

EKOSISTEM DIGITAL INDUSTRI KOMIK

Rizqi R Mosmarth

Pascasarjana Kajian Seni - Institut Kesenian Jakarta

Rizqi.Mosmarth@pascasarjanaikj.ac.id

Dunia Komik dan Humaniora Digital

Sebagai sebuah obyek studi, humaniora adalah disiplin akademis yang melingkupi segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia dalam aspek kemasyarakatan dan budaya. Budaya Pop, termasuk di dalamnya komik, adalah salah satu objek kajian dalam disiplin humaniora. Jika kita melihat ke dalam komik sebagai sebuah karya, tentu akan dipenuhi oleh berbagai irisan disiplin ilmu, mulai dari (tentu saja), seni, literasi, komunikasi, filsafat, hingga ekonomi dan bisnis jika kita melihat lebih luas ke arah industri komik. Sebagai bagian dari budaya populer, maka sah-sah saja kita memasukkan studi mengenai komik ke dalam ranah disiplin humaniora.

Tetapi bagaimana dengan humaniora digital? Sebagai sebuah istilah dan disiplin ilmu, humaniora digital baru dikenal setengah abad belakangan, tentunya karena aspek digital, yang memang baru berkembang pesat sejak tahun 1960an. Dalam Buku *Understanding Digital Humanities* (Berry, ed, 2012) Rees dan Evans (2012) mengutip Schnapp dan Pressner (2009) dalam menjelaskan gelombang kehadiran humaniora digital.

Gelombang pertama (humaniora digital) menggunakan analisa dan produksi data kuantitatif, sementara gelombang kedua, diidentifikasi sebagai sebuah area studi dalam humaniora yang memanfaatkan alat digital untuk membahas permasalahan dalam humaniora. Seiring perjalanannya, gelombang kedua ini menyingkap teknik analisa dan cara eksplorasi baru terhadap permasalahan yang berusaha dijawab oleh humaniora.

Secara sederhana kita bisa membuat kesimpulan dari sini. Humaniora digital lahir dari perkembangan teknologi komputasi yang memungkinkan kita untuk melakukan digitalisasi, mengumpulkan, dan mengolah data dalam disiplin humaniora dalam level detail dan kecepatan yang sebelumnya tidak bisa dilakukan oleh penelitian konvensional. Ini yang disebut sebagai gelombang pertama humaniora digital oleh Schnapp dan Pressner. Menggunakan teknologi sebagai alat bantu penelitian di bidang humaniora.

Namun, satu hal yang menjadi ciri disiplin ilmu humaniora adalah pemikiran kritis (*critical thinking*). Inilah yang dimaksud dalam gelombang kedua humaniora digital, tidak sekadar alat bantu, tapi teknologi dan komputasi digunakan sebagai pisau bedah dalam membongkar permasalahan dan mencari jawaban.

Jika boleh beranalogi dengan komik, format komik digital dalam bentuk memindahkan medium, dari kertas menjadi file biner, adalah perkembangan humaniora digital di gelombang pertama. Bagaimana komik digital berkembang, bagaimana teknologi mempengaruhi proses produksi dan apresiasi komik, bahkan menciptakan lapangan studi baru, itu lah bagian dari pemikiran kritis humaniora digital dalam memandang industri komik.

Komik yang Selalu Menemukan Pembacanya

Kebanyakan komikus, merupakan kreator-creator yang tidak abai terhadap perkembangan jaman. Karya komik, memiliki kebutuhan untuk mencari pembaca. Sebuah komik tidak akan selesai saat komikus membubuhkan kata "tamat" di halaman terakhir. Sebagai sebuah medium seni dan hiburan komik perlu mengantarkan pesan di dalamnya kepada tujuan akhir, pembaca. Perjuangan mencari pembaca ini lah yang membuat beberapa, kalau tidak bisa dibilang mayoritas, akan berusaha mencari tahu di mana para pembacanya.

Relasi antara sang pencipta dengan sang pembaca ini yang melahirkan komik sebagai sebuah seni yang khas dengan mediumnya. Komik adalah media komunikasi, selalu ada pesan yang ingin disampaikan dari rangkaian gambar dan narasi yang ada dalam panel-panel komik. Sejarah komik dunia menyajikan fakta yang menyepakati hal ini. The Yellow Kid, karya Richard F Outcault, dianggap sebagai salah satu komik pertama yang diterbitkan melalui media massa, yaitu koran New York World. Meski bukan "komik pertama di dunia", The Yellow Kid dianggap sebagai karya fiksi dengan medium komik yang lengkap menampilkan elemen-elemen yang diakui sebagai identitas sebuah komik. The Yellow kid menggunakan gambar dalam beberapa panel, dan balon dialog untuk menyampaikan cerita.

Di Indonesia, cergam Put On, disepakati sebagai komik pertama Indonesia (Ajidarma, 2021). Put On adalah cergam (istilah untuk komik Indonesia) yang hadir dalam bentuk strip pendek 3-6 panel. Cergam karya Kho Wan Gie ini pertama kali terbit di majalah Sin Po, sebelum nantinya terbit dalam buku tersendiri. Kehadiran Put On ini kemudian menginspirasi terbitnya karya cergam serupa di berbagai media cetak lain di Indonesia di media 1930-60an, di antaranya Mentajri Poetri Hidjau karya Nasroen AS yang terbit di mingguan Ratu Timur.



Selepas popularitas cergam yang hadir lewat media massa, pada tahun 1950an Komik Indonesia mulai hadir sebagai sebuah buku sendiri, tidak lagi (hanya) disisipkan dalam halaman koran, atau majalah. Penerbit, yang saat itu biasanya juga sekaligus berperan sebagai percetakan (Ismono, 2019), mulai mencari kreator-kektor komik lokal untuk membuat produk komik. Penerbit biasanya akan melihat “kondisi pasar” sebelum memesan cergam pada sang kreator. Salah satu anekdot lucu soal ini bisa dibaca di buku biografi Hasmi, karya Henry Ismono (2019). Dalam buku tersebut Ismono mengisahkan proses Hasmi menciptakan Gundala, karakter jagoan yang kelak menjadi sangat populer di Indonesia. Pihak penerbit menyodorkan sejumlah komik Amerika yang cukup populer, dan meminta Hasmi untuk membuat komik serupa.

Faktor pertimbangan pembaca selalu menjadi urat nadi perkembangan komik di Indonesia. Seiring berjalan waktu, di masa 1990-2000an, komikus yang ingin menerbitkan karyanya memiliki dua pilihan, menerbitkan sendiri alias indie (independen), dengan risiko capaian pembaca yang rendah; atau, mengirimkan karyanya kepada penerbit, dan berharap penerbit tertarik untuk merilis komiknya, dan menjangkau pembaca yang lebih luas (Rahadian, 2020). Meski bukan soal mana yang baik dan buruk, atau mana yang menghasilkan karya lebih baik, sedikitnya pilihan penerbitan ini merupakan salah satu faktor penting dalam rendahnya jumlah terbitan komik Indonesia di masa itu. Kondisi ini diperburuk dengan adanya persaingan langsung dengan konten komik terjemahan, yang datang dari negara dengan industri komik yang jauh lebih maju seperti Jepang dengan manga-nya. Penerbit lebih memilih untuk merilis komik terjemahan yang sudah jelas penggemarnya dan punya potensi komersial jauh lebih besar.

Internet Membuka Jalan Baru ke Pembaca

Dengan kondisi sulitnya menerbitkan komik lewat kanal tradisional (penerbit), beberapa komikus Indonesia berusaha beradaptasi dengan memanfaatkan perkembangan internet di awal tahun 2000an. Tumbuhnya situs *microblogging* sebelum era media sosial menjadi salah satu perintis penerbitan komik indie secara digital. Salah satu yang komikus yang memanfaatkan jalur baru penerbitan ini adalah Aji Prasetyo, seorang komikus yang populer dengan karya opininya di berbagai media. Aji Prasetyo memanfaatkan situs multiply yang memiliki fitur untuk mengunggah foto, untuk menerbitkan karya-karya komiknya. Nama lain yang juga masuk ke dalam gelombang-gelombang awal penerbitan komik independen secara digital adalah Tita Larasati dan Sheila Roswitha, dengan karya komik yang mengisahkan cerita pribadi sehari-hari. Penerbitan komik digital ini memberikan satu elemen baru yang selama ini sulit dilakukan, yaitu interaksi dengan pembaca. Kolom komentar yang bisa diisi oleh siapapun yang mengakses situs *microblogging* tempat komik-komik itu diunggah, menjadi ajang pertemuan langsung (walau maya) antara komikus

dengan pembaca. Dari sisi proses penciptaan, interaksi ini memungkinkan komikus untuk mendapatkan tanggapan langsung dari pembaca, baik mengenai komik yang sudah diterbitkan, maupun untuk mencari materi atau bahan pembuatan komik selanjutnya.

Kehadiran platform komik digital di dekade 2010an, kemudian membuka jalan yang semakin lebar bagi komikus Indonesia. Dengan terbukanya kanal *User Generated Content* seperti Webtoon Kanvas, komikus Indonesia tahu di mana para pembaca berkumpul. Komikus bisa dengan mudah menerbitkan komik digital di platform pilihan mereka. Langkah berikutnya hanyalah membuat karya yang sesuai dengan target pasar. Komikus lokal punya kesempatan berhadapan langsung dengan komik impor di platform yang sama, dan bisa menunjukkan kalau konten karya mereka bisa menjadi pilihan yang tidak kalah bagus dari judul-judul resmi dari Korea Selatan. Konsep *User Generated Content* ini menjadi salah satu andalan Webtoon untuk mengumpulkan sebanyak-banyaknya judul komik dan meraih pembaca baru, namun belum memberikan jaminan bagi komikus amatir / pemula untuk mendapatkan pemasukan finansial.

Proses Produksi Digital

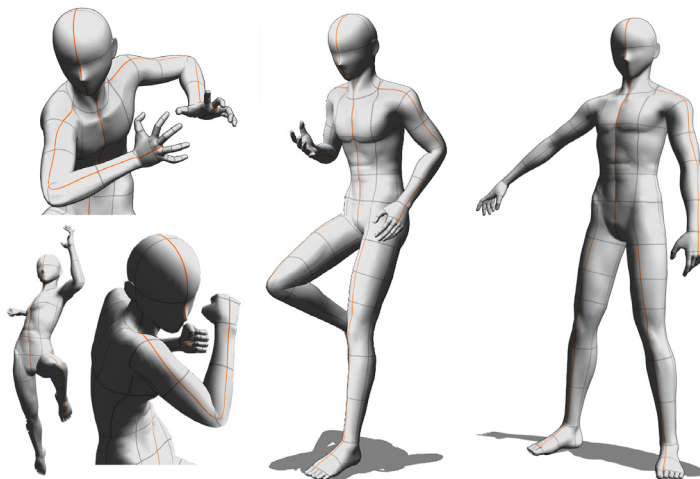
Perkembangan teknologi tidak hanya memangkas jarak antara pembaca dengan komikus tapi juga berperan langsung dalam proses produksi komik. generasi awal komik digital yang terbit lewat channel microblogging seperti multiply, memang hanya menampilkan komik yang dikonversi dari bentuk tradisional cetak lalu dipindai menjadi file digital dan diunggah. namun di waktu yang sama beberapa komikus juga sudah mulai mengembangkan proses berkarya yang melibatkan alat hardware maupun software digital untuk membuat komik.

Secara umum, pengaplikasian pola kerja digital ini terbagi dua. Pertama, kombinasi antara proses penggambaran digital dan tradisional. Dalam kombinasi ini, biasanya komikus akan tetap menggambar lewat kertas dan pena, menghasilkan halaman gambar line art hitam putih. Halaman ini kemudian akan dipindai, dan dilanjutkan proses pewarnaan secara digital menggunakan piranti lunak seperti Adobe Photoshop, Clip Studio Paint, Paint Tool SAI, atau piranti lunak lain. Setelah proses pewarnaan rampung, dilanjutkan dengan penempatan teks, balon kata, dan narasi lain, sebelum akhirnya disunting dan disiapkan dalam bentuk file yang siap diunggah.

Pola kedua, yang saat ini semakin banyak diadopsi oleh banyak komikus, adalah proses kerja 100% menggunakan alat kerja digital. Mulai dari sket hingga teks, semua dikerjakan dengan bantuan komputer maupun perangkat lain seperti telepon genggam atau tablet.

Yang menarik dari perkembangan teknologi dalam proses pengkaryaan komik adalah kehadiran perangkat-perangkat bantu baik perangkat keras maupun piranti lunak, yang memudahkan komikus untuk membuat karyanya. Seperti halnya proses berkarya tradisional yang seringkali menuntut kreator untuk memanfaatkan referensi baik dari obyek nyata maupun foto atau video, proses pembuatan komik secara digital juga memiliki kemudahan terkait dengan referensi ini.

Tidak sekadar kemudahan mencari gambar referensi dari internet, perkembangan teknologi 3D juga menghadirkan alat bantu baru. Komikus bisa memanfaatkan situs atau program yang menyediakan figur tiga dimensi yang dapat diposekan sesuai dengan kebutuhan cerita, kemudian menggambar ulang berdasarkan referensi itu, atau bahkan langsung menjiplak di atas pose tersebut.



Figur tiga dimensi yang bisa diposekan, salah satu fitur software Clip Studio Paint.

Tentunya proses berkarya melibatkan bantuan digital seperti ini membawa perdebatan tersendiri. Apakah kadar orisinalitas karya tersebut berkurang, karena memanfaatkan referensi yang sangat memotong waktu produksi seperti ini? Bukankah penggunaan referensi sudah menjadi praktik yang umum dalam proses berkarya sejak ribuan tahun manusia mengenal seni? Tentu perdebatan ini dapat menjadi kajian tersendiri yang menarik untuk didalami. Yang jelas, bantuan teknologi ini terbukti memudahkan seorang komikus, bahkan yang pemula, untuk segera berkarya dan menciptakan komiknya sendiri untuk dinikmati para pembaca.

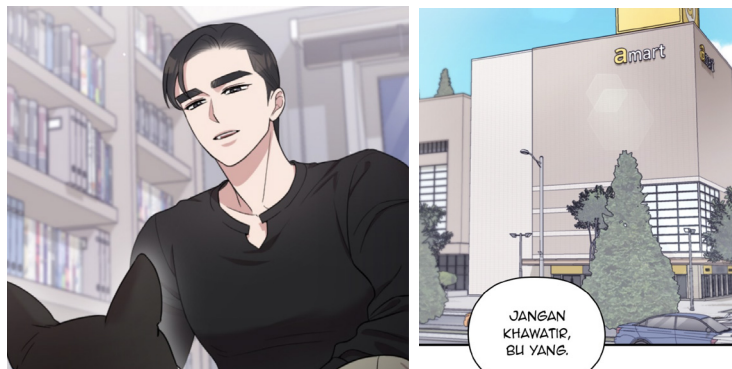
Bantuan piranti lunak tidak hanya seputar penggunaan figur tiga dimensi untuk karakter manusia, tapi juga untuk berbagai obyek yang mungkin akan digunakan dalam proses

produksi komik. Situs seperti Warehouse, atau Acon3d menyediakan ribuan model tiga dimensi aneka obyek, mulai dari motif untuk pakaian, sampai model lengkap kota, yang bisa dibeli dan digunakan untuk kepentingan pembuatan komik digital. Singkat kata, komikus bisa dengan mudah mengunduh model ini, mencari sudut yang pas, kemudian menambahkan karakter, maka jadilah satu panel adegan yang dibutuhkan di komiknya.



Aset kompleks perbelanjaan yang dapat diakses di acon3d.com, satu aset dapat dieksplor sebanyak mungkin dari berbagai sudut.

Praktik penggunaan aset tiga dimensi dalam pembuatan komik, sudah menjadi hal yang lumrah dalam proses produksi komik, utamanya skala industri. Komik yang terbit di platform komik digital WEBTOON, memiliki jadwal tayang yang spesifik, biasanya mingguan, artinya komikus harus menggambar 40-60 panel untuk satu episode webtoon setiap minggunya. Pola kerja “kejar tayang” ini menjadi salah satu faktor bagi komikus untuk bekerja seefisien mungkin, termasuk dengan memanfaatkan berbagai bantuan teknologi yang ada.



Contoh aplikasi aset 3D dalam webtoon *Marry My Husband*. Kanan, panel 100% aset 3D yang diwarnai. Kiri, panel dengan latar 3D dan tambahan gambar karakter.

Pembaca (yang juga) Digital

Berawal dari interaksi sederhana yang dimungkinkan lewat kolom komentar di setiap halaman komik yang diunggah, Platform komik digital kini juga sukses membangun ekosistem pembaca yang unik dan menjadi bagian tidak terpisahkan dari industri komik. Cara kerja platform komik, pada umumnya, adalah memberikan berbagai judul webtoon yang bisa dibaca secara gratis oleh pembaca, tanpa dibatasi oleh apapun. Pembaca bisa memilih webtoon mana saja yang mereka sukai, lalu membuka episode demi episode sampai habis. Karena bisa diakses secara gratis, tumbuhlah sebuah pola positif di kalangan pembaca untuk memberikan dukungan kepada sang kreator komik, yaitu dengan memberikan rating yang baik, dan menuliskan komentar yang positif. Seperti halnya platform konten digital lain, platform webtoon juga menggunakan algoritma yang memprioritaskan komik populer dengan rating tinggi dan engagement yang baik (komentar positif, ramai, waktu baca cukup lama, dsb).

Dari sisi proses pengkaryaan, komentar positif yang diberikan oleh pembaca, tentu akan memberikan efek positif bagi sang kreator, baik itu dari sisi dorongan psikologis karena mendapatkan afirmasi positif, maupun alternatif sumber ide, karena tidak jarang pembaca yang begitu mendalami cerita, membuat sendiri tebakan-tebakan atas kelanjutan cerita yang mereka baca, dan bisa jadi tebakan itu lebih baik dari cerita yang awalnya telah disiapkan oleh komikus.

Penetrasi teknologi digital juga meruntuhkan batasan demografi dan geografi pembaca komik. Meski tentu terkait dengan akses internet di lokasi tertentu, siapa pun bisa mengakses dan membaca webtoon yang disediakan oleh platform digital. Dengan akses personal lewat perangkat telepon genggam masing-masing, komik digital juga meraih pembaca di luar pasar utama komik cetak. Tidak hanya remaja, dengan kemudahan akses, generasi dewasa muda, juga menjadi salah satu demografi utama pembaca komik digital.

Tentu semua masukan positif *readership* komik digital ini tidak tanpa permasalahan. Akses terhadap banyaknya judul dan episode yang bisa dibaca setiap saat, menciptakan pola pikir yang selalu menuntut konten baru. Meski memiliki jadwal tetap baik itu 1 minggu satu kali, atau dua kali, seringkali pembaca menuntut komikus untuk bisa menayangkan komiknya lebih cepat, bahkan harian. Tentu tuntutan semacam ini tidak perlu dipenuhi oleh komikus begitu saja, tapi tidak jarang dari tuntutan-tuntutan ini berkembang menjadi komentar negatif yang bahkan mengancam sang kreator jika tidak kunjung merilis episode webtoon terbaru.

Seperti halnya media sosial atau ruang internet lain yang memberikan peluang bagi siapa saja untuk mengungkapkan apa saja, moderasi menjadi salah satu batasan atau rambu yang bisa menjaga ruang publik di platform dari fenomena cyber-bullying.

Selain komentar negatif, salah satu hal yang sempat menjadi perdebatan dalam model bisnis platform digital yang membebaskan pembaca untuk mengakses konten secara gratis adalah rendahnya penghargaan finansial terhadap kreator. Saat Line WEBTOON mengubah kebijakan kontennya dari gratis tanpa syarat, menjadi gratis jika menunggu, dan membayar jika ingin membaca lebih cepat, muncul resistensi dari para pembaca yang sudah terbentuk mental "gratisan". Untungnya, kondisi ini hanya merupakan fenomena sesaat yang bisa disiasati dengan informasi dan edukasi kepada para pembaca. Menurut data Asosiasi Komik Indonesia, saat ini, satu judul webtoon populer bisa mendapatkan penghasilan dari penjualan episode komiknya setiap minggu melebihi nilai honor yang mereka dapatkan dari platform komik sebagai penyedia konten.

Jalan Menjadi Komikus Terbuka Lebar

Selain akses penerbitan yang lebih mudah, kemajuan teknologi juga membawa perubahan positif lain dalam industri komik. Selama ini, khususnya di Indonesia, tidak ada jalur pendidikan khusus yang mengantarkan seseorang untuk menjadi komikus. Meski tentu ada lembaga kursus yang mengajarkan bagaimana membuat komik, dan banyak sekolah memiliki kegiatan ekstrakurikuler komik, di level perguruan tinggi tidak ada jurusan yang spesifik menjembatani ke arah industri komik. Ada beberapa kampus yang memberikan mata kuliah komik, namun lebih banyak ke ranah informasi, ketimbang penjelasan proses pembuatan komik dan bagaimana mengembangkan karir di industri komik.

Akibatnya, kebanyakan komikus (atau calon komikus) menempa kualitas dirinya melalui pembelajaran mandiri (otodidak). Sekali lagi, menjamurnya tutorial baik melalui platform berbagi video seperti youtube atau vimeo; atau kelas online yang dirancang dengan kurikulum produksi komik yang mendetail, membuat calon komikus mudah mendapatkan ilmu dan informasi mengenai pembuatan komik. Kanal berbagi video seperti youtube juga menjadi ajang bagi para komikus profesional untuk berbagi ilmu lewat video-video yang mereka buat sendiri. Dalam video yang dibagikan oleh para komikus profesional ini, secara tidak langsung terjadi proses "belajar" yang bisa diikuti para calon komikus, tanpa harus benar-benar mencari sekolah komik.

Meski peluang untuk menerbitkan komik saat ini lebih mudah ketimbang era komik cetak beberapa tahun yang lalu, membuat komik untuk platform komik digital membutuhkan energi yang tidak sedikit. Komikus harus memproduksi sendiri komiknya secara konsisten hingga bisa mendapatkan jumlah pembaca untuk mengundang keuntungan finansial. Komik digital biasanya dirilis dalam bentuk serial panjang dengan episode baru setiap minggu. Judul komik resmi yang diterbitkan Webtoon memiliki jadwal rutin yang berbeda membuat pembaca memiliki banyak pilihan.

Webtoon Kanvas memberi kesempatan untuk komikus yang bersemangat untuk membangun karirnya lewat karya yang mereka buat. Tapi ini berarti seorang komikus harus menyiapkan diri untuk memproduksi komik sekaligus mempromosikannya untuk mendapatkan pembaca sebanyak mungkin. Seringkali usaha kreatif ini tidak bisa langsung menghasilkan timbal balik finansial yang sepadan dengan dana, tenaga, dan waktu yang sudah dikeluarkan. Model penerbitan berjadwal menuntut komitmen dari kreator untuk menghasilkan karya yang konsisten, tentunya membutuhkan modal yang tidak sedikit.

Saat memutuskan untuk memulai perjalanan sebagai kreator komik digital, khususnya dengan model karya webtoon, hampir semua bagian biasanya dikerjakan sendiri oleh seorang komikus. Artinya, dalam waktu satu minggu, seorang komikus harus memikirkan ide cerita, menuliskan naskah, membuat sketsa, membuat gambar, pewarnaan, dan tata letak. Sebelum bisa memulai ini semua, komikus perlu menyusun perencanaan dan perancangan komiknya. Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan satu episode komik bisa dikatakan setara dengan jam kerja karyawan formal setiap minggu.

Platform urundana mempertemukan kreator yang ingin menciptakan karya, dan pendukung yang ingin memberikan apresiasi kepada kreator. Konsep urundana ini memberikan kesempatan pada kreator untuk membiayai proses kreatifnya lewat dana yang didapatkan dari dukungan pengguna umum. Karyakarsa.com adalah platform urundana Indonesia yang berdiri sejak bulan oktober 2019. Melalui Karyakarsa, kreator bisa mengunggah karya mereka dalam bentuk apa pun, dan memberikan harga untuk akses terhadap karya itu. Kategori kreator yang ada di Karyakarsa beberapa di antaranya adalah: penulisan atau jurnalisme; ilustrator dan komik; *streamers* dan *youtubers*; musisi dan audio; fotografi; komunitas; edukasi dan *tutorial*; *podcaster*; desain; *gaming* dan *esports*; dan berbagai jenis kreasi lain. Platform ini bisa diakses di Karyakarsa.com dan terbuka untuk siapa pun yang berminat menjadi kreator maupun pengguna yang ingin mendukung kreator favoritnya.

Ada beberapa model pemasukan yang bisa diterapkan lewat Karyakarsa. Pertama, memberikan akses karya secara gratis, namun meminta dukungan kepada pengguna dalam

jumlah berapa pun. Konsep ini bisa dikatakan serupa dengan “mengamen”. Pengguna bisa mengakses karya sang kreator, dan memberikan bayaran yang sesuai jika pengguna ingin mengapresiasi. Kedua, kreator memberikan harga satuan untuk setiap karya yang dibuat. Pengguna yang ingin mengakses karya tersebut harus membayar dengan harga yang tercantum. Ketiga, kreator bisa mematok harga dukungan berlangganan karya untuk periode waktu tertentu seperti satu bulan, satu semester, atau selamanya. Dengan model ini, pengguna membayar sesuai dengan periode yang ditetapkan, kemudian mendapatkan akses untuk semua karya yang diunggah oleh kreator. Selain ketiga model harga di atas, kreator bisa menetapkan target dana yang ia butuhkan dalam jumlah tertentu dengan target karya tertentu untuk memberi informasi kepada calon pendukung. Misalnya, seorang kreator bisa memberikan target sebesar 15 juta rupiah setiap bulan untuk menghasilkan 4 episode komik dalam satu bulan. Target itu akan lebih mudah terpenuhi jika kreator memiliki semakin banyak pendukung. Dengan adanya platform urundana, seorang komikus pemula bisa memulai perjalanan karirnya serta mendapatkan pendapatan selayaknya komikus profesional.

Meski platform urundana memiliki fasilitas untuk mengunggah berbagai jenis karya digital, untuk urusan komik digital, tentu platform urundana yang bersifat serba ada ini memiliki segmen pengguna yang berbeda dengan platform komik digital yang spesifik. Selain itu, platform komik digital seperti Webtoon yang dikelola oleh perusahaan berskala global memiliki jumlah pembaca yang jauh lebih banyak ketimbang platform urundana lokal seperti Karyakarsa. Komikus memiliki privilege untuk menggabungkan dua hal terbaik dari kedua platform ini. Komikus menggunakan Webtoon Kanvas untuk menerbitkan komik mereka dan memanfaatkan banyaknya jumlah pembaca yang sudah berkumpul di sana. Kemudian untuk kebutuhan monetisasi, komikus bisa mengarahkan pembaca yang sudah dia dapat di Webtoon Kanvas untuk memberikan dukungan finansial lewat halaman Karyakarsa sang komikus. Karena akses di Webtoon Kanvas tersedia gratis untuk semua pembaca, komikus bisa memberikan manfaat tambahan kepada pembaca yang memberikan dukungan finansial lewat Karyakarsa.

Apakah Masa Depan Industri Komik Telah Hadir dalam Ekosistem Digital?

Jika seluruh prasyarat industri (produsen, konsumen, edukasi, pola bisnis, dan pemerintah), terpenuhi dalam ekosistem yang 100% digital, apakah ini berarti kita bisa fokus dalam pengembangan industri komik di dunia maya? Dalam humaniora digital, ada satu elemen penting yang menjadi benang merah baru yang unik dan tidak bisa dihidirkan oleh bidang ilmu lain sebelumnya, yaitu DATA RAYA (Big Data).

Dalam sebuah perpustakaan besar komik digital seperti platform komik, ada begitu banyak input data yang bisa dipakai sebagai data raya. Namun, data raya bukanlah sekumpulan data yang dikumpulkan dalam satu lokasi belaka. Yang menjadikan data raya sebagai salah satu esensi dari humaniora digital adalah relasi dan interkoneksi antar data-data yang terkumpul.

Akan sangat menarik jika industri komik digital dibedah dalam sudut pandang data raya. Dari sisi permukaan yang paling mudah, data-data mengenai pembaca komik digital tentu sudah dikelola dan dianalisa oleh platform komik untuk mengembangkan konten, fitur, dan logaritma artificial intelligence yang disematkan dalam sistem mereka. Namun, lebih dalam dari itu, semua aspek yang telah dipaparkan sebelumnya, bisa mendapatkan eksplorasi baru melalui perspektif humaniora digital. Pola produksi karya komik misalnya, dengan bantuan alat dan aset digital, yang sudah dijelaskan sebelumnya, membuka sebuah wahana kolaborasi tidak hanya antar kreator, yang membangun elemen-elemen komik untuk tampil sebagai karya utuh, tapi juga kolaborasi dengan artificial intelligence. Beberapa developer saat ini sedang dalam proses membangun piranti lunak berbasis ai yang mampu menerjemahkan perintah teks menjadi gambar (*project dall-e*), yang bahkan telah diuji oleh satu komikus untuk menghasilkan cerita dalam gambar-gambar yang berturutan selayaknya panel-panel komik, dan terbukti menghasilkan karya komik yang bisa dibaca dan dinikmati secara visual.

Dari sisi penelitian, teknologi bisa membantu pemetaan berbagai obyek penelitian yang menarik. Penelitian serupa yang sudah pernah dikerjakan di bidang film. Teknologi bisa membantu peneliti untuk menyusun data spesifik elemen-elemen dalam komik. Cerita komik digital yang begitu banyak, bisa dikuantifikasi dan dianalisa untuk mencari apakah ada pola yang bisa dijadikan acuan kesuksesan komik. Secara visual, kita juga dibukakan peluang untuk mengumpulkan berbagai jenis shot dalam komik, atau pola warna, atau model komposisi, yang bisa dibedah dengan bantuan software pengolah data. Hasil pengumpulan data ini dapat menjadi bahan kajian atau interpretasi lebih lanjut mengenai industri komik.

Potensi saling-silang data raya untuk menjangkit studi yang unik mengenai industri komik digital bisa datang dari berbagai sumber dan sudut pandang. Dari sisi lokasi akses data misalnya, seperti platform komik, perpustakaan digital, media sosial, media hasil alih wahana. Kemudian dari sisi proses kerja, apakah kerja individual dengan asistensi teknologi, apakah kerja kolaboratif beberapa kreator. Dari sisi interaksi antar pembaca maupun interaksi pembaca dengan komikus juga bisa menjadi sumber silangan data dan analisa.

Salah satu yang juga sempat saya bahas sebelumnya mengenai edukasi dan bagaimana seorang komikus digital lahir. Dengan adanya penelitian data raya memanfaatkan teknologi, bukan tidak mungkin akan muncul banyak jalan baru untuk menjadi komikus.

Referensi

Ajidarma, Seno Gumira. 2021. *Ngobrolin Komik*. Yogyakarta: Pabrik Tulisan.

Rahadian, Bambang Tri. 2021. *Komik: Media yang Terus Bergerak*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.

Ismono, Henry. 2019. *Hasmi: Pencipta Legenda Gundala*. Yogyakarta: Metha.

Berry, David M (ed). 2012. *Understanding Digital Humanities*. New York: Pallgrave Macmillan.