonomi Kreatif Indonesia<sup>37</sup>. Di Yogyakarta juga terdapat sebuah organisasi bernama JCA (*Jogja Creative Assosiation*) mereka menaungi komunitas-komunitas kreatif yang ada di Yogyakarta. seperti komunitas *game*, komik, animasi, *cosplay* dan masih banyak lagi. FKJ pernah bekerja sama dengan JCA dan mendapat bantuan berupa dana akomodasi saat mengikuti festival budaya tahunan di Jakarta<sup>38</sup>.

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang dilakukan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi, dan menganalisa fakta-fakta yang ditemukan di lapangan. Kemudian dicatat dan dikumpulkan lalu diolah hingga menjadi hasil laporan, dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan guna menentukan kebenarannya<sup>39</sup>.

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif yaitu peneliti mengamati objek dan subjek di lapangan. Kemudian didiskripsikan menjadi sebuah laporan yang menggambarkan keadaan tersebut. Didukung

<sup>37</sup> Retas: Wacana, “Memperkuat Komunitas, Agar Monetisasi Terus Menerabas”, BEKRAF, Retas: Kebangkitan Ekonomi Kreatif, Berpotensi Menjadi Tulang Punggung Ekonomi Dunia, vol.1 (Desember, 2016), hlm. 2-3.

<sup>38</sup> Wawancara dengan Adhitama Yoga salah satu Admin grup Forum Komik Jogja, di Perpustakaan Grhatama Pustaka, Yogyakarta, pada tanggal 23 Februari 2017.

<sup>39</sup> Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Garamedia, 1981), hlm. 13.

dengan teori yang sejenis<sup>40</sup>. Artinya penelitian melakukan penelitian di lapangan dengan metode tertentu untuk mengumpulkan informasi seputar eksistensi FKJ sebagai wahana industri kreatif komik generasi milenial. Kemudian dianalisa kembali dengan teori-teori terkait judul penelitian. Kemudian mengumpulkannya menjadi laporan yang memberikan nilai informasi.

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *online* di akun media sosial grup Fb Forum Komik Jogja. Grup Fb ini bersifat terbuka, jadi sangat mudah ditemukan. Penelitian ini mencari tentang segala informasi seputar kegiatan dan perkembangan komik lokal yang dimotori oleh generasi milenial. Selain dari halaman Fb penelitian juga dilakukan di *basecamp* atau tempat biasa nongkrong para penggiat komik. Namanya Wooky Cooky cafe salah satu tempat nongkrong, makan, membaca, dan berdiskusi para penggiat komik. Wooky dan FKJ pernah melakukan kerjasama dalam sebuah kegiatan diskusi, seperti pelatihan komik, talkshow, dan bedah komik. Alasan peneliti menjadikan Wooky Cooky sebagai lokasi mengumpulkan informasi lebih seputar FKJ karena:

- *Pertama*, karena Wooky Cooky adalah sebuah kafe yang mengusung tema komik. Maka dari itu banyak penggiat komik yang biasa datang kesana, mulai dari perorangan hingga komunitas, termasuk FKJ.

---

<sup>40</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2009), hlm. 25.

- *Kedua*, karena pada dasarnya FKJ adalah grup yang bersifat media sosial/ *online*, sedangkan penelitian ini bersifat diskriptif-kualitatif/ lapangan. Maka diperlukan informasi tambahan yang bisa didapatkan melalui para penggiat komiknya secara langsung.
- *Ketiga*, karena di Wooky Cooky juga menjual komik-komik lokal yang tidak banyak ditemukan di toko-toko buku.

### 3. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian adalah sumber utama yang menghasilkan data dan informasi dari proses penelitian yang dicari<sup>41</sup>. Pencarian subjek ini dilakukan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu menggunakan karakteristik tertentu untuk mendapatkan informan. Dalam hal ini peneliti menemukan nama Adhitama Yoga, selaku penanggung jawab admin grup Fb FKJ yang sangat aktif. Melalui Adhitama Yoga peneliti memperoleh nama Bagus Wahyu Ramadan selaku *founder* grup FKJ. Kemudian disusul para penggiat komik lain yang aktif di grup FKJ.

Peneliti juga menggunakan metode lain untuk menemukan informan yaitu metode *Snow Balling*. Artinya teknik pengambilan sampel dan informasi yang awalnya kecil, kemudian makin lama semakin banyak hingga informasi yang didapatkan dinilai telah cukup<sup>42</sup>. Secara *Snow*

---

<sup>41</sup> Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988), hlm. 135.

<sup>42</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Perdana Media group, 2011), hlm. 155-156.

*Balling* penelitian ini mendapatkan nama-nama yang dibutuhkan, antara lain:

- 1) Adhitama Yoga: penggiat komik indie dan komikus. Merupakan *Admin* grup Fb FKJ saat ini dan anggota FKJ. Dari Adhitama peneliti mendapatkan nama lain yaitu,
- 2) Bagus Wahyu Ramadhan: penggiat komik, dan ilustrator. Bagus adalah pembuat akun grup FKJ, sekaligus *Admin* pertama, dan anggota FKJ. Sayangnya peran Bagus digantikan oleh Adhitama sebagai Penanggung Jawab (PJ) *Admin*. Peneliti juga mendapatkan nama-nama lain yang membantu PJ *Admin* di grup FKJ, menurut Adhitama mereka adalah,
- 3) Muhammad Tanfidz Tamamuddin (Tamam): penggiat komik, dan komikus. Salah satu *Admin* FKJ, dan anggota FKJ.
- 4) Ahmad Noor Taufi (Taufiq): penggiat komik, dan komikus indie. Salah satu *Admin* FKJ, dan anggota FKJ.
- 5) Kaldera: penggiat komik, komikus *freelance* di Megana Studio, dan anggota FKJ.
- 6) Muhammad Mahrozi (Mamad): penggiat komik, komikus *freelance*, anggota FKJ, *Owner* Megana Studio (studio komik *freelance*).
- 7) Maulidina Desfianti : penggiat dunia kreatif, komik dan *pop-culture*, ketua panitia Mangafest 2017.
- 8) Ahmad Alhamra Putra : *Owner* Wooky Cooky *cafe*, dan penggiat komik, dan komikus.



#### b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tema dari bahan penelitian yang akan diteliti, kemudian dibahas lebih lanjut<sup>43</sup>. Objek penelitian ini membahas kegiatan kreatif generasi milenial diindustri komik melalui grup Fb FKJ. Anggota-anggota FKJ saling berbagi informasi dan melakukan kegiatan bersama untuk membuat sebuah karya komik. mulai dari kegiatan rutinan, festival, sampai mengirim *comission* untuk dilombakan maupun *webcomic*. Sebagai bentuk eksistensi FKJ menjadi wahana ekonomi kreatif generasi milenial di dunia komik, hasil dari penelitian terhadap objek tersebut akan dijadikan laporan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 3 teknik: wawancara, observasi, dan dokumentasi berikut ini:

##### a. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik tanya jawab antara peneliti dan narasumber yang terpilih, untuk mendapatkan informasi sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti melakukan wawancara dengan 2 metode: *Pertama*, secara langsung yaitu bertemu dengan narasumber dan menanyakan beberapa pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya. Narasumber tersebut adalah Adhitama Yoga, dan Bagus Wahyu Ramadhan selaku Admin grup FKJ. Selain itu ada Maulidina Desfianti yang merupakan ketua umum dan panitia dari *event* tahunan „Mangafest“ tahun 2017. *Kedua*,

<sup>43</sup> Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, hlm. 90.

metode wawancara terstruktur yang dilakukan melalui media *online* atau *via chatting*, wawancara ini dilakukan dengan alasan jadwal dan kesibukan dari para narasumber yang tak diduga-duga. Serta untuk menghemat waktu dan mempercepat pengumpulan informasi sebagai bahan penelitian. Adapun para narasumber yang peneliti wawancarai melalui *chatting* adalah: Kaldera, Taufiq, Bagus, Tamam, Adhitama dan Mamad, mereka adalah para penggiat komik. Selain itu ada nama Ahmad Alhamra Putra, penggiat komik sekaligus *Owner* dari Wooky Cooky kafe. Bahan wawancara yang digunakan ditata secara terstruktur. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan juga terkadang fleksibel, dan menyesuaikan kebutuhan peneliti<sup>44</sup>.

#### b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menyimpan informasi dalam bentuk tertentu. Teknik ini juga berlaku untuk penelusuran dan pengolahan data yang diperoleh dari data yang sudah ada sebelumnya. Misalnya data tersebut berupa file, agenda dan gambar, profil suatu lembaga, hingga tata tertib maupun kebijakan milik subjek secara pribadi yang sesuai dengan objek penelitian<sup>45</sup>. Peneliti mendokumentasikan informasi dan data secara resmi yang didapat dengan cara *screenshot*, maupun mendownload dan menyimpan beberapa informasi seperti foto-foto kegiatan FKJ yang disimpan di grup Fb. Dokumentasi lain yang didapat adalah data berupa gambar dan informasi seputar Mangafest melalui

<sup>44</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 80.

<sup>45</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 83.

Instagram resminya: @mangafest\_ugm, dan Wooky Cooky melalui Fb dan Instagram resminya: @wookycooky.

#### c. Observasi

Teknik observasi adalah teknik meninjau informasi seputar objek dan subjek penelitian di lapangan. Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan observasi secara langsung dan tidak langsung terhadap objek penelitian. Kemudian mencatat beberapa hal seputar kegiatan/ eksistensi FKJ di industri komik. Karena dasarnya grup FKJ adalah grup *online* peneliti kemudian melakukan observasi tidak langsung, dengan cara ikut serta menjadi anggota aktif di grup Fb FKJ. Sedangkan secara langsung peneliti melakukan observasi dengan cara datang ke lokasi: *basecamp* maupun kegiatan-kegiatan rutin yang diadakan admin FKJ. Seperti: kegiatan rutin Kumpul Komik FKJ, dan beberapa diskusi lainnya.

#### 5. Teknik Validitas Data

Teknik validitas pada penelitian ini berguna untuk membuktikan data yang berhasil dikumpulkan peneliti sesuai dengan realita yang ada di lapangan. Validitas data yang digunakan adalah teknik *triangulasi data* dari penelitian yang bersifat kualitatif. Proses praktisnya seperti berikut: Membandingkan wawancara dengan pengamatan; Membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi; Membandingkan hasil wawancara dengan teori penelitian yang

sejenis<sup>46</sup>. Keuntungan triangulasi data memberikan kemudahan bagi penelitian dalam mencapai titik temu hasil yang terpercaya, dan relevan seperti berikut ini:

Membandingkan hasil wawancara dengan temuan di lapangan, artinya peneliti mensinkronkan hasil informasi yang didapat dari wawancara dengan kegiatan lapangan yang dilakukan; Membandingkan wawancara dengan dokumentasi, sama dengan mencocokkan informasi dari hasil wawancara dengan karya-karya serta kenang-kenangan yang sudah disimpan lama; Membandingkan wawancara dengan teori sejenis, berarti peneliti mencocokkan antara temuan-temuan maupun dokumentasi dari informasi yang didapat dengan kebenaran teori-teori yang sudah membahas sebelumnya.

## 6. Analisi Data

Analisis penelitian ini menggunakan 3 model analisis data kualitatif milik Miler dan Huberman<sup>47</sup>. 3 model tersebut antara lain:

*Pertama*, Reduksi data. Peneliti mengumpulkan data utama, dari berbagai informasi yang didapatkan. Setelah itu data yang terkumpul akan menjadi bahan inti penelitian. Pengumpulan data penelitian ini: melalui observasi *web/akun* Fb grup FKJ, Instagram dan kegiatan FKJ lainnya. Hasilnya berupa informasi dari wawancara, foto-foto dokumentasi dan pengalaman ketika mengikuti kegiatan dan festival yang dikumpulkan dalam bentuk laporan.

---

<sup>46</sup> Noor, *Metodologi Penelitian*, hlm. 141.

<sup>47</sup> Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 248.

*Kedua* Penyajian data. Peneliti kemudian memilih beberapa data yang sesuai dengan rumusan masalah. Kemudian membuang data-data yang dirasa tidak tergolong sesuai dengan bahan yang dibutuhkan. Lebih spesifiknya peneliti memilih hasil data informasi yang cocok dan valid untuk kemudian ditulis dalam laporan. Laporan tersebut disusun dan diletakkan dalam pembahasan BAB II dan BAB III.

*Ketiga* Menarik kesimpulan adalah bagian akhir dari proses penelitian. Laporan-laporan yang tersusun dalam bab-bab tersebut kemudian disimpulkan, ditarik garis besarnya untuk kemudian menjawab rumusan masalah yang peneliti pertanyakan. Laporan kesimpulan peneliti letakkan di bab terakhir yaitu BAB IV. Peneliti menyimpulkan proses, hasil dan bentuk dari eksistensi FKJ sebagai wahana ekonomi kreatif generasi milenial di industri komik.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Manfaat sistematika pembahasan adalah untuk kelancaran peneliti meletakkan materi atau hasil penelitian pada porsinya masing-masing. Dengan begitu tidak ada bagian lain yang melewati batas pembahasan. Berikut sistematik pembahasannya:

Bab I: bab Pendahuluan membahas penegasan judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, serta tujuan penelitian. Kemudian membahas kegunaan penelitian secara praktis dan teoritis, kajian pustaka dari tiga skripsi, lalu membahas kerangka teori dari teori generasi, dan teori ekonomi



kreatif. Setelah itu menjelaskan metode-metode penelitian, dan terakhir sistematika pembahasan.

Bab II: bab ini berisi pembahasan gambaran umum grup *facebook* FKJ yang ada di [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Kemudian pembahasan bagaimana proses eksistensi FKJ sebagai wahana industri kreatif mulai dari sejarah terbentuknya FKJ, jumlah anggota dan para Admin grup, tempat diskusi dan bersantai di Wooky Cookie cafe yang sudah seperti *basecamp*, dan juga kegiatan-kegiatan *offline* FKJ lainnya.

Bab III: bab ketiga berisi pembahasan mengenai hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian, antara lain: mendeskripsikan bentuk-bentuk eksistensi FKJ sebagai wahana industri kreatif melalui berbagai kegiatan yang sudah diaplikasikan. Selanjutnya memaparkan bentuk keberhasilan dari eksistensi FKJ yang sudah dicapai sesuai dengan tujuan FKJ.

Bab IV: bab terakhir membahas kesimpulan terakhir dari keseluruhan hasil penelitian, serta saran-saran secara menyeluruh terhadap pihak-pihak terkait.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan. Bahwa proses eksistensi FKJ berjalan seiringan dengan bentuk eksistensi FKJ sebagai wahana ekonomi kreatif dan perkembangan industri kreatif di dunia komik. Selanjutnya eksistensi tersebut diwujudkan dalam beberapa bentuk keberhasilan FKJ di industri kreatif komik. Berikut adalah kesimpulan akhirnya:

**Pertama** proses dan bentuk kegiatan eksistensi FKJ berhubungan dengan keseharian para member grup FKJ *online* di media sosial. Karena pada dasarnya Fb dan media sosial lainnya bersifat *online*, maka anggota yang berada di daerah yang berbeda pun dapat terhubung, dan ikut serta di Fb grup FKJ. Mulai dari memposting komik, gambar karakter, *funart*, cerita, informasi *sharing*, sampai mempromosikan komik buatan dari aplikasi komik webtoon. Selama para member FKJ aktif bermain media sosial Fb, hal itu sudah membuktikan keaktifan para member FKJ dalam mendukung grup FKJ. Proses tersebut tidak sekedar bermain sosial media Fb ataupun instagram, tapi juga dibuktikan dengan bentuk kegiatan yang mereka lakukan bersama. Seperti kumpul komik, *talkshow*, *workshop*, atau hanya sekedar kumpul untuk berbincang-bincang ringan di Wooky Cooky kafe.

**Kedua** bentuk keberhasilan eksistensi FKJ adalah wujud dari proses kegiatan FKJ mulai dari media sosial hingga dikehidupan sebenarnya. Salah satu kegiatan-kegiatan tersebut membawakan sebuah hasil, seperti kegiatan *Jogja Comic Camp* (JCC). Kegiatan JCC sudah rutin setiap tahun dilakukan oleh FKJ bersama para penggiat komik di kota Yogyakarta sejak tahun 2016 lalu. Melalui kegiatan JCC tersebut beberapa member FKJ, dan penggiat komik lainnya yang ikut berpartisipasi dapat membuat sebuah karya komik hanya dalam waktu satu hari (24 jam). Tidak hanya itu, dari kegiatan tersebut juga semua karya di JCC dikumpulkan menjadi satu untuk kemudian dibukukan menjadi komik kompilasi. Komik-komik tersebut kemudian bisa diikuti sertakan dalam penjualan di festival-festival komik. Mangafest salah satunya festival komik terbesar di kota Yogyakarta. Di Mangafest selain sebagai acara *pop-culture* negara Jepang-Indonesia, juga diramaikan dengan industri kreatif lain seperti *cosplay*, stand makanan, *talkshow*, *workshop*, jual-beli komik indie, jual-beli jasa ilustrasi, dan aksesoris lainnya.

Melalui festival seperti Mangafest, para member FKJ maupun penggiat komik dan industri kreatif lain mendapatkan banyak manfaat. Seperti: mengetahui bahwa masih banyak orang-orang yang menyukai komik, dan berperan di industri tersebut. Bagi para member FKJ dan semua penggiat komik Festival komik adalah pasar yang dinanti-nanti, mereka bisa menunjukkan karya-karyanya pada para penikmat. Menjadi ajang silaturahmi dalam skala besar bersama para penggiat komik dari berbagai daerah yang turut serta. Termasuk sebagai tempat mencari penghasilan sendiri dengan hobi yang ditekuni yaitu membuat komik.

Komik-komik lokal Indonesia tersedia dalam berbagai media, ada yang cetak ada juga yang dalam bentuk webtoon. Komik dalam bentuk cetak yang bisa ditemui di toko buku adalah komik dari penerbit besar (mayor) seperti: RE:ON, Koloni, *Shonen Fight*, Pionnicon dan masih banyak lagi. Ada juga komik indie yang hanya dijual di festival, di kafe Wooky Cooky juga menjual komik indie. Selanjutnya komik dalam bentuk digital atau aplikasi dan web seperti: CIAYO *comics*, dan WEBTOON *comics*, Ngomik.com serta di *website* komik RE:ON.com, dan KOSMIK.com, serta *platform-platform* lainnya yang bisa dicari dengan mudah. Kesibukan lain para penggiat komik adalah mempromosikan karakter dan cerita mereka melalui media sosial Fb dan Instagram. Dua media sosial tersebut paling banyak digunakan untuk mempromosikan karya mereka secara gratis.

## **B. Saran-saran**

Ada beberapa saran-saran untuk beberapa pihak yang terkait, yakni untuk para anggota dan admin grup FKJ, dan juga untuk para penggiat industri kreatif dari semua peran yang disimpulkan berikut ini:

1. Anggota dan Admin grup harus terus membagikan informasi-informasi yang bermanfaat untuk para penerus penggiat komik, terlebih industri komik semakin terlihat terang.
2. Memperbanyak kesempatan kolaborasi untuk sesama penggiat komik, agar memberikan tantangan baru bagi para penggiat komik. sekaligus menjadi bahan pelatihan, dan menambahah kemampuan.

3. Admin grup FKJ juga bisa memperluas wadah media sosial, alias tidak hanya bertumpu pada grup Fb. Sekaligus memperkuat visi dan misi grup FKJ, agar menjadi salah satu grup penggiat komik yang benar-benar memberikan kontribusi yang berarti di industri kreatif.
4. Saran untuk penyedia kegiatan/panitia Mangafest. Agar menyediakan lahan pameran komik yang lebih inovatif, sehingga tidak hanya peserta lomba yang terpilih saja yang karyanya bisa dilihat oleh para pengunjung.
5. Membuat *basecamp* grup FKJ yang berdomisili di Yogyakarta, agar para anggota bisa berkumpul dengan fleksibel. Artinya tidak tergantung oleh tempat Wooky Cooky, atau kafe-kafe lainnya.





## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku dan Skripsi:

- Tim Redaksi Tesaurus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia-Tesaurus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Be-Kraft: RETAS: Kebangkitan Ekonomi Kreatif, Berpotensi Menjadi Tulang Punggung Perekonomian Indonesia, Vol.1, Desember 2016.
- Edwin Santoso, *Millennial Finance: Panduan Sukses Finansial Untuk Para Milenial*, Jakarta: Grasindo, 2017.
- Febe Chen, *Be Creative! Menjadi Pribadi Kreatif*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2009.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2011.
- Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1981.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Mega Widya Saraswati, *Pemberdayaan Perempuan Berbasis Ekonomi Kreatif*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Siti Nur Afifah, *Peran PT. Konten Digital Indonesia Dalam Pengembangan Ekonomi Komikus Melalui Website Ngomik.com*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Siti Rosanti, *Peran Karang Taruna Dipo Ratna Muda Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Guwosari Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2011.

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

Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988.

#### **Referensi Website:**

Alabn, *Sejarah Komik Indonesia Kejayaan dan Kemundurannya*, <http://www.alabn.com/sejarah-komik-indonesia-kejayaan-dan-kemundurannya/>, diakses pada tanggal 23 Agustus 2016.

Cuki\_Pingvin, *Forum Komik Jogja, Pemersatu Komikus-Komikus Jogja*, <http://citralekha.com/forum-komik-jogja-pemersatu-komikus-komikus-jogja/>, diakses pada tanggal 08 Agustus 2016.

Hanakristina, <https://hanakristina.wordpress.com/2010/03/10/generasi-millennial/>, diakses pada Sabtu, 24 Oktober 2016.

HITSS.com, *Kenali Lebih Jauh Karakteristik Generasi Millennial Lewat 7 Poin*, <http://hitsss.com/kenali-lebih-jauh-karakteristik-generasi-millennial-lewat-7-poin-ini/2/>, diakses pada tanggal 31 Oktober 2016.

Wikipedia, [https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi\\_kreatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_kreatif), diakses pada Sabtu, 24 Oktober 2016.

### Facebook dan Youtube:

Ciayocomics.com

Forum Komik Jogja, [www.facebook.com/forumkomikjogja](http://www.facebook.com/forumkomikjogja).

Kosmik.com

Mangafest UGM, [www.facebook.com/MFUGM](http://www.facebook.com/MFUGM).

Pasar Komik Bandung, [www.facebook.com/pasarkomikbdg](http://www.facebook.com/pasarkomikbdg).

Popcon Asia, [www.facebook.com/PopconAsia](http://www.facebook.com/PopconAsia).

Webtoon.com

Wooky Cooky Corner, [www.facebook.com/wookycookycfe](http://www.facebook.com/wookycookycfe).

Youtube.com, *channel* Pagi Pagi NET.

[www.youtube.com/watch?v=qlH6fu3cCX4](http://www.youtube.com/watch?v=qlH6fu3cCX4)

Youtube.com, *Youtube Channel Dedy Dahlan, Dari Mana Duitnya?- Komikus,*  
<https://youtu.be/i57BUsv9LPo>.

### INSTAGRAM:

@festivalkomiknasional

@komikkoma

@mangafest\_ugm

@stripjogja

@wookycooky

## CURRICULUM VITAE

### A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Melinda Nirwana Shinta  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 24 Oktober 1993  
Alamat Asal : Karang Tumpuk Rt 007/ Rw 002  
Campurejo, Panceng, Gresik  
Alamat Tinggal : Jl. Nologaten No.322A Rw.02  
Ambarukmo, Sleman, Yogyakarta  
Email : lshinta24@gmail.com  
No. HP : 0882-1647-8800



### B. Latar Belakang Pendidikan Formal

| Jenjang | Nama Sekolah                                                                                    | Tahun |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| TK      | TK Muslimat NU<br>Darussa'adah Karang<br>Tumpuk, Panceng                                        | 2000  |
| MI      | MI Darussa'adah Karang<br>Tumpuk, Panceng                                                       | 2006  |
| MTs.    | MTs.01 Pondok Modern<br>Paciran Lamongan                                                        | 2009  |
| MA      | MA M 02 Pondok Modern<br>Paciran Lamongan                                                       | 2012  |
| S1      | Pengembangan Masyarakat,<br>Fakultas Dakwah dan<br>Komunikasi, UIN Sunan<br>Kalijaga Yogyakarta | 2019  |

### C. Pengalaman Organisasi

1. IPM Anggota Bidang Kesenian dan Kebudayaan Tahun 2011
2. IMM sebagai anggota Tahun 2013.
3. Anggota Melati 2 Tapak Suci Putra Muhammadiyah cabang latihan UIN Sunan Kalijaga 2013-2015.

### D. Pengalaman Kerja

1. Ayam Geprek M2 (Mari Mampir) 2014
2. Seblak Asgar 2017
3. Little Tokyo 2018-2019