

KOMIK SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PROMOSI DALAM MEDIA SOSIAL

Gede Lingga Ananta Kusuma Putra¹, Gede Pasek Putra Adnyana Yasa²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali

e-mail: 14vielink@gmail.com¹, pasekputra@std-bali.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Received : Januari, 2019
Accepted : April, 2019
Publish online : Mei, 2019

ABSTRACT

Comics are one of the most effective promotional media because they have pictures, text and storylines. The present development of comics is not only made through conventional processes but can also be done in digital processes. This comic gain is taken to carry out the promotion process. The development of the internet today is very rapid. With the help of internet use it can allow an individual to interact with other individuals without any distance limitations. Social media is one of the developments in digital technology that makes it easy for someone to communicate with people without the distance of their location. Social media is an effective publication tool in the publication of comics that contain promotional content so that messages can be received by the wider community. Comics have various types according to their needs, and one of them is the Comic Strip. In the Comic Strip is an effective choice in carrying out a promotional activity. Strip comics are a type of comic that only consists of a few panel images. However, when viewed in terms of its contents, this comic has revealed the idea of complete content. With the advantages of Comics and social media, comic publications on social media are one of the effective choices in making a promotion.

Key words : Comics, Communication, Promotion, Social Media

ABSTRAK

Komik merupakan salah satu media promosi yang cukup efektif karena didalamnya memiliki gambar, teks dan alur cerita. Adanya perkembangan zaman sekarang ini komik tidak hanya dibuat melalui proses konvensional namun juga dapat dilakukan dalam proses digital. Keuntungan komik inilah yang diambil untuk melakukan proses promosi. Perkembangan internet zaman sekarang ini sangat pesat. Dengan bantuan penggunaan internet dapat memungkinkan seorang individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya tanpa ada batasan jarak. Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi digital yang memudahkan seseorang berkomunikasi dengan orang banyak tanpa adanya batas jarak lokasi mereka berada. Media sosial merupakan sarana publikasi yang efektif dalam melakukan publikasi komik yang berisi muatan promosi agar pesan yang disampaikan dapat diterima masyarakat luas. Komik memiliki berbagai jenis sesuai kebutuhannya, dan salah satunya adalah komik strip. Komik strip merupakan pilihan

yang efektif dalam melakukan sebuah kegiatan promosi. Komik strip merupakan jenis komik yang hanya terdiri dari beberapa panel gambar saja. Akan tetapi jika dilihat dari segi isinya komik ini telah mengungkapkan gagasan isi yang utuh. Dengan adanya keuntungan dari komik dan media sosial, maka publikasi komik dalam media sosial merupakan salah satu pilihan yang efektif dalam melakukan sebuah promosi.

Kata Kunci: Komik, Komunikasi, Promosi, Media Sosial

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan internet saat ini sangat membantu dalam kehidupan manusia. Melalui bantuan internet dapat memungkinkan seorang individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya tanpa ada batasan jarak. Hadirnya kemajuan teknologi ini banyak orang menggunakan internet untuk berbagai kebutuhan. Internet dapat digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti hiburan, permainan, informasi, serta dapat juga sebagai media promosi.

Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi digital yang menggunakan internet untuk memudahkan seseorang berkomunikasi dengan orang banyak tanpa batas jarak lokasi mereka berada. Membuat banyak orang menyukai, bahkan hampir semua orang memiliki serta menggunakan media sosial. Oleh karena banyak keuntungan dari penggunaan media sosial, sehingga membuat orang dapat menampilkan portofolio, sebuah sosialisasi dan promosi produk maupun jasa dalam media sosial. Media sosial dapat dikatakan sebagai media online karena dalam penggunaannya membutuhkan internet. Di dalam media sosial interaksi tidak hanya melalui tulisan, namun interaksi dapat juga dilakukan dengan menggunakan visual dan video. Oleh karena itulah banyak orang memanfaatkan media sosial dengan berbagai kebutuhan. Banyaknya kemudahan yang didapat dengan menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, membuat banyak orang melakukan kegiatan promosi didalamnya. Hal ini membuat seseorang harus memiliki ide yang lebih kreatif dalam melakukan promosi dengan menggunakan media sosial.

Komik merupakan salah satu pilihan dalam upaya melakukan kegiatan komunikasi didalam dunia digital, yang isinya sebuah promosi dengan menggunakan media sosial. Ketertarikan masyarakat terhadap komik khususnya di Indonesia cukup besar, semua itu terlihat dari banyaknya impor komik yang datang ke Indonesia. Dalam Komik tersaji gambar yang menarik dengan kombinasi teks-teks yang mudah untuk dipahami dan dimengerti. Jenis Komik ada bermacam-macam, seperti halnya buku komik, komik strip dan *webcomic*. Dalam pemanfaatan sekarang ini, Komik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan saja, namun dalam sebuah cerita komik juga dapat tersirat promosi didalamnya.

Pemanfaatan komik sebagai salah satu media promosi dalam dunia digital tidak lepas dari kemudahan penggunaan internet dan banyaknya pengguna sosial media. Dalam penulisan ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas berkomunikasi dengan komik dan memberikan alternatif kegiatan promosi dalam dunia digital melalui penggunaan media sosial. Fokus analisis yaitu pada beberapa visual komik di sosial media instagram yang digunakan sebagai promosi. Studi ini menggunakan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Ngalimun. Komunikasi pada umumnya dilakukan secara lisan atau verbal yang dimengerti oleh kedua belah pihak. Verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Komunikasi merupakan suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya [1]. Data penelitian berupa visual komik yang diperoleh melalui beberapa akun media sosial instagram.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif interpretatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan analisis visual pada beberapa media sosial. Data yang diperoleh direduksi dan dianalisis berdasarkan keilmuan desain komunikasi visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Promosi Dalam Media Komik

Dalam Desain Komunikasi Visual, melakukan kegiatan promosi merupakan salah satu bidang keahliannya. Namun agar informasi tersampaikan dengan baik terhadap konsumen yang akan dituju, maka diperlukan sebuah komunikasi yang baik. Oleh karena itu perlu dipahami lebih mendalam mengenai pengertian dari komunikasi agar dalam menciptakan sebuah media promosi, baik dalam media konvensional maupun digital, informasi yang disampaikan diterima dengan konsumen secara utuh. Komunikasi adalah pengiriman pesan dari A ke B (dari satu orang ke orang lain) yang memusatkan perhatian pada istilah yang terkait dengan proses pengiriman pesan seperti: medium, saluran, pengirim, penerima, gangguan, dan *feedback* [2]. Untuk menyampaikan suatu pesan agar informasi yang disampaikan sesuai dengan apa yang diterima oleh target audiens, maka diperlukan sebuah komunikasi yang baik. Menurut Ngalimun, ada beberapa karakteristik komunikasi yaitu, komunikasi adalah suatu proses, komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan, komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat, komunikasi bersifat simbolis, komunikasi bersifat transaksional, komunikasi menembus faktor ruang dan waktu [1].

Dalam ilmu komunikasi, komunikasi memiliki beberapa tingkatan. Dalam menganalisis komik sebagai sarana promosi dalam media sosial, tingkatan komunikasi yang sesuai adalah tingkatan komunikasi dengan masyarakat secara luas. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara yaitu komunikasi massa, dan komunikasi langsung. Komunikasi massa yaitu komunikasi yang dilakukan melalui media massa seperti

radio, surat kabar, TV dan lain-lain. Selanjutnya adalah komunikasi langsung atau tanpa melalui media massa seperti ceramah, pidato di lapangan terbuka [1].

Pemanfaatan komunikasi dengan masyarakat luas merupakan komunikasi paling sesuai dilakukan dalam upaya promosi melalui komik pada media sosial. Untuk membuat target audiens dapat menerima pesan ataupun informasi dengan baik, diperlukan sebuah komunikasi yang baik. Penggunaan media komik sebagai sarana penyampaian pesan, adalah berkomunikasi selain melalui visual gambar, komunikasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan balon kata.



Gambar 1. Contoh bentuk balon kata dalam Komik [Sumber: Imam Santoso, 2018]

Penggunaan balon kata dalam komik dapat memudahkan dalam mengkomunikasikan suatu pesan yang terkandung. Dalam penerapan bentuk balon kata juga disesuaikan dengan intonasi dalam membacanya. Hal tersebut membuat informasi lebih mudah untuk dimengerti oleh audiens.

Dalam kegiatan promosi dapat menggunakan berbagai media, agar sebuah promosi menjadi lebih menarik. Tentunya dalam melakukan kegiatan promosi akan ada *feedback* yang diharapkan berupa materi. Seiring dengan perkembangan zaman, memudahkan untuk setiap individu melakukan kegiatan promosi untuk menjual produk atau jasa yang dimiliki, sehingga hal tersebut menuntut kreativitas dalam melakukan promosi, yang tidak terbatas pada media konvensional saja. Menurut Wallach, media dapat dikatakan sebagai pembentuk (*constructors atau shapers*), yaitu keyakinan

bahwa isi yang disebar oleh media memiliki kekuatan untuk memengaruhi masa depan masyarakat [3]. Perspektif ini memfokuskan pada cara-cara media memengaruhi masyarakat. Isi sajian media setidaknya menyiratkan konstruksi pesan dibangun oleh professional media dan pemilik modal. Dari isi sajian pesan mengandung suatu wacana pembentukan ideologi yang memiliki makna dan kepentingan politik, ekonomi, sosial dan budaya [4].

Promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian. Tujuan promosi adalah:

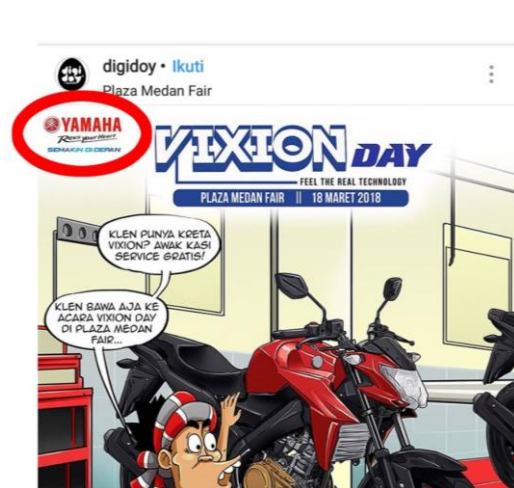
1. Untuk menyebarluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial
2. Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut
3. Untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan
4. Untuk membedakan dan mengunggulkan produknya dibandingkan dengan produk kompetitor
5. Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan
6. Untuk merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang suatu produk

Dalam melakukan kegiatan promosi, tidak menutup kemungkinan penjualan tidak hanya berupa produk saja, melainkan jasa juga dapat ditawarkan. Inti dari kegiatan promosi adalah adanya feedback yang diinginkan berupa materi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk dapat menjalankan promosi dengan baik maka perlu memahami dan mengetahui jenis-jenis promosi agar kegiatan promosi dapat berjalan secara efektif. Jenis-jenis promosi yang ada yaitu promosi secara fisik, promosi melalui media tradisional, dan promosi melalui media digital. Promosi secara fisik merupakan kegiatan promosi yang dapat diadakan di lingkungan fisik. Biasanya dilakukan pada acara-acara tertentu atau event-event khusus yang diadakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival, konser, dan sebagainya. Promosi melalui media tradisional merupakan jenis promosi melalui media tradisional seperti via media cetak yaitu

koran, majalah, tabloid, dan sejenisnya, dan media elektronik seperti radio dan televisi, serta media di luar ruangan seperti iklan banner atau papan reklame atau papan billboard. Sedangkan promosi melalui media digital yaitu jenis promosi melalui media digital yang mencakup media internet dan social media atau jejaring sosial. Media sosial adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop [5].

Menggunakan komik sebagai sarana promosi, membuat sebuah promosi lebih mudah dimengerti dan lebih dapat menarik perhatian konsumen. Walaupun komik hanya berupa image diam, namun didalam komik dapat menyuguhkan sebuah cerita yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan promosi. Sebuah unsur promosi yang terkandung didalam komik dapat diterapkan melalui beberapa cara, baik diterapkan diluar cerita atau panel komik, maupun berada dalam cerita komik tersebut.



Gambar 2. Penerapan Promosi diluar panel Komik
[Sumber: Instagram@digidoy, 2018]

Dalam promosi komik di atas, logo perusahaan diterapkan diluar (pojok kiri) dari cerita komik. Tujuannya adalah tidak mengganggu cerita komik yang disajikan namun tetap tersisipkan promosi dalam penampilannya.

Baca Dari Kanan ke Kiri



Gambar 3. Penerapan promosi dalam cerita komik secara langsung
[Sumber: Instagram@lakupon, 2018]

Sebuah kegiatan yang menggunakan komik, dapat langsung diterapkan dalam cerita komik. Keuntungan dari penggunaan promosi seperti ini adalah ketika audiens membaca atau mengikuti cerita komik maka secara tidak langsung informasi promosi yang terkandung dalam komik telah tersampaikan. Dengan menggunakan penerapan promosi langsung dalam cerita komik, sebuah promosi dapat langsung menampilkan keunggulannya yang ditampilkan dalam setiap adegan yang berada di komik.

Kesesuaian Jenis dan Penggunaan Panel Komik Untuk Kebutuhan Promosi

Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Biasanya, komik dicetak dan diterbitkan di atas kertas dan dilengkapi dengan teks. Komik dapat diterbitkan dalam berbagai bentuk, mulai dari strip dalam koran, dimuat dalam majalah, hingga berbentuk buku tersendiri [6]. Komik merupakan suatu cerita yang berupa kumpulan-kumpulan gambar yang diberi keterangan teks untuk penjelasannya. Dalam bidang pendidikan komik dapat digunakan sebagai bahan ajar atau media pembelajaran. Adapun bahan ajar yang jalan ceritanya seperti komik yang menuangkan

cerita tentang potensi lokal daerah disebut dengan *local wisdom education*.

Menentukan panel ibaratnya juga menentukan bagaimana pembaca diberikan kesempatan untuk ikut ambil bagian dalam menafsirkan antar panel tersebut. Antara kedua panel atau bingkai itu terdapat salah atau gang. MCloud menyebut sebagai closure. Closure adalah penghubung antara perpindahan waktu, ruang dan gerak. Bagaimanapun bentuk panel, baik standar kotak atau dibuat diagonal atau tidak diberi bingkai sama sekali dan sebagainya, tentu harus memiliki maksud dan tujuannya disamping sebagai seni itu sendiri. Pertalian ide dan gagasan dalam komik memiliki beberapa unsur yaitu, waktu ke waktu, aksi ke aksi, subyek ke subyek, adegan ke adegan, aspek ke aspek, dan non sequitur [7].



Gambar 4. Contoh Panel Dalam Komik
[Sumber: Imam Santoso, 2018]

Penggunaan panel dalam komik harus dikonsepsikan terlebih dahulu. Tujuannya agar dalam penciptaan komik, memiliki kesatuan dan informasi yang disampaikan lebih jelas. Dalam penciptaan komik promosi, tidak ditentukan dalam penggunaannya panelnya, karena yang diutamakan isi cerita dan informasi promosi lebih jelas dan mudah dimengerti oleh target audiens.

Untuk efektivitas kegiatan promosi melalui media komik, perlu mengetahui jenis-jenis komik. Sama seperti halnya dengan berbagai jenis genre sastra anak yang lain, komik juga terbagi kedalam beberapa kategori-kategori. Berdasarkan segi bentuk penampilan atau kemasan, komik dibedakan menjadi 4 jenis yaitu: komik strip, komik buku, komik humor dan petualangan. Komik Strip (*Comic Strip*) merupakan jenis komik yang hanya terdiri dari beberapa panel gambar saja. Akan tetapi jika dilihat dari segi isinya komik ini telah mengungkapkan gagasan isi yang utuh. Karena gambarnya yang hanya sedikit sehingga

gagasan yang disampaikan juga tidak terlalu banyak, biasanya hanya melibatkan satu fokus pembicaraan saja seperti tanggapan terhadap berbagai peristiwa-peristiwa atau isu-isu yang sedang terjadi. Komik strip biasanya sering ditemukan dalam berbagai majalah anak dan surat kabar seperti majalah Bobo.

Komik buku merupakan jenis komik yang dikemas dalam bentuk buku dan biasanya dalam satu buku hanya menampilkan sebuah cerita yang utuh. Komik buku biasanya berbentuk seri dan satu judul buku komik sering muncul berpuluh seri dan seperti tidak ada habisnya. Komik-komik tersebut ada yang memang menampilkan cerita yang berkelanjutan, tetapi ada juga yang tidak. Sedangkan komik humor dan petualangan merupakan komik yang paling banyak digemari oleh anak-anak. Komik humor merupakan komik yang isinya menampilkan sesuatu yang lucu dan mengundang pembaca untuk tertawa ketika pembaca sedang menikmati komik tersebut. Aspek humoris tersebut dapat diperoleh melalui berbagai cara baik melalui gambar maupun melalui kata-kata.

Berdasarkan jenis ceritanya, komik dapat dibagi ke dalam 4 jenis yaitu: komik edukasi, komik promosi (iklan), komik wayang, dan komik silat. Komik edukasi biasanya berfungsi sebagai hiburan dan sebagai media edukatif. Komik promosi (iklan) biasanya digunakan untuk keperluan promosi sebuah produk. Komik wayang merupakan komik yang isi ceritanya tentang cerita perwayangan seperti Mahabharata, Ramayana, dan lain sebagainya. Dan komik silat merupakan komik yang sangat populer, karena tema yang disajikan dalam komik berupa adegan laga atau pertarungan yang hingga saat ini tetap menjadi idola. Misalkan komik Naruto, One Piece, Dragon Ball dan lain sebagainya [8]. Merujuk dari jenis-jenis komik, komik strip merupakan pilihan yang paling tepat apabila digunakan sebagai sarana promosi. Hal tersebut dikarenakan dengan menggunakan komik strip maka tidak dibutuhkan cerita yang bertele-tele, sehingga informasi yang disampaikan lebih cepat diterima oleh konsumen.



Gambar 5. Contoh Komik Strip yang mengangkat pesan Promosi
[Sumber: UC News, 2018]

Komik strip menggunakan panel yang sedikit, sehingga memiliki informasi yang padat setiap penggambarannya. Hal ini yang membuat komik strip dalam cerita yang disuguhkan tidak *bertele-tele*. Ciri dari komik strip yaitu penerapan pesan promosi akan lebih efektif, karena audiens atau calon konsumen dapat dengan cepat mengetahui apa yang dipromosikan dan mendapatkan cerita menarik dari promosi tersebut, karena disuguhkan dengan komik. Keuntungan yang dapat diambil dalam melakukan promosi menggunakan komik strip adalah dapat membuat sebuah promosi menjadi lebih menarik, karena didukung dengan cerita, ilustrasi, text yang berupa balon kata, dan cerita yang disuguhkan tidak terlalu panjang.

Komik Promosi Melalui Media Sosial

Secara umum, definisi media sosial adalah media online. Seperti dalam Wikipedia, media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya bisa saling berkomunikasi dan berinteraksi. Jadi pengertian media sosial adalah sebuah saluran atau sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Di samping pengertian media sosial yang telah dijelaskan, media sosial sendiri memiliki beberapa karakteristik atau ciri khusus. Ciri tersebut diantaranya adalah pesan tidak hanya bisa disampaikan untuk seorang saja, akan tetapi juga bisa dikirimkan ke banyak orang. Kemudian pesan ini juga bisa disampaikan secara bebas, tidak harus melalui

gatekeeper. Selain itu, penyampaian pesan di media sosial juga cenderung jauh lebih cepat daripada media lainnya. Ciri terakhir bahwa yang menentukan waktu untuk berinteraksi adalah si penerima pesan.

Media sosial memiliki beberapa peran dan fungsi bagi masyarakat secara umum seperti sebagai alat atau media promosi. Penyampaian pesan secara cepat dan luas tentu dapat membantu seseorang untuk mempromosikan bisnisnya. Saat ini telah ada banyak jenis media sosial yang mungkin sudah kita gunakan. Beberapa diantaranya seperti Facebook, Twitter, Instagram, Blog, Youtube, Google Plus, dan lain sebagainya [9]. Kegiatan promosi bisnis melalui akun media sosial juga dapat dikatakan sebagai kekerasan simbolik. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bourdieu bahwa kekerasan simbolik umumnya terjadi dalam proses sosialisasi dan disertai penanaman nilai-nilai (ideologis) di dalam kehidupan sehari-hari [10]. Kekerasan simbolik dalam promosi melalui komik di media sosial terdapat pada pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Pesan yang disampaikan mengandung nilai-nilai (ideologi) dari perusahaan yang fungsinya untuk memengaruhi konsumen atau audiens.

Pada gambar salah satu postingan komik strip di atas mengkomunikasikan pesan promosi, yang dipublikasikan dalam salah satu akun media sosial Instagram. Dalam menggunakan media sosial, juga dapat mempublikasikan video maupun segala jenis gambar (*images*) dan khususnya dalam hal ini adalah komik sebagai sarana promosi. Dengan menggunakan media sosial, memudahkan seorang individu dalam melakukan kegiatan promosi. Karena dalam era digital saat ini, pengguna media sosial cukup banyak. Sehingga promosi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, serta dapat dijangkau oleh masyarakat luas.

KESIMPULAN

Dalam melakukan kegiatan promosi diperlukan sebuah komunikasi yang baik, agar informasi yang disampaikan dapat diterima audiens secara utuh. Berkomunikasi yang berisi pesan promosi dapat dilakukan melalui media komik. Karena dalam media komik sebuah promosi dapat dibuat lebih menarik dengan bantuan gambar, teks yang berupa balon kata, dan cerita yang mengarahkan calon konsumen mengetahui sebuah produk ataupun jasa yang sedang dipromosikan. Komik strip merupakan jenis komik yang efektif digunakan untuk melakukan sebuah kegiatan promosi. Karena komik strip memiliki cerita yang singkat dan mudah untuk dimengerti oleh target audiens. Dari segi publikasi, media sosial merupakan wadah yang tepat untuk komik yang berisi pesan promosi di dalamnya. Hal ini disebabkan karena banyaknya pengguna media sosial di zaman sekarang sehingga penyebarannya menjadi lebih luas. Publikasi komik dalam media sosial merupakan salah satu pilihan yang efektif dalam melakukan sebuah promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ngilimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017.
- [2] J. Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- [3] J. Wallach, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- [4] M. A. Harahap, *Kapitalisme Media: Ekonomi Politik Berita dan Diskursus*



Gambar 6. Tampilan komik strip dalam media sosial
[Sumber: Instagram @digidoy, 2018]

- Televisi*. Yogyakarta: Aura Pustaka, 2013.
- [5] cashbac, "Pengertian Promosi, Tujuan, Jenis, dan Contohnya dengan Jelas | Cashbac.com." [Online]. Available: <https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/>. [Accessed: 13-Sep-2018].
- [6] e-jurnal, "Pengertian Komik," 2013. [Online]. Available: <https://www.e-jurnal.com/2013/04/pengertian-komik.html>. [Accessed: 13-Sep-2018].
- [7] B. I. Santoso, *Jurus Lengkap Menggambar Manga*. Jawa Tengah: Dida Pustaka, 2016.
- [8] Ilham Prastya, "Pengertian Komik Menurut Para Ahli, Ciri-Ciri Komik dan Jenis-Jenis Komik | Ayoksinau.com," 2019. [Online]. Available: <https://www.ayoksinau.com/pengertian-komik-menurut-para-ahli-ciri-ciri-komik-dan-jenis-jenis-komik-ayoksinau-com/>. [Accessed: 13-Sep-2018].
- [9] Achmad Yusron Arif, "Pengertian Medsos adalah: Ciri, Peran, Jenis dan Fungsinya," 2019. [Online]. Available: <https://rocketmanajemen.com/definisi-sosial-media/#a>. [Accessed: 13-Sep-2018].
- [10] A. Y. Lubis, *Posmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.