

PESAN SOSIAL DAN BENTUK PESAN PADA KOMIK “HAI,MIIKO!” (STUDI ANALISIS ISI)

Oleh : Cicy Amelia
Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau, Pekanbaru
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru
Telp/fax. 0761-63272

ABSTRAK

Comics circulating in Indonesia is dominated by Japanese comics (manga) and translated and repackaged in Indonesia. The power of comics is in words and pictures. The comic "Hi, Miiko!" is one of the most popular comics in Indonesia that tells the daily social life of children. The content of social reality that becomes a social message will be a variable in this research namely social values, social deviations, and social control. Each variable will be put into 2 categories, according to the power of the comic (words & picture) and the message form (verbal & nonverbal). There are two categories of social messages that are told (written words) and social message categories that are showed (picture). The theory used in this research is Paul Ricoeur's theory of manuscripts / messages. The purpose of this research is to know how to describe the characteristic of social message and form of message on comic "Hi, Miiko!" With identification problem how big percentage of social message content and message form each variable per category.

This research uses descriptive quantitative descriptive research method, with data accumulation technique is coding sheet that given to 2 coder, with 140 scene sample or 28 theme through stratified random sampling technique. Data analysis techniques in this study is descriptive statistical techniques by using frequency tables and percentages.

The results of this study indicate that the message of social values as much as 73.58% for the written words category and 60.8% for the picture category. Then social deviation messages in sub-variables, form deviations of 32.5% for written words and 24.7% for pictures, sub-variable types of deviant behavior as much as 37.9% for written words and 30% for pictures. Lastly, for messages of social control each of 27.2% for written words and also picture category. This shows that the greatest social message content in the comic "Hi, Miiko!" is the message of its social values.

Keyword : Comic, Form of Communication, Social Messages, Written Words, Picture

LATAR BELAKANG

Salah satu jenis dari komunikasi adalah komunikasi massa. Menurut Bittner dalam Riswandi (2009), komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Pesan (*message*) adalah bentuk paling nyata dari hubungan kita dengan media massa. Kita memerhatikan media karena ingin mendapatkan pesannya.

Pesan/*isi/content*, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan bisa didefinisikan segala sesuatu (verbal atau nonverbal) yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan. Pesan juga bisa dikatakan sebagai *message, content, informasi*, atau *isi*.

Buku menjadi salah satu pilihan untuk menyampaikan informasi dari berbagai aspek dan berbagai bidang, apakah itu bidang pendidikan, politik, budaya, sosial, maupun hiburan. Buku adalah sumber hiburan, pelarian, dan cerminan diri yang luar biasa. Buku lebih cenderung mendorong refleksi diri dengan tingkatan yang lebih tinggi daripada media-media lain. Pembelian dan pembacaan sebuah buku adalah kegiatan yang jauh lebih individual dan personal daripada mengonsumsi media yang didukung oleh iklan (televisi, radio, surat kabar, dan majalah) atau media dengan promosi yang tinggi seperti musik dan film (Baran, 2012: 96).

Untuk media buku, komunikasi yang terjadi adalah komunikasi tidak langsung, maka pesan verbal dan nonverbal yang berperan ada pada batasan komunikasi nonvokal (yang tidak menggunakan mulut). Untuk pesan verbal nonvokal terdiri dari bahasa tertulis (*written words*),

sedangkan untuk pesan nonverbal nonvokal adalah isyarat/gerakan (*gesture and movements*), penampilan (*appearance*), dan ekspresi wajah (*facial expression*). Khusus untuk nonverbal nonvokal, hanya bisa ditemui pada buku yang mengandung gambar.

Namun dari sisi angka minat baca, Indonesia termasuk menempati posisi yang memprihatinkan dibandingkan negara lain. Data UNESCO 2012 menunjukkan bahwa angka minat baca di Indonesia adalah 0,001. Artinya, hanya ada 1 dari 1.000 orang penduduk Indonesia yang memiliki minat baca serius. Jika jumlah penduduk Indonesia pada 2014 sebanyak 252,2 juta penduduk, hanya ada 252.200 orang yang memiliki minat baca serius. Angka tersebut tentu jauh dari angka kelas menengah Indonesia yang mencapai 150 juta orang (IKAPI, Dalam Data dan Fakta, 2015:82).

Hal sebaliknya terjadi pada survei peringkat pembaca komik Jepang (*manga*) yang peneliti dapatkan di koran online Tribun melalui www.tribunnews.com untuk edisi 29 November 2013. Ternyata saat berita tersebut dilansir, Indonesia menduduki peringkat pembaca *manga* terbanyak kedua di dunia setelah Finlandia. Di Finlandia satu orang rata-rata membaca 3,59 atau hampir 4 buku *manga*, disusul Indonesia dengan satu orang rata-rata membaca 3,11 buku *manga* per orang. Disusul Korea 2,92 buku per orang, India di peringkat 6 dengan 2,65 buku, peringkat ke-10 adalah Brazil (1,94 buku), peringkat ke-18 adalah Thailand (1,53 buku), peringkat ke-22 adalah Perancis (1,26 buku), peringkat ke-33 adalah Italia (0,8 buku). Sedangkan Jepang sendiri hanya di peringkat ke-16, rata-rata per orang

hanya membaca 1,57 buku manga. Demikian diungkapkan acara NTV Sekai Banzuke (ranking dunia), Jumat (29/11/2013) sekitar pukul 20.30 waktu Tokyo. (Tribunnews, Jumat 29/11/2013, Judul Berita : Indonesia Peringkat ke-2 Pembaca Manga Terbanyak di Dunia).

Dua fakta tentang angka minat baca di Indonesia secara umum dengan angka minat baca komik Jepang, memiliki perbedaan yang cukup jauh. Kekuatan komik yang memberikan informasi melalui rangkaian cerita dan gambar, ternyata memiliki ketertarikan sendiri bagi masyarakat Indonesia. McCloud (2005:9) mendefinisikan komik sebagai berikut, “Komik adalah gambar-gambar dan lambang-lambang lain yang terjukstaposisi (saling berdampingan) dalam urutan (*sequence*) tertentu, bertujuan untuk memberikan informasi dan atau mencapai tanggapan estetis dari pembaca.”. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk seperti strip dalam koran atau majalah, hingga dibuat seperti buku.

Salah satu komik Jepang yang sedang diminati di Indonesia adalah komik berjudul “Hai,Miiko!”. Keberadaan komik Hai,Miiko! di Indonesia juga tidak bisa diabaikan. Pihak penerbit komik ini yaitu M&C yang merupakan penerbit komik Kelompok Kompas Gramedia (KKG), menjadikan komik ini sebagai salah satu andalan mereka, ditandai dengan diluncurkannya berbagai merchandise komik “Hai,Miiko!”, mengadakan lomba-lomba mewarnai untuk anak-anak dengan tokoh-tokoh karakter dalam komik tersebut, penjualan yang laris manis di Indonesia, bahkan bekerjasama dengan penerbit asal Jepang *Shogakukan* untuk melaksanakan acara *Meet & Greet* bersama Ono Eriko pada bulan Juni

2013 lalu, hingga kabar terbaru adalah sang komikus kembali diundang ke Indonesia pada 25 Maret 2017.

Menurut pihak M&C, komik yang telah terbit 29 volume ini terjual lebih dari dua juta eksemplar dan termasuk kategori *best seller* alias laris manis. Komik “Hai,Miiko!” Juga disukai oleh jutaan anak-anak hingga dewasa di Indonesia. Fakta ini jugalah yang membuat Ono Eriko datang ke Indonesia (Halo Jepang! vol 06, Jumat 12/7/2013, Judul Berita : Lima Halaman Tentang Indonesia).

Komik dikendalikan oleh 2 kombinasi penting yakni gambar (*pictures*) dan teks (*words*). Kedudukannya adalah gambar untuk kemiripan/resemblance, dan kata-kata untuk makna/meaning. “*Pictures to show, words to tell*”, begitulah judul sub bab yang ditulis oleh McCloud dalam bukunya *Understanding Comics* (2005). Dalam komik, kata-kata dan gambar seperti mitra dalam tarian dan masing-masing bergiliran untuk memimpin. Meskipun begitu, ada kalanya kata-kata lebih mendominasi namun tetap diikuti oleh gambar, begitu pula sebaliknya. Kombinasi kata-kata dan gambar mungkin bukanlah suatu definisi komik bagi McCloud. Tetapi kombinasi antara kata-kata dan gambar telah memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pertumbuhan komik itu sendiri. Sejumlah besar pengalaman manusia dapat digambarkan dalam komik baik melalui kata-kata atau gambar.

Pengaruh inilah yang merefleksikan karakteristik pesan yang dipakai dalam jalan cerita komik, yakni bentuk pesan verbal untuk kedudukan *Words* dan nonverbal untuk kedudukan *Pictures*. Pesan verbal secara nonvokal, dimana tulisan merefleksikan kata-kata,

di dalam komik diwujudkan dalam bentuk balon kata. Balon kata berisi pembicaraan dan narasi oleh tokoh komik untuk menyampaikan informasi peristiwa jalan cerita komik. "Hai, Miiko!" adalah komik bergenre Semua Umur (SU) yang bercerita tentang kehidupan sehari-hari. Hal ini berkaitan dengan kehidupan bermasyarakat di bidang sosial, dan tak lepas dari realitas sosial. Menurut Elisanti (2009), realitas sosial adalah gejala-gejala yang timbul dalam masyarakat baik yang teratur maupun tidak teratur. Realitas sosial memiliki banyak aspek-aspek sosial. Di antaranya adalah nilai-nilai sosial, kepribadian, sosialisasi, penyimpangan sosial, dan pengendalian sosial. Berdasarkan alur cerita dalam komik ini, bisa dilihat porsi untuk menampilkan nilai sosial, penyimpangan sosial, dan pengendalian sosial.

Sedangkan pesan nonverbal secara nonvokal, meliputi isyarat tangan, gerakan tubuh, penampilan, dan ekspresi wajah. Pesan nonverbal ini tercermin dalam kekuatan kemiripan/*resemblance*, yakni *Pictures*. Sebagai komik, tentu "Hai, Miiko!" juga memiliki salah satu kekuatan komik secara umum, yaitu gambar itu sendiri yang bisa menjadi dokumen untuk menurunkan indikator pesan nonverbal diatas.

Salah satu teori yang berada dalam unsur pesan adalah teori Paul Ricoeur. Teori ini termasuk hermeneutika modern yang bercerita tentang naskah. Ada 2 tahap penting dalam teori ini, yaitu Penjelasan dan Pemahaman. Kedua tahap ini beriring dalam aplikasi penelitian analisis isi. Tahap penjelasan adalah tahap analisis sebuah naskah untuk pengelompokan isi naskah. Sedangkan tahap pemahaman

adalah tahap penafsiran untuk membentuk pola-pola yang didapat dari tahap penjelasan agar memiliki makna.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melihat dan menganalisis isi pesan yang terdapat dalam cerita komik "Hai, Miiko!". Pesan sosial apa yang dominan diceritakan, dan gambar nonverbal apa yang sering ditampilkan dalam cerita komik yang merupakan *Best Seller* sejak kemunculannya di Indonesia dari tahun 2002 hingga sekarang.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana penggambaran karakteristik pesan sosial dalam cerita komik "Hai, Miiko!"?

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar persentase pesan nilai-nilai sosial yang diceritakan (bahasa tertulis */written words*) dalam cerita komik Hai, Miiko ?
2. Seberapa besar persentase pesan penyimpangan sosial yang diceritakan (bahasa tertulis */written words*) dalam cerita komik Hai, Miiko ?
3. Seberapa besar persentase pesan pengendalian sosial yang diceritakan (bahasa tertulis */written words*) dalam cerita komik Hai, Miiko ?
4. Seberapa besar persentase pesan nilai-nilai sosial yang ditampilkan (gambar nonverbal */picture*) dalam cerita komik Hai, Miiko ?

5. Seberapa besar persentase pesan penyimpangan sosial yang ditampilkan (gambar nonverbal /*picture*) dalam cerita komik Hai, Miiko ?
6. Seberapa besar persentase pesan pengendalian sosial yang ditampilkan (gambar nonverbal /*picture*) dalam cerita komik Hai, Miiko ?

TUJUAN PENELITIAN

Dari identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persentase pesan nilai-nilai sosial yang diceritakan (bahasa tertulis/*written words*) dalam cerita komik Hai, Miiko
2. Untuk mengetahui persentase pesan penyimpangan sosial yang diceritakan (bahasa tertulis/*written words*) dalam cerita komik Hai, Miiko
3. Untuk mengetahui persentase pesan pengendalian sosial yang diceritakan (bahasa tertulis/*written words*) dalam cerita komik Hai, Miiko
4. Untuk mengetahui persentase pesan nilai-nilai sosial yang ditampilkan (gambar nonverbal/*picture*) dalam cerita komik Hai, Miiko
5. Untuk mengetahui persentase pesan penyimpangan sosial yang ditampilkan (gambar nonverbal / *picture*) dalam cerita komik Hai, Miiko
6. Untuk mengetahui persentase pesan pengendalian sosial yang ditampilkan (gambar nonverbal/*picture*) dalam cerita komik Hai, Miiko

MANFAAT PENELITIAN

- a. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memperkaya referensi penelitian dan sumber bacaan di lingkungan FISIP UR, khususnya dibidang Ilmu Komunikasi.

- b. Manfaat Akademis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan masukan bagi pembaca komik Hai, Miiko! dan komik-komik lainnya dalam memahami karakteristik pesan untuk diambil dalam sebuah media cetak hiburan seperti buku komik.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Massa

Semua media dalam komunikasi adalah hasil dari ketidakmampuan kita untuk menyampaikan secara langsung melalui pikiran ke pikiran (*mind to mind*). Setiap media dipergunakan sebagai jembatan diantara pikiran-pikiran. Media dapat mengubah sebuah gagasan menjadi sebuah bentuk yang bisa melintasi dunia secara fisik dan diubah kembali oleh satu atau lebih indra untuk kembali ke gagasan tersebut.

Dalam komik, perubahan gagasan tersebut menelusuri dari pemikiran kepada tangan kepada kertas kepada mata dan pemikiran (*from mind to hand to paper to eye to mind*). Idealnya, pesan yang ingin disampaikan komikus akan menapaki lorong ini tanpa terkena pengaruh olehnya (McCloud, 2005:194).

Pesan dalam Media Massa

Menurut Bittner dalam Riswandi (2009), komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Pesan (*message*) adalah bentuk paling nyata dari hubungan kita dengan media massa. Kita memerhatikan media karena ingin mendapatkan pesannya.

Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan secara berkala, artinya pesan-pesan media massa itu disebarkan kepada khalayak tidak bersifat temporer atau sewaktu-waktu, melainkan secara tetap. Misalnya tiap hari, setiap minggu, atau setiap bulan, dan sebagainya. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa mencakup berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, politik, sosial budaya, dan keamanan, baik yang bersifat informatif, edukatif, maupun hiburan.

Berdasarkan definisinya, isi media adalah karya kreatif, tetapi kualitas kreatifitasnya menjadi perdebatan. Isi media yang signifikan bukan hanya terbatas pada film. Bentuk media lain, seperti novel, cerpen, dan komik telah menjadi ruang kreatif bagi orang-orang yang karyanya memberi wawasan bagi kehidupan dan memperdalam pemahaman dan apresiasi kita tentang kehidupan (Vivian, 2008:412-413).

Pesan yang dikomunikasikan melalui komik merupakan pesan yang disampaikan kepada sejumlah besar orang, dengan melihat karakteristik dan ciri pada komunikasi massa. Kemudian alat untuk memproses komunikasi massa adalah media massa, jadi komik merupakan bagian dari komunikasi massa atau lebih tepatnya komik adalah media massa tercetak.

Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi lisan dan tulisan. Komunikasi non-verbal dimaknai sebagai komunikasi tanpa kata-kata. Batasan ini membuat perbedaan komunikasi yang lain, yaitu dengan mulut (komunikasi vokal) dan yang tidak menggunakan mulut (komunikasi nonvokal). Untuk memahami dengan lebih jelas dapat dilihat tabel mengenai tipe-tipe komunikasi berikut ini :

Tabel 1.1 : Tipe-Tipe Komunikasi

	Komunikasi Vokal	Komunikasi Nonvokal
Komunikasi Verbal	Bahasa Lisan (<i>spoken words</i>)	Bahasa Tertulis (<i>written words</i>)
Komunikasi Non-Verbal	<ul style="list-style-type: none"> • Nada suara • Desah • Jeritan • Kualitas vokal • Parabahasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerakan isyarat • Penampilan • Ekspresi wajah

Sumber : Ronald B. Alder & George Rodman (dalam Nurudin, 2016:134)

Untuk sebuah buku bacaan, tipe komunikasi yang terkandung adalah tipe nonvokal. Ada tulisan (verbal nonvokal) dan gerak isyarat, penampilan, dan ekspresi wajah (nonverbal nonvokal) jika buku tersebut mempunyai gambar. Bahasa tertulis yaitu segala ragam bahasa baku yang digunakan sebagai sarana komunikasi, secara tertulis. Segala ucapan yang bisa dikeluarkan melalui mulut, bisa dituangkan ke dalam kata-kata.

Untuk gerak isyarat (*movements*), secara sederhana bisa diartikan posisi tubuh dan gerakan tubuh, dan

mengekspresikan komunikasi. Misalnya seperti isyarat tangan, gerak-gerik tubuh, yang dilakukan untuk melengkapi dan mengiringi bahasa verbal. Penampilan (*appearance*), secara sederhana adalah penampilan secara fisik. Seseorang yang memperhatikan penampilan fisik tentu akan diperlakukan berbeda di tempat umum dibandingkan seseorang yang berpenampilan tidak menarik. Atribut yang melekat pada diri seseorang (warna rambut, pakaian, rumah, kendaraan, dll) bisa mengkomunikasikan bagaimana seseorang itu menyampaikan dirinya.

Untuk ekspresi wajah (*facial expression*), wajah manusia sendiri mampu menunjukkan lebih dari 1000 ekspresi yang berbeda. Mata bisa menyorotkan tantangan, kemarahan, sedih, terkejut, dan kasih sayang. Dengan wajah kita juga bisa mengindikasikan ketidaksetujuan (mengerutkan dahi), keraguan (mengangkat alis), cinta (pandangan mata), dan tantangan (menatap) (Nurudin, 2016:151).

Komik

“*Sequential Art*” (seni yang berurutan), demikian pakar komik Will Eisner menyebut komik. Gambar-gambar jika berdiri sendiri dan dilihat satu persatu tetaplah hanya sebuah gambar, akan tetapi ketika gambar tersebut disusun secara berurutan, meskipun hanya terdiri dari dua gambar, seni dalam gambar tersebut berubah nilainya menjadi seni komik (McCloud, 2005:5).

Kedudukan komik memegang peranan yang sangat penting dimata masyarakat, Marcel Bonneff dalam bukunya *Komik Indonesia*, mengkaitkan komik dengan berbagai konteks sosial, ekonomi dan politik, pada masa-masa yang berbeda, karena

dia berkesimpulan bahwa mengkaji komik akan memberi gambaran mengenai mentalitas suatu bangsa. Dilihat dari perkembangan sosial, ekonomi dan politik yang selalu berubah, dan juga definisi komik dari zaman ke zaman yang selalu berbeda, dapat disimpulkan bahwa definisi komik pun mengikuti perkembangan zaman tersebut.

Alur / Plot dalam Komik

Nurgiyantoro dalam Gun (2016:6) menjelaskan bahwa plot merupakan cerita yang berisi urutan kejadian, tetapi dari setiap kejadian dihubungkan secara sebab akibat, yakni peristiwa yang satu mengakibatkan peristiwa yang lain. terdapat 5 tahapan plot dalam komik yaitu :

1. *Situation* (Situasi)
Yang berisi pelukisan mengenai pengenalan situasi latar dan tokoh-tokoh cerita
2. *Generating Circumstances* (Pemunculan Konflik)
Masalah-masalah dan peristiwa-peristiwa yang menyulut terjadinya konflik mulai dimunculkan
3. *Rising Action* (Peningkatan Konflik)
Pada tahap ini konflik yang telah dimunculkan berkembang dan dikembangkan kadar intensitasnya
4. *Climax* (Klimaks)
Konflik atau pertentangan terjadi
5. *Denouement* (Penyelesaian)
Konflik yang telah mencapai klimaks diberi penyelesaian, ketegangan dikendorkan

Kekuatan Tulisan (*Words*) dan Gambar (*Picture*) dalam Komik

Kombinasi kata-kata dan gambar mungkin bukanlah suatu definisi komik bagi McCloud. Tetapi kombinasi antara kata-kata dan gambar telah memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pertumbuhan komik itu sendiri. Sejumlah besar pengalaman manusia dapat digambarkan dalam komik baik melalui kata-kata atau gambar. Memang, kata-kata dan gambar memiliki kekuatan besar untuk menceritakan kisah ketika komikus sepenuhnya memanfaatkan keduanya (McCloud, 2005:152).

Komik telah dengan sangat kuat menjadi seni yang bercerita. Kekuatan tulisan atau kata-kata (*words*) dan gambar (*picture*) dalam komik masing-masing memiliki peran yang sangat penting untuk berhasilnya cerita dalam komik diinformasikan. Jika tidak ada kata-kata, maka gambar tidak bisa bercerita. Jika tidak ada gambar, maka kata-kata tidak akan bisa menampilkan maksud dari kata-kata tersebut. Kedua kekuatan inilah yang menjadi kunci dari sebuah komik untuk bisa berfungsi sebagai bacaan hiburan.

Namun meskipun demikian, antara *words* dan *picture* dalam komik seperti mitra dalam tarian, dimana masing-masing memiliki waktu tersendiri untuk memimpin. Ada kalanya gambar lebih menonjolkan maksud dari cerita, namun ada kalanya kata-kata pun terkadang mengambil peranan lebih besar.

Kekuatan *words* dan *picture* di dalam komik ini menjadi gambaran terhadap bentuk pesan komunikasi verbal & nonverbal, khususnya tipe nonvokal (tidak menggunakan mulut). Dimana verbal nonvokalnya yakni bahasa tulisan merefleksikan *words* dalam komik, dan nonverbal nonvokalnya yakni gerakan

(*movements*), penampilan (*appearance*), dan ekspresi wajah (*facial expression*), merefleksikan *picture* dalam komik.

Komik “Hai,Miiko!” Karya Ono Eriko

Hai, Miiko! (juga dikenal sebagai *Kocchi Muite! Miiko*) adalah manga seri karya seorang mangaka Jepang, Ono Eriko. Menceritakan tentang gadis kelas 5 SD yang bernama Yamada Miiko beserta dengan teman-temannya. Saat ini komik Hai, Miiko! sudah mencapai jilid 28, menceritakan Miiko yang telah duduk di kelas 5 SD. Miiko juga dikenal sangat aktif dan ceria, sifat buruk Miiko adalah malas mengerjakan apapun.

Komik ini sudah diterbitkan sejak tahun 1995 di Jepang. Dalam sejarah singkatnya masuk ke Indonesia, komik Hai,Miiko! terbit rata-rata satu kali dalam setahun. Penerbit Indonesia yang menerbitkan komik ini adalah penerbit M&C. Selain buku reguler Hai,Miiko! yang sudah mencapai 28 volume, ada pula seri khusus seperti Namaku Miiko! buku 1 sampai 3, Kumpulan Cerita Terbaik Miiko buku 1 sampai 4, Miiko Zaman Edo, dan Miiko! Fan Book

Realitas Sosial

Gejala-gejala sosial yang muncul dalam masyarakat baik yang teratur maupun yang tidak teratur disebut dengan realitas sosial dalam masyarakat.

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa melakukan interaksi. Pola interaksi manusia di setiap masyarakat berbeda sesuai dengan nilai dan norma yang dianut. Nilai dan norma menjadi tuntutan bagi setiap manusia dalam melakukan interaksi (Elisanti, 2009:35).

Dalam realitas sosial ada nilai-nilai sosial, penyimpangan sosial, dan pengendalian sosial. Nilai adalah gambaran yang akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Nilai sosial secara umum dapat dinyatakan sebagai keyakinan relatif kepada yang baik dan buruk, yang benar dan yang salah, kepada apa yang seharusnya ada dan yang seharusnya tidak ada. Nilai sosial bukan bawaan lahir, tapi tercipta secara sosial. Baik buruknya perbuatan atau tingkah laku seorang anak ataupun orang dewasa sangat mencerminkan nilai sosial yang ada dalam diri seseorang.

Dalam menerapkan nilai-nilai dan norma sosial, maka proses yang tidak berhasil tentu akan megakibatkan adanya penyimpangan sosial. Penyimpangan terjadi karena seseorang tidak dapat menyesuaikan diri dengan nilai yang ada. Perilaku menyimpang yang lazim disebut dengan nonkonformitas merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu perorangan atau kelompok dalam masyarakat untuk menghindari dari nilai dan norma. Perilaku yang tidak sesuai dengan nilai dan kaidah dinamakan menyimpang bilamana perbuatan ini dinyatakan sebagai menyimpang. Bagian-bagian dari penyimpangan sosial adalah bentuk-bentuk penyimpangan (individual, kelompok, dan campuran), dan jenis perilaku menyimpang (primer dan sekunder).

Menurut L Berger, pengendalian sosial adalah cara yang digunakan oleh masyarakat untuk menertibkan anggota yang membangkang, sedangkan menurut Roucek pengendalian sosial adalah proses terencana ataupun tidak tempat individu diajarkan, dibujuk ataupun dipaksa untuk menyesuaikan

diri pada kebiasaan dan nilai hidup kelompok (Elisanti, 2009:111).

Tujuan pengendalian sosial adalah terciptanya ketertiban sosial, karena tanpa ketertiban sosial masyarakat tidak bisa menjalankan peranannya dengan perasaan aman. Cara-cara pengendalian sosial adalah melalui sosialisasi, melalui tekanan sosial, dan melalui kekuatan.

Analisis Isi

Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Menurut Holsti dalam Eriyanto (2011:15), analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan. Analisis isi banyak dipakai dalam lapangan ilmu komunikasi. Analisis isi terutama dipakai untuk menganalisis isi media baik media cetak ataupun elektronik. Asalkan terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu analisis isi.

Teori Paul Ricoeur

Paul Ricoeur merupakan ahli teori tentang penafsiran. Walaupun ia menyadari pentingnya kemampuan berbicara yang sebenarnya, yang paling penting bagi Ricoeur adalah naskah. Naskah tidak dapat ditafsirkan dengan cara yang sama seperti wacana langsung karena mereka ada dalam bentuk yang tetap. Kemampuan berbicara hanya bersifat sementara, tetapi naskah selalu hidup. Penafsiran naskah sangat penting

ketika pembicara dan penulis tidak tersedia, seperti pada kasus dokumen-dokumen sejarah. Namun, hal tersebut tidak perlu dibatasi pada situasi ini saja. Sebenarnya, naskah itu sendiri selalu berbicara kepada kita dan pekerjaan juru bahasa adalah untuk menemukan arti dari apa yang dikatakan oleh naskah tersebut.

Versi lingkaran hermeneutika Ricoeur terdiri atas penjelasan dan pemahaman. Penjelasan bersifat empiris dan analitis: berlaku bagi kejadian-kejadian yang berhubungan dengan pola-pola yang diamati di antara bagian-bagian tersebut. Sebagai contoh, dalam analisis sebuah naskah seorang juru bahasa dapat mencari kata dan kalimat yang berulang, tema-tema naratif, serta keragaman tema. Untuk memiliki makna, Ricoeur tertarik elemen tersebut harus digabungkan dalam tahapan pemahaman penafsiran untuk membentuk pola-pola yang memiliki makna.

Pemahaman adalah sintesis, digunakan untuk kejadian-kejadian yang berhubungan dengan keseluruhan penafsiran. Dalam hal ini, anda akan menghubungkan semua elemen yang anda temukan dalam suatu naskah, mencari pemaknaan umum dari wacana yang sedang dikaji.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif deskriptif, atau lebih sering disebut Analisis Isi Deskriptif. Metode analisis isi dengan pendekatan deskriptif bertujuan menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu, metode ini hanya semata-mata untuk menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan (Eriyanto,

2011:47). Berelson mengatakan bahwa ciri khas penelitian analisis isi bersifat objektif, sistematis dan deskriptif.

Dengan demikian, format analisis isi deskriptif ini lebih tepat digunakan peneliti untuk mengungkap dan menganalisis isi pesan yang terkandung dalam komik “Hai, Miiko!”.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh sub atau tema cerita dalam komik Hai, Miiko! dari buku 1-28 yang semuanya berjumlah 260 tema cerita, dengan jumlah potongan / *scene* adalah 1300 *scene*. Sampel dalam penelitian ini adalah 139,48 dan peneliti bulatkan menjadi 140 *scene*/potongan cerita yang termasuk dalam unit analisis tematik.

Metode penarikan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah sampel acak stratifikasi (*stratified random sampling*). Hal ini peneliti pilih karena pengambilan *scene* akan dibagi rata sesuai alur ceritanya.

Teknik pengumpulan data yaitu *coding sheet*, dan dokumentasi. Lembar *coding* diisi oleh 2 orang *coder*, dan akan menjadi bahan untuk menganalisis temuan berdasarkan tujuan penelitian. Teknik pengukuran data yaitu menggunakan statistik deskriptif dengan tabel dan grafik. Lembar *coding* penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai diatas 0,70 untuk semua variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari perhitungan dan analisis lembar koding adalah sebagai berikut untuk tiap variabel :

Tabel 1.2 : Rekapitulasi Kandungan Pesan Sosial dalam Komik “Hai, Miiko!”

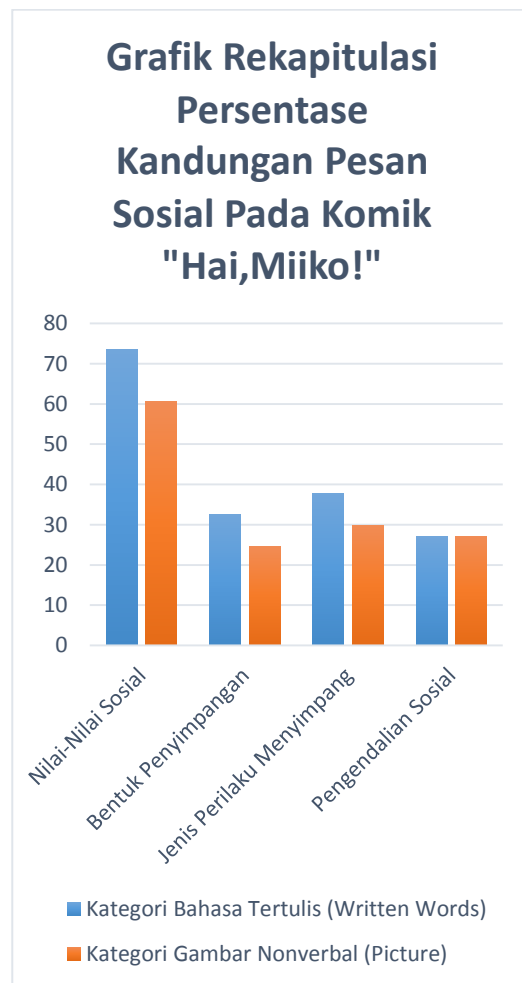
Variabel	Kategori Bahasa	Kategori Gambar
----------	-----------------	-----------------

	Tertulis (Written Words)	Nonverbal (Picture)
	Jumlah	Jumlah
Nilai-Nilai Sosial	73,58%	60,8%
Bentuk Penyimpangan	32,5%	24,7%
Jenis Penyimpangan	37,9%	30%
Pengendalian Sosial	27,2%	27,2%

Sumber : Hasil Koding Peneliti, 2017

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa persentase untuk kategori pesan sosial yang diceritakan (*written words*), masing-masing yaitu sebanyak 73,58% untuk nilai sosialnya, 32,5% untuk bentuk penyimpangannya, 37,9% untuk jenis perilaku menyimpangnya, dan 27,2% untuk pengendalian sosialnya. Sementara itu untuk kategori pesan sosial yang ditampilkan (*picture*), masing-masing yaitu sebanyak 60,8% untuk nilai sosialnya, 24,7% untuk bentuk penyimpangannya, 30% untuk jenis perilaku menyimpangnya, dan 27,2% untuk pengendalian sosialnya.

Berikut adalah hasil rekapitulasi tabel di atas, jika dimasukkan ke dalam bentuk grafik :



Dari hasil tersebut, bisa dikatakan bahwa di dalam komik "Hai, Miiko!" pesan sosial yang banyak terkandung adalah nilai-nilai untuk mengarahkan tingkah laku individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari bermasyarakat. Nilai adalah gambaran yang akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Nilai sosial juga hadir bukan bawaan dari lahir melainkan tercipta secara sosial. Maka cerita-cerita yang disajikan dalam komik "Hai, Miiko!" sarat akan pesan-pesan baik yang mempengaruhi tokoh-tokoh dalam cerita untuk berperilaku sesuai dengan lingkungannya baik

lingkungan keluarga, masyarakat, maupun sekolah/teman bermain.

Hasil selanjutnya yang peneliti dapatkan tentang pesan sosial lainnya yakni untuk penyimpangan sosial, dimana angka persentasenya menunjukkan kandungan untuk berperilaku menyalahi nilai dan kaidah ini tidak terlalu banyak ditonjolkan. Penyimpangan juga didasarkan karena seseorang tidak dapat menyesuaikan diri dengan nilai yang ada. Ini berarti bahwa dalam komik “Hai, Miiko!” tokoh-tokoh yang ada dalam cerita cukup bisa menyesuaikan diri dengan nilai yang berlaku di lingkungannya sehingga jumlah untuk bentuk penyimpangan dan jenis perilaku menyimpangnya tidak terlalu banyak. Baik itu dalam bentuk tertulis maupun dalam bentuk gambar.

Sedangkan untuk persentase paling kecil dari semua variabel yang diukur, adalah pesan tentang pengendalian sosial. Pengendalian sosial pada dasarnya dilakukan setelah individu ataupun kelompok tertentu telah melakukan penyimpangan. Agar masyarakat bisa menjalankan peranan sosialnya dengan damai, disitulah proses pengendalian sosial berlangsung. Cara-cara untuk menertibkan anggota-anggota masyarakat yang membangkang atau pengajaran-pengajaran untuk menyesuaikan diri dalam lingkungannya paling sedikit disajikan dalam cerita komik ini. Hal ini juga berkaitan dengan jumlah kandungan penyimpangan sosial dalam komik tidak terlalu menonjol, sehingga bentuk pengajaran sosialnya pun tidak terlaksana.

Analisa lainnya yang bisa peneliti ambil dari angka-angka persentase yang sudah didapat dari hasil koding, bahwa komik “Hai, Miiko!” lebih dominan menggunakan kata-kata / tulisan

daripada gambar. Hal ini terlihat dari perbandingan antara persentase untuk bahasa tertulis dengan persentase untuk gambar, 3 dari 4 variabel yang peneliti gunakan lebih banyak menggunakan bahasa tertulis, terkecuali untuk variabel pengendalian sosial dimana kedua kategori berada pada taraf persentase yang sama.

Maka dari itu, 3 dari variabel dan sub-variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih didominasi oleh peran kata-kata / tulisan daripada gambar. Sedangkan variabel terakhir pengendalian sosial, memiliki jumlah persentase yang sama antara kata-kata dan gambar. Dari hal ini bisa disimpulkan bahwa pada komik “Hai, Miiko!”, komikus lebih sering menjelaskan isi cerita melalui kata-kata / bahasa tulisan. Ini disebabkan karena tulisan berada pada bentuk yang akan selalu tetap dan tahan lama, maka dari itu tulisan bisa dirangkai sedemikian baiknya sehingga isi cerita bisa dimengerti pembaca dalam sekali baca. Namun di dalam komik, ruang untuk balon kata lebih sedikit dibandingkan buku-buku bacaan lainnya. Kerja kreatif sangat dibutuhkan agar bisa membuat dialog yang singkat, padat, dan jelas. Keterbatasan ini jugalah yang membuat komikus mau tidak mau harus merangkai kata-kata sebaik mungkin agar penyampaian pesannya diterima dengan baik oleh pembaca. Maka untuk melengkapi kekurangan balon kata dalam menyampaikan cerita, gambar lah yang akan mengambil peran tersebut sehingga sebuah komik menjadi semakin menarik untuk dibaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta : Erlangga.
- Bonneff, Marcel. 2008. *Komik Indonesia*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia (KPG).
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rakhmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A Foss. 2011. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta : Salemba Humanika.
- McCloud, Scott. 2005. *Memahami Komik*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia (KPG).
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Wahana Komputer. 2014. *Membuat Komik Strip Online Gratis*. Yogyakarta : Andi.
- Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru : Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Sumber Lain :

- Hafiar, Hanny dan Kurniadi. 2008. *Geliat Komik Indonesia*. Jurnal MediaTor, Volume 9, Nomor 2. Diakses pada 22 Februari 2017, 23.10 WIB
<http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/1121>.
- Nasich, Muchammad Bayu. 2015. *Pesan Ibadah Dalam Serial Komik "Real Masjid" (Studi Analisis Isi)*. Yogyakarta : Universitas Islam Sunan Kalijaga. Diakses di <http://digilib.uin-suka.ac.id/15606/> pada 16 Februari 2017, 16:24 WIB.
- Pertiwi, Dinda Cahyaning. 2013. *Kekerasan Dalam Komik One Piece (Analisis Isi Gambar Kekerasan Dalam Buku Komik One Piece Seri 40 – 44)*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses di <http://eprints.ums.ac.id/25976> pada 25 Februari 2017, 18:21 WIB.
- Warsah, Idi. 2006. *Implementasi Nilai Kepedulian Sosial dalam Pendidikan Karakter Melalui Interaksi Sosial*. Psikologi Pendidikan STAIN Curup Bengkulu. Diakses pada 25 Februari 2017, 23.00 WIB di <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=396708&val=5247&title>