

BAB IV

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan promosi secara pribadi yang dilakukan oleh komikus kompilasi KOLONI JAGOAN. Berdasarkan uraian dari Bab 1 hingga Bab 3, maka dapat diberikan kesimpulan dan saran sehubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

A. Kesimpulan

Komikus serial kompilasi KOLONI JAGOAN melakukan promosi pribadi atas dasar inisiatif pribadi. Inisiatif ini muncul karena sedikitnya promosi yang dilakukan oleh penerbit KOLONI. Penerbit sendiri menyatakan hanya melakukan promosi yang sedikit pada produk-produknya. Penerbit juga berharap komikus melakukan promosi sendiri dan tidak hanya tergantung pada promosi yang dilakukan oleh penerbit. Penerbit juga mendukung promosi pribadi yang dilakukan oleh komikus ini, karena mendukung promosi yang dilakukan oleh komikus ini juga mendukung promosi yang dilakukan oleh penerbit.

Promosi pribadi yang dilakukan oleh komikus ini mempunyai empat peran, yaitu sebagai media komunikasi antara komikus dan pembaca, sebagai media komunikasi antar komikus, sebagai pembentuk reputasi komikus di mata

pembaca, dan sebagai pembentuk pasar dari karya yang dibuat oleh komikus itu sendiri.

Peran pertama dari promosi ini adalah sebagai media komunikasi komikus dan pembaca. melalui promosi secara pribadi ini, komikus dapat memberikan informasi-informasi kepada pembaca. Informasi dapat berupa informasi terbaru dari karya yang sudah terbit atau dapat berupa karya terbaru dari komikus itu sendiri. Komikus sendiri menggunakan media sosial seperti Facebook, Deviantart, Twitter, Ngomik.com, Komikoo.com, serta promosi melalui *website* Lesehan Studio dalam melakukan promosi ini. Media-media sosial tersebut lebih banyak digunakan karena pengoperasiannya yang mudah serta biaya yang murah. Pembaca sendiri pun menyatakan promosi yang dilakukan oleh komikus ini ini efektif dan penting dilakukan oleh komikus. Pembaca juga menyatakan promosi pribadi ini menarik dan dapat mendukung promosi yang dilakukan oleh penerbit KOLONI itu sendiri.

Peran kedua adalah sebagai media komunikasi antar komikus. Komikus pun dapat saling mengenal dan menjalin relasi dengan adanya promosi pribadi ini. Komikus dapat memberikan tanggapan dan dukungan terhadap promosi yang dilakukan oleh komikus lainnya. Tanggapan dapat berupa komentar pada promosi yang dilakukan oleh komikus. Sedangkan dukungan dapat berupa membantu mempromosikan karya komikus lainnya. Upaya saling mendukung dalam promosi ini dapat membantu komikus yang baru mempunyai karirnya dan belum mempunyai reputasi yang baik di mata pembaca. Serial kompilasi KOLONI JAGOAN ini juga memungkinkan komikus satu membantu promosi komik

lainnya karena karya mereka diterbitkan dalam satu buku dengan komikus lainnya. Ketika komikus mempromosikan karyanya yang diterbitkan, secara tidak langsung dia juga mempromosikan karya komikus lainnya dalam satu buku itu.

Peran ketiga adalah pembentuk reputasi komikus. Reputasi komikus ini penting karena membuat pembaca mengenali ciri khas dari karya-karya yang dibuat oleh komikus tersebut. Pembaca dapat semakin mengenal identitas komikus dengan ciri khas yang dimiliki oleh komikus. Reputasi ini dibangun melalui relasi yang baik antara komikus dan pembaca. Komunikasi yang baik antara komikus dan pembaca membuat pembaca merasa lebih dihargai. Komikus menjadi tahu apa keinginan pembaca dan minat pembaca akan karya mereka.

Peran keempat dari promosi pribadi ini adalah sebagai pembentuk pasar. Berbeda dengan pembuat karya yang membuat karya berdasarkan keinginan konsumen, komikus ini membuat karya berdasarkan selera pribadi. Mereka tidak pernah membuat karya untuk memenuhi selera pembaca. Pembuatan karya berdasarkan selera komikus dan penilaian karya diserahkan kepada pembaca apakah mereka menyukai karya tersebut atau tidak. Komikus membentuk pasar sendiri dengan membuat karya sesuai selera pribadi mereka. Sweta Kartika sendiri mengatakan, selera pembaca relatif berbeda-beda dan tidak bisa dipaksakan. Tiap komikus sendiri mempunyai *genre* komik yang berbeda-beda, pembaca dipersilahkan untuk menyukai yang sesuai dengan selera mereka.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Akademis

Penulis dapat mempertimbangkan menambah jumlah narasumber agar hasil wawancara lebih mendekati kenyataan yang ada di lapangan. Semakin banyaknya narasumber diharapkan mampu memberi penjelasan lebih utuh mengenai promosi pribadi yang dilakukan oleh komikus dan bagaimana pengaruhnya dalam membentuk pengetahuan pembaca akan komik yang dipromosikan.

Penulis juga dapat mempertimbangkan jumlah observasi agar menemukan data-data promosi yang dilakukan lebih banyak. Banyaknya data promosi yang dilakukan komikus dapat menjadi bukti serta pendukung dari penelitian ini agar hasilnya lebih mendekati kenyataan di lapangan.

2. Praktis

Promosi pribadi yang dilakukan oleh komikus adalah salah satu cara efektif dalam membangun reputasi di mata pembaca. Selain melakukan promosi, komikus juga dapat berinteraksi dengan pembaca. Melalui interaksi ini, komikus dapat mengerti selera pembaca dan seberapa jauh karyanya dapat disukai oleh pembaca.

Promosi ini sendiri dapat dilakukan dengan mudah dan biaya yang murah karena didukung oleh teknologi komunikasi saat ini. Perkembangan internet saat ini pun mendukung promosi pribadi komikus ini. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Deviantart, Kaskus, serta *website* khusus komik seperti Ngomik.com dan Komikoo.com membuat promosi ini lebih terarah pada target audiens.

Mudahnya penggunaan, murahya biaya, serta besarnya dampak dari promosi oleh komikus ini dapat menjadi pertimbangan komikus yang masih memulai karir sebagai komikus atau belum mempunyai reputasi untuk melakukan promosi secara pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philips., Garry Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Lusch, Robert F., dan Virginia N. Lusch. 1987. *Principles of Marketing*. California : Kent Publishing Company.

Morisan. 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Tangerang : Ramdina Prakarsa

Mulyana, Dedy. M.A. Ph.D. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Peter, J. Paul., dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumen Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

West, Richard., dan Lynn H. Turner. 2007. *Introducing Communication Theory Analysis and Application*. New York : McGraw-Hill.

I.M., Ahmad. 2011. *WID.NS Godam Kembali Lagi*. Comical Magz 007 Juli 2011 : 18-21

Serial Kompilasi KOLONI JAGOAN volume 4

http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=id&langpair=en|id&rurl=translate.google.co.id&twu=1&u=http://www.christiancomicsinternational.org/quotes.html&usg=ALkJrhgeDC3rX-59KCJrBC9FXLR7GHyDyA

http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=id&langpair=en|id&rurl=translate.google.co.id&twu=1&u=http://www.christiancomicsinternational.org/quote_world_general.html&usg=ALkJrhhbQV4XiEIP-MzQ7jcB-BGwNDLojA

http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=id&langpair=en|id&rurl=translate.google.co.id&twu=1&u=http://www.christiancomicsinternational.org/quote_world_general.html&usg=ALkJrhhbQV4XiEIP-MzQ7jcB-BGwNDLojA

al.org/quote_world_general.html&usg=ALkJrhbQV4XiEIP-MzQ7jcB-BGwNDLojA

http://www.jakartabeat.net/idea/kanal-idea/buku/240-menelusuri-komik-indonesia-kontemporer.html

http://a5.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-snc6/222710_10150223255402292_351887082291_8594540_2028380_n.jpg

http://www.facebook.com/profile.php?id=100000102242808#!/komikkoloni

http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook

http://id.wikipedia.org/wiki/Kaskus

http://himakomedia.wordpress.com/2009/03/07/pernah-dengar-deviantart/

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=1583270986281&set=a.1378368903857.183593.1370923487&type=3

http://www.kaskus.us/showthread.php?t=4896164&page=38

http://careers.jobstreet.co.id/panduan-karier/personal-branding

http://jpmi.or.id/2011/10/29/membangun-personal-branding/

http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/06/promosi-pengertian-dan-tujuannya.html

http://insanperforma.co.id/index.php/portfolio/113-arti-bentuk-dan-tujuan-promosi?lang=

INTERVIEW GUIDE

A. Pertanyaan kepada Komikus

1. Sejak kapan menjadi komikus? Bagaimanakah pengalaman Anda sebagai komikus?
2. Mengapa memilih KOLONI sebagai penerbit karya Anda?
3. Apa bedanya menerbitkan karya di KOLONI dibandingkan dengan penerbit lainnya? Jelaskan!
4. Berapa karya Anda yang sudah diterbitkan KOLONI?
5. Apa menariknya serial kompilasi ini dibanding komik lainnya?
6. Apakah Anda mengetahui apa itu *personal campaign* sebelumnya?
7. Saya melihat seringkali komikus lokal melakukan *personal campaign* melalui media sosial, seberapa jauh Anda melakukannya?
8. Apakah melakukan *personal campaign* yang Anda lakukan itu merupakan kebijakan dari penerbit KOLONI atau inisiatif keinginan pribadi?
9. Bagaimanakah tanggapan KOLONI sejauh ini dengan *personal campaign* yang Anda lakukan? Sejauh mana Anda boleh melakukannya?
10. Bagaimana Anda merancang pesan untuk *personal campaign* yang Anda lakukan?
11. Apakah Anda melakukan promosi karya lain di luar karya yang Anda terbitkan bersama KOLONI? Jika iya, kenapa?
12. Siapa saja yang menjadi target audiens Anda? Jelaskan!
13. Apakah Anda tahu bagaimana selera target audiens Anda?
14. Bagaimana cara Anda mengetahui selera target audiens Anda?
15. Apakah Anda menyesuaikan produk dan *personal campaign* dengan target audiens?

16. Media sosial apa saja yang pernah digunakan? Mengapa memilih menggunakan media sosial itu?
17. Seberapa sering Anda melakukan *personal campaign* tersebut?
18. Bagaimana tanggapan audiens sampai saat ini? Jelaskan!
19. Apakah reputasi Anda menjadi lebih baik di mata audiens?
20. Apakah ketika serial kompilasi ini terbit mempengaruhi reputasi Anda sebagai komikus?
21. Apa saja keuntungan dan resiko ketika Anda melakukan *personal campaign* tersebut?
22. Apakah Anda menjalin hubungan yang baik dengan komikus lokal yang menerbitkan karyanya melalui KOLONI melalui media sosial tersebut? Sejauh mana? Jelaskan!
23. Apakah dengan menjalin hubungan dengan komikus lain meningkatkan reputasi Anda sebagai komikus?
24. Menurut Anda, siapakah komikus lain yang menurut Anda mempunyai reputasi bagus di mata pembaca? Mengapa?
25. Apakah Anda juga melakukan *personal branding* seperti yang dia lakukan? Jelaskan!
26. Siapa dan apa saja yang menjadi kompetitor serta ancaman ketika Anda melakukan *personal campaign* ini? Jelaskan!
27. Sejauh mana *personal campaign* ini mampu mengatasi kompetitor dan ancaman itu?

B. Pertanyaan kepada Pembaca

1. Apakah Anda tahu penerbit KOLONI?
2. Apakah Anda mengenal produk-produk KOLONI?
3. Darimana Anda tahu produk-produk KOLONI tersebut?

4. Bagaimanakah tanggapan Anda tentang promosi karya komikus yang mereka lakukan secara personal melalui sosial media? Jelaskan?
5. Apakah dengan adanya promosi secara personal tersebut Anda semakin mengenal komikus dan karya-karya mereka yang diterbitkan oleh KOLONI? Jelaskan!
6. Sejauh mana Anda tahu tentang produk-produk yang diterbitkan oleh KOLONI? Sebutkan judul-judul produk yang Anda ketahui!
7. Siapa komikus favorit Anda dan karya manakah yang Anda sukai dari produk yang diterbitkan KOLONI? Kenapa?
8. Apa saja yang menjadi ciri khas dan keunikan produk KOLONI ini?
9. Apakah menurut Anda karya tersebut mampu bersaing di antara produk sejenis?
10. Apakah Anda lebih memilih produk-produk yang diterbitkan KOLONI dibandingkan produk sejenis lainnya? Jelaskan!

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 1

Nama : Gupta Mahendra, Editor Penerbit KOLONI

Tanggal Wawancara : 10 April 2012

Peneliti (P), Gupta Mahendra (G)

P : Met siang Mas Gupta gimana sih awal terbentuknya KOLONI itu?

G : Hai Yuu, awalnya terbentuk tahun 2002-2003. Cek ini deh

<http://groups.yahoo.com/group/aikon/message/2428> lalu mati suri, dan hidup lagi tahun 2009. Cek ini:

http://pengemarmarkomik.multiply.com/journal/item/46?&show_interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem Misi idealisnya: ingin juga menaikkan karya lokal, selain menerbitkan karya-karya terjemahan

P : Waahhh akhirnya dapet juga sejarah KOLONI...hehehehe makasi banyak mas ini coba aku pelajari dulu, nanti mungkin Tanya-tanya lagi hehehe makasi banyak ya mas

G : Googling aja sob, banyak kok di net. Kalau mau riset yang lumayan bagus promonya coba ke MAKKO aja. Hubungi Sunny Gho atau Wahyudi Lestari berhubung Juli ini mereka akan ada acara juga.

P : Udah sih mas...ini untuk melengkapi data saja, kemarin aku tanya Osa, mas Bayu, dan Matto juga. Mereka bilang coba tanya Mas Gupta gtu sih...beberapa data sudah dapat, tapi mungkin ada data yang diinternet tidak ada dan Mas Gupta yang tahu hehehe

G : Oke. Kalau dari *angle* tulisanmu, KOLONI kurang dapet. Karena kami cenderung *default* promo nggak agresif, kalau Makko lebih agresif: mereka gandeng Yaris, buat print ad di MT Haryono (jembatan penyebrangan) dll. Saya lihatnya kami lebih konvensional dan memang sih *kickstarting* pihak lain untuk coba berjuang di komik lokal. Itu aja.

P: Ohh...aku fokus ke promosi pribadi komikusnya sih mas...hehehe cuma tanya promonya KOLONI sampai mana, kok komikusnya juga nglakuin promosi pribadi lewat FB gtu , ni aq tanya sejarah KOLONI buat jelasin perusahaannya aja, ga detail ke promonya hehehe jadi promo KOLONI buat pembeding aj buat promo komikusnya sendiri

G : Yap, era ini bukan zamannya lagi author duduk manis diam korporasi mengerjakan promosi. That's sooo 90-s. Sekarang ini kejam, yang dipromosikan lebih tentu author yang bisa punya timbal balik besar pula ke penerbit. Dimana-mana begitu penerbit. Jadi memang komikus/author harus *care* dengan bayinya sendiri. Salah satunya tetap harus dipromosikan secara pribadi. Koloninya sendiri sih simpel sih: 2002 terbentuk, mati suri, 2009 hidup lagi. Imprint dari M&C! comics - anak perusahaan Kompas Gramedia.

P : Hehehe makasi ya Mas

G : Siiip!

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 2

Nama Narasumber : Bayu Harditama, pengarang “1000 Giga Volts”

Tanggal Wawancara : Kamis, 29 Maret 2012 Pkl 17.00 WIB

Peneliti (P), Bayu Harditama (B)

P : Sejak kapan menjadi komikus?

B : Aku mulainya serius bikin komik tuh tahun 2009. Pngen coba masukin ke KOLONI.

P : Tuh SMA atau udah mulai kuliah?

B : Lulus STM.

P : Terus pengalamannya apa saja?

B : Aku serius bikin komik ya tahun 2009 itu sih, habis aku selesai magang. Aku STMnya jurusan elektro magangnya di pertambangan. Terus..habis kontrak magang itu selesai, denger ada KOLONI.

P : Saat itu sudah jadi komikus di Lesehan Studio sini?

B : Belum, masih secara pribadi. Itu aku coba ngirim ke sana, pertama tidak diterima. Habis itu aku tahu Lesehan Studio dari Alfa. Ya kaya ikut nimbrung gitu di Lesehan Studio, sambil coba-coba ngirim naskah lagi, semuanya ditolak. Habis itu ada nih temen Lesehan ini, si Fajar, nawarin...kasihan kan ngeliat aku (tertawa)...yaudah kamu yang bikin cerita, aku yang bikin gambar, akhirnya jadilah “Jalan Komik”

P : Mengapa memilih KOLONI?

B : Adanya itu.

P : Jadi saat itu belum ada penerbit-penerbit lain gitu?

B : Ya aku tahunya Elex Media pernah nerbitin *Sky..Sky Rider*? (Tanya ke Mato) oh ya *Wind Rider* sama komiknya Komikers jaman dulu itu. Ya jaman SMA pernah ngirim sih, Cuma begonya ngirim 10 alamat terus putus. Ya ga tahu apa-apa kan?

P : Bedanya penerbit KOLONI dibandingkan dengan penerbit lainnya?

B : Nggg ya karena aku baru coba KOLONI ya aku tahunya KOLONI aja.

P : Terus tahu kelebihan atau kekurangannya gitu?

B : Kalo KOLONI dia kan emang grupnya emang MnC! yang emang udah gede ya distribusinya di seluruh Indonesia luas, tapi ya belum tentu konsumen-konsumennya mau beli komik Indonesia.

P : Berapa karya Anda yang sudah diterbitkan KOLONI?

B : Baru 2, “Jalan Komik” dan “KOLONI Jagoan, 1000 Giga Volts”

P : Kenapa memilih masukin serial kompilasi ini dibanding komik lainnya?

B : Karena ada kesempatan aja. Dibuka pendaftaran serial kompilasi saat itu pas akhir aku *nggarap* sketsa apa namanya? (tanya Mato) *storyboard* “Jalan Komik” itu selesai terus aku nunggu Fajar yang *nggarap* selesai. Daripada aku ga ngapa-ngapain aku coba bikin buat Kompilasi Jagoan.

P : Kan sebelumnya “Jalan Komik” ga kompilasi tuh, ada ga sih bedanya seri kompilasi dengan seri lainnya?

B : Kalo kompilasi itu kan bentuknya 50 halaman ya. Jadi kita terbatas penjabaran ceritanya ya sebatas 50 halaman itu aja. Dari segi penjabaran lebih bagus yang 1 jilid sendiri. Kalo lebih laku mana aku ga tahu. Kompilasi Jagoan itu hanya untuk memperkenalkan komik ini, misalnya bagus nanti bisa dilanjutin. Jadi kalo di Jepang itu kaya majalah komik itu lho *Shonen Jump* dan sebagainya.

P : Pernah dengar ga sebelumnya tentang promosi pribadi oleh komikus itu?

B : Banyak. Tapi aku tahunya di studio Lesehan ini aja, soalnya aku kuper. Kalo di Jogja aku tahunya si Mbak Osa (nunjuk Osa), si Mato (nunjuk Mato), si Alfa, trus aku sendiri yang masih muda (tertawa).

P : Sejauh ini pernah melakukan promosi dimana aja?

B : Facebook, trus aku minta kenalan di Facebook dan di lain-lainnya terus ada yang bersedia ngiklanin di Kaskus, di blog-blog mereka, di..apa namanya, Indowebster dan sebagainya. Terus si Fajar bikin blog sendiri tentang “Jalan Komik” itu. Terus kita sampai bikin poster dan nyebarin ke sekolah-sekolah kok.

P : Oh berarti bikin *stand-stand* gitu pas acara Jepang-jepangan gitu atau gimana?

B: Pernah sih tapi pas itu komik kita belum terbit, jadi cuma Facebook, Twitter, Deviantart, Kaskus, dan blog.

P : Promosi pribadi itu ada kebijakan dari KOLONI atau murni keinginan komikus sendiri?

B : Dari komikus sendiri, kayanya akunya dan Fajar yang terlalu hiperaktif promosiin sendiri, KOLONI sendiri ga promosiin sih. Ya aku lihatnya gitu kalo buat “Jalan Komik”, itu promosinya dari KOLONI dikit banget, kebanyakan dari aku dan si Fajar.

P : Bagaimana Anda merancang pesan ?

B : Jadi kalo si Fajar ya ngasi *teaser* itu 1 *chapter* bab awal diunggah ke Deviantart ke Facebook biar bisa dibaca, biar nanti yang liat bisa menilai sendiri 1 *chapter* itu ceritanya kaya gimana. Kalo aku sendiri sih ngiklaninnnya *upload* gambar terus *tag tag tag tag tag*

P : Terus karya-karya di luar KOLONI pernah bikin dan promosinya lewat apa saja?

B : Oh kalo komik di luar KOLONI saat ini Lesehan studio kan ada *website* komik *online*-nya, seperti itu ada proyek bikin majalah komik tapi ga jadi, akhirnya kita konsen perpindahan Lesehan Studio ini sendiri.

P : Siapa saja yang menjadi target audiens?

B : Remaja sih, aku sih lebih sukanya anak-anak SMP kelas 2-3, kalo kelas 1 kan masih dibawa SD ke atas.

P : Terus lebih ke komik cowo atau cewe dan ceritanya petualangan atau fantasi gitu atau gimana?

B : Cowok, ya seperti itu.

P : Bagaimana cara Anda mengetahui selera target audiens Anda?

B : Kalo menurut pengalaman aku ya, aku ga tahu kalo komikus lainnya. Aku bikin komiknya ya sesuka aku. Tapi secara umum aku bikinnya ya yang layak dibaca orang lain lah. Tapi bikinnya ga “kalian pengennya gimana?” tapi aku bikinnya gini lho, kalo suka ya senyumlah, kalo ga suka ya jangan nangis.

P : Menyesuaikan ga sih bikin komiknya dengan selera pembaca?

B : Sejauh ini ga gitu sih. Soalnya aku bikin “Jalan Komik” terus bikin “1000 Giga Volts” terus penilaian mereka ga sampe bikin aku kepikiran kaya gitu.

P : Media sosial apa saja yang pernah digunakan?

B : Paling banter tuh Facebook. Soalnya sehari-hari aku pakenya itu sih, jadi sekalian. Kalo media lain, pertama aku ga bisa dan males juga, jadi kalo media lain aku serahin ke Fajar saja.

P : Seberapa sering Anda melakukan promosi tersebut?

B : Kalo dulu sering banget. Saking semangatnya dapet duit, semangat gitu ya tiap hari promosi. Kalo sekarang sudah ga terlalu, sudah tua saya (tertawa).

P : Sering atau tidaknya tuh tergantung apa?

B : Pastinya aku promosinya gencar-gencarnya pas awal-awal sih kalo mau terbit gitu. Terus sudah nyampe pertengahan kira-kira agak lama itu aku lepas.

P : Bagaimana tanggapan audiens sampai saat ini? Pernah kritik atau komentar apa saja?

B : Banyak. Dari asoy geboy sampai manis-manis asem upil gitu (tertawa).

P : Bagaimana reputasi Anda di mata audiens?

B : Bagi beberapa orang yang pernah baca terus dia kasih komen masukan lewat Facebook dan sms, mereka bilang bagus dan berkesan di hatinya ya aku bersyukur dan mikirnya mereka mengakui aku gitu ya.

P : Ketika serial kompilasi ini terbit, apakah mempengaruhi reputasi sebagai komikus?

B : Ya mungkin ada, tapi kalo di tempatku engga sih. Kan ceritanya sendiri-sendiri, misalnya di buku itu ada 3 cerita kan kalo pembaca ngliatnya ada yang bagus ya dia sukanya yang itu.

P : Misalnya dalam 1 komik ada 3 komikus apa mungkin pembaca coba mengenal komikus lainnya?

B : Ya bisa jadi misalnya ada yang dalam 1 buku itu duanya terkenal dan satunya masih baru itu bisa tahu juga kan, bisa baca juga kan.

P : Keuntungan melakukan promosi secara pribadi ini apa saja?

B : Kepuasan diri (tertawa). Narsis banget! Ya kita tujuan biar semua orang tahu komik kita, mereka kemudian baca, ya itu tujuannya.

P : Terus sejauh ini bagaimana hubungan dengan komikus lain? Apakah berkomunikasi dengan baik?

B : Kalo dalam 1 kompilasi sih yang bikin komik di situ sih pada *add* jadi *friend* jadi teman aku. Terus kita berteman kenalnya lewat Facebook.

P : Terus belum pernah sampai ketemu atau mengadakan kegiatan promosi bareng gitu?

B : Ga, kaga ada.

P : Jadi sebatas teman Facebook atau sering aktif saling komunikasi juga?

B : Kalo akunya sendiri jarang. Emang sifatnya aku sih, jarang komunikasi jadinya. Tapi ada juga komikus yang sifatnya *talk active* gitu ya, ramah jadi sering ngobrol sama komikus-komikus lainnya.

P : Apakah dengan menjalin hubungan dengan komikus lain meningkatkan reputasi Anda sebagai komikus?

B : Ya, pasti. Ngg reputasi, aku ga mikir reputasi sih, yang pasti dikenallah sama orang yang kita ajak ngobrol gitu.

P : Terus Mas Bayu sendiri kenal siapa aja?

B : Itu si Bening, yang 1 kompilasi sama aku. Aku kenal itu si Bening Andyani. Ya begitu komik kita meluncur, dia langsung nge-*add* aku. Terus kita ngobrol. Ya kalo yang lainnya kaya Sweta tapi ga terlalu akrab, soalnya aku cupu, dia gambarnya bagus sih (tertawa).

P : Menurut Mas Bayu, apa mereka mempunyai reputasi bagus di mata pembaca?

B : Ngg reputasi ya, kalo aku sih menilainya dari jumlah *voting* ya. Kalo Mas Sweta Kartika aku yakin reputasinya bagus, soalnya komiknya bagus dan *votingnya* banyak.terus kalo yang lainnya itu Bening dan siapa itu Kababonken? Yang 1 kompilasi sama aku menurutku belum terlalu sih. Tapi aku ga tahu, atau mungkin akunya yang kaga tahu.

P : Terus *voting* tadi, *voting* darimana?

B : Jadi tiap kompilasi seri Jagoan itu disediakan oleh KOLONI itu sarana buat nge-*like* komik mana yang mereka suka di Facebook. KOLONI sendiri ga punya *web* deh, mereka milihnya di Facebook.

P : Siapa dan apa saja yang menjadi kompetitor serta ancaman ketika Anda melakukan promosi pribadi ini?

B : Ngg kalo efeknya yang secara langsung gitu ga ada sih. Secara ga langsung aja ada suka baca komik, terus baca komikku, bagus, dia suka, dia beli. Tapi ada yang baca ya baca aja, pinjem atau nyewa dan ga beli kan.

P : Terus promosi pribadi ini mengatasi masalah itu?

B : Tergantung sih, apakah kita sukses atau ga masuk ke hati pembaca itu. Aku yakin kalo aku promosiin ke seseorang terus kena terus “oo bagus, aku suka”, dia ada keinginan buat beli dan koleksi.

P : Ada ga sih tips dari Mas Bayu agar karyanya menonjol dan tidak ditiru oleh promosi komikus lain?

B : Ga ada sih. Ga ada trik khusus, yang lakuin ya promosi biasa. Kalo ada yang meniru sih ya silahkan.



Transkrip Wawancara dengan Narasumber 3

Nama Narasumber : Matto (Muhammad Fathanatul Haq), pengarang “Emperor Crown”

Tanggal Wawancara : Kamis, 29 Maret 2012 Pkl 17.00 WIB

Peneliti (P), Matto (M)

P : Sejak kapan menjadi komikus? Bagaimanakah pengalaman Anda sebagai komikus?

M : Seriusnya dari akhir 2008. Emang cita-cita dari SMP kan terus pas masuk ke Jogja kebetulan aku masuk sekolah menengah seni rupa. Jadi di situ aku ketemu orang yang sehoobi, terus bentuk komunitas komik, nah di situ aku ngomik. SMSR, nah mulai di situ, tapi ya...komik yang *ecek-ecek*.

P : Mengapa memilih KOLONI sebagai penerbit?

M : Sebenarnya ga milih KOLONI. Dulu di tahun 2008 akhir, Megindo..tahu kan Megindo yang buat Animonster itu. Rencananya mau buat majalah komik. Nah aku tertarik untuk ikut di situ. Aku ikut, terus ngajak Fajar, terus jadi ngajak beberapa orang, di situ awal Lesehan Studio di situ. Kirim karya ke sana, ternyata dari Megindo gagal...apa, ga jadi kan. Terus aku bingung karena aku punya kenalan penerbit di Jogja, dari situ mau nerbitin. Terus aku ngerjain di situ cara kerja samanya tidak bagus kan, lama-lama aku bosan, berhenti. Pas aku berhenti, 2008...eh 2008 ya KOLONI terbit? (Tanya Osa) 2009, aku lihat 8 komik KOLONI yang baru, terus buka *sub commission*, nah aku pindah ke situ.

P : Terus bedanya di KOLONI dibandingkan dengan penerbit lainnya?

M : Bedanya...keunggulannya dia anggota dari Gramedia kan, jadi pemasarannya luaslah sekarang. Cuma kekurangannya dari segi promosinya sendiri, dari Gramedia sendiri kurang perhatiin. Merek asendiri belum mau ngeluarin dana buat promosiin.

P : Berapa karya yang sudah diterbitkan KOLONI?

M : Baru 2. Yang 1, 1SR6 dan itu yang kompilasi komik Jagoan.

P : Apa bedanya serial kompilasi ini dibanding komik lainnya?

M : Halamannya lebih sedikit sih (tertawa). Aku sih ga masalah, pada awalnya latihan buat komik pendek, justru kalo komik panjang tuh lebih susah dari komik pendek menurutku.

P : Jadi lebih gampang kompilasi?

M : Iya lebih gampang, tapi kepuasannya lebih enak yang panjang.

P : Apakah sudah mengetahui apa itu promosi pribadi oleh komikus sebelumnya?

M : Sudah tahu. Yang paling aku tahu ya Is Yuniarto. Promosinya dari Deviantart, nah dari situ aku tahu KOLONI.

P : Sejauh mana sih Anda melakukan promosi pribadi?

M : Kalo dibilang pribadi sih, aku melakukannya promosi studio. Sempat sih melakukan promosi pribadi lewat Facebook, Deviantart. Tapi kalo secara studio kita sudah ada sendiri buat promosiin.

P : Hal itu merupakan kebijakan dari penerbit KOLONI atau inisiatif keinginan pribadi?

M : Keinginan sendiri.

P : Kalau dari KOLONI tidak ada syarat-syarat apa gitu Mas?

M : Engga.

P : Bagaimanakah tanggapan KOLONI sejauh ini dengan promosi sendiri yang Anda lakukan?

M : Ga tahu ya. Mereka ga pernah nanggapi. Paling ikut komen aja.

P : Terus sejauh mana melakukan promosi pribadi itu, atau dibebasin aja?

M : Sepertinya ga ada batasan. Kecuali mereka melarang kita upload komiknya lebih dari 2 *chapter*. Keenakan pembacanya (tertawa).

P : Bagaimana Anda merancang pesan, bagian mana yang perlu ditampilkan dan bagian mana aja yang tidak perlu ditampilkan?

M : Aku yang paling utama *cover*-nya. Terus biasanya 1 *chapter* pertama. Terus ada sinopsisnya singkatnya.

P : Apakah Anda melakukan promosi karya lain di luar karya yang Anda terbitkan bersama KOLONI?

M : Iya. Lewat Facebook juga. Dari Deviantart juga.

P : Terus banyak ga yang mengunjungi per harinya?

M : Biasanya promosi itu ga per hari sih. Paling hari ini kita promosiin bertahan 2-3 hari. Kita Cuma model status, kalo gambar awal-awalnya banyak, berikutnya paling 1-2.

P : Siapa saja yang menjadi target audiens Anda?

M : Aku selalu remaja. SMP kelas 2-3 sampe SMA ke atas, terus sedikit anak kuliah.

P : Terus dari segi cerita dan gambarnya dengan target seperti itu bagaimana?

M : Dari segi cerita aku pakai referensi saja. Referensi komik-komik yang sudah terbit dari Jepang darimana. Aku biasanya baca dari remaja sampai dewasa. Aku referensinya yang remaja itu. Sebisa mungkin menyampaikan itu kalo ada buka-bukaan sampai mana sih buka-bukaannya. Kan yang nerbitin penerbit Indonesia juga, sampai mana mereka sensor.

P : Apakah Anda tahu bagaimana selera target audiens Anda?

M : Sebenarnya aku sendiri kan pembacanya. Biasanya aku cuma kira-kira kalo aku bacanya suka atau engga. Jadi referensinya aku sendiri. Ga sama seperti Bayu sih, apa yang aku suka..aku berusaha hati-hati...ya gitu sih. Kalo aku ga suka ya aku ga buat (tertawa).

P : Terus cara Anda mengetahui mereka suka atau ga?

M : Biasanya tahunya kalo udah terbit sih.

P : Berarti sebelumnya cuma nebak-nebak aja selera mereka seperti apa?

M : Emmm kita kan ada banyak orang di studio, kita liatin dulu ke mereka gitu. Editor sendiri juga ada kan.

P : Editor dari studio atau dari KOLONI?

M : Dari studio ada, dari KOLONI ada. Tapi aku ga tahu dari KOLONI seperti apa.

P : Apakah menyesuaikan produk dengan target audiens?

M : Aku mempertimbangkan seleraku tapi aku melihat *genre-genre* yang ada. Ada *school life*, apa, apa, apa, apa yang sering dikartunkan. Dan kebetulan aku suka yang *daily life* biasanya, *school life*, atau *daily life*. Kan itu lumayan laku ya.

P : Media sosial apa saja yang pernah digunakan?

M : Pernah Facebook, karena gampang, terus orangnya umum. Ga kaya Deviantart kan cuma tukang gambar kebanyakan. Facebook lebih efektif. Terus Ngomik.com, udah ada target, jadi orang-orang yang suka baca komik, mereka *respect* dengan komik buatan lokal kan. Itu bagusnya Ngomik.com. bagusnya Facebook itu secara umum, siapa saja ada di situ, promosinya lebih luas, kalo ini kan lebih mengena. Twitter belum pernah, Kaskus biasanya dah ada yang ngiklanin.

P : Seberapa sering Anda melakukan hal tersebut?

M : Biasanya pas deket-deket terbit. Itu aja sih pas deket-deket terbit.

P : Pernah ga orang yang suka dengan karya Mas melakukan promosi secara pribadi juga?

M : Emm pernah

P : Bagaimana tanggapan audiens sampai saat ini?

M : Ya mereka jadi tahu kan. Terus yang baca komiknya ada yang suka ada yang ngritik. Gitu aja sih, biasa kan.

P : Terus ada ga sih pembaca yang jadi kenal dekat dan ngajak omong-omongan gitu?

M : Ada sih ada. Ada beberapa. Sebenarnya banyak sih yang ngomong tapi karena aku juga jarang *online* (tertawa). Aku *online* Cuma ngelihat-lihat sih.

P : Apakah reputasi Anda menjadi lebih baik di mata audiens?

M : Sebenarnya kalo reputasi menurutku ada sih. Dah baguslah.

P : Apakah ketika serial kompilasi ini terbit mempengaruhi reputasi Anda sebagai komikus?

M : Ngaruh. Ada kondisinya, misalnya ada komikus yang *fanbase*-nya sudah banyak, digabungkan dengan aku yang punya *fambase*. Jadi 2 *fanbase* bisa gabung. Dan aku mungkin bisa ngrebut *fanbase* yang 1 kalo misalnya mereka suka komikku.

P : Apa saja keuntungan dan resiko ketika Anda melakukan promosi pribadi tersebut?

M : Keuntungannya sih kalo ga dipromosiin, dari penerbit promosinya kurang. Jadi bakal rugi, jadi kalo kita promosiin sendiri ga ada ruginya juga sih.

P : Terus ada ga sih kerugiannya?

M : Ga ada sih, Cuma rugi waktu aja (tertawa).

P : Apakah Anda sejauh mana hubungan dengan komikus lokal yang menerbitkan karyanya melalui KOLONI tersebut?

M : Baik sih. Ada yang kenal dekat, ada yang kenal biasa aja. Ya bahas-bahas komik gitu. Ada yang sampe datang ke sini. Fahreza pernah datang, Okto yang buat B.O.C.A.H.

P : Apakah dengan menjalin hubungan dengan komikus lain meningkatkan reputasi Anda sebagai komikus?

M : Sedikit, menurutku sedikit.

P : Menurut Anda, siapakah komikus lain yang menurut Anda mempunyai reputasi bagus di mata pembaca?

M : Mas Jojo, karena *fanbase*-nya banyak. Terus Sweta Kartika kini melejit. Terus itu aku lupa...Galang itu sudah sejak awal itu.

P : Merhatiin ga mereka melakukan promosi seperti apa?

M : Kalo Sweta itu *upload-upload* gambar saja. *Upload* terus *tag-tag*, sama kami juga, tapi cuma dia lebih sering.

P : Terus Mas Matto tidak sering?

M : Aku kurang suka bikin ilustrasi yang lepas dari komik. *Mentok-mentok*-nya Cuma bikin *cover* dan *sub cover*.

P : Siapa dan apa saja yang menjadi kompetitor serta ancaman ketika Anda melakukan promosi ini?

M : Kalo komik Indonesia menurutku kita tidak sedang saling berkompetisi. Malahan saling bantu. Kalo komik dari Indonesia engga, komik dari Jepangnya ini yang kompetitor.

P : Sejauh mana promosi ini mampu mengatasi kompetitor dan ancaman itu?

M : Kecil sih, tapi dari kecil itu mungkin bisa berkembang dari mulut ke mulut. Soalnya andalannya mulut ke mulut.

P : Menurut Mas Mato, promosi yang baik itu seperti apa sih?

M : Kalo aku sih membuat pembaca kita *respect* banget dengan kita dengan cara mungkin dengan berkomunikasi secara lanjut, ketemu langsung. Kalo udah *respect* sama kita dia akan promosiin kita kaya tadi dari mulut ke mulut. Jadi misalnya, aku sudah sering sih ketemu dan berhubungan dengan pembaca. Dia udah *respect* sama aku, dia ngiklanin aku ke teman-temannya. Jadi misalnya kaya kemarin kaya *talk show* di UGM. Para pembaca datang ke Lesehan Studio diundang kita buka seminar kecil-kecilan, itu termasuk promosinya kita sih.

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 4

Nama Narasumber : Sweta Kartika, pengarang “The Dreamcatchers”

Tanggal Wawancara : Senin, 30 April 2012

Peneliti (P), Sweta Kartika (S)

P : Sejak kapan menjadi komikus? Bagaimanakah pengalaman Anda sebagai komikus?

S : Saya jadi komikus profesional terhitung dari karya saya yang pertama terbit di Koloni tahun 2011 dengan judul The Dreamcatchers. Karena baru memulai ngomik, saya masih terus belajar dan belajar.

P : Mengapa memilih KOLONI sebagai penerbit karya Anda?

S : Waktu itu KOLONI mengadakan sayembara Ngomik Koloni Jagoan, dan saya mengikutinya sebagai penyalur bakat. Jadi, melalui KOLONI lah saya debut pertama di komik pro.

P : Apa bedanya menerbitkan karya di KOLONI dibandingkan dengan penerbit lainnya?

S : KOLONI sebagai produk dari Gramedia adalah penerbit komik pro yang ada pada saat itu. Secara penerbitan mungkin tidak ada bedanya. Saya kurang tahu karena saya hanya menerbitkan di Koloni saja.

P : Berapa karya Anda yang sudah diterbitkan KOLONI?

S : Baru satu, The dreamcatchers.

P : Apa menariknya serial kompilasi ini dibanding komik lainnya?

S : Menariknya serial kompilasi karena kita bisa tampil bersama karya komikus lain yang berbeda cerita maupun gaya gambarnya. Secara mental lebih kompetitif.

P : Apakah Anda mengetahui apa itu promosi secara pribadi sebelumnya?

S : Promosi pribadi terhadap karya komik sendiri sebetulnya sudah jadi bagian dari kebutuhan komikusnya untuk mengumumkan karyanya agar dikenal masyarakat.

P : Saya melihat seringkali komikus lokal melakukan promosi secara pribadi melalui media sosial, seberapa jauh Anda melakukannya?

S : Sama seperti yang lain, saya juga mempromosikan karya saya lewat media sosial. Saya mengumumkan komik judul yang saya buat dan dimana bisa mendapatkannya dengan menandai orang-orang yang saya kenal.

P : Apakah melakukan promosi secara pribadi yang Anda lakukan itu merupakan kebijakan dari penerbit KOLONI atau inisiatif keinginan pribadi?

S : Penerbit mengizinkan promosi pribadi karena ujung-ujungnya juga menguntungkan pihak penerbitan. Biasanya dilakukan secara inisiatif komikusnya.

P : Bagaimanakah tanggapan KOLONI sejauh ini dengan promosi secara pribadi yang Anda lakukan?

S : Dibebaskan

P : Bagaimana Anda merancang pesan untuk promosi secara pribadi yang Anda lakukan?

S : Pesan dibuat yang paling mudah dimengerti oleh orang-orang yang melihat promosi.

P : Apakah Anda melakukan promosi karya lain di luar karya yang Anda terbitkan bersama KOLONI? Jika iya, kenapa?

S : Ya. Alasannya sama dengan sebelumnya, mengumumkan karya yang saya buat agar diketahui khalayak untuk kemudian dikonsumsi.

P : Siapa saja yang menjadi target audiens Anda? Jelaskan!

S : Tergantung karyanya. Jika komik remaja, maka target market adalah remaja. dst.

P : Apakah Anda tahu bagaimana selera target audiens Anda?

S : Karya saya dibuat untuk membentuk pasar, bukan saya berkarya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Target audiens yang menikmati karya saya berarti satu selera dengan saya. Tidak saya paksakan. Hukum relatifitas berlaku.

P : Bagaimana cara Anda mengetahui selera target audiens Anda?

S : Melalui karya yang dilempar ke pasar dan menelaah tanggapannya terhadap karya saya.

P : Apakah Anda menyesuaikan produk dan promosi secara pribadi dengan target audiens?

S : Ya.

P : Media sosial apa saja yang pernah digunakan? Mengapa memilih menggunakan media sosial itu?

S : Media sosial yang saya pilih hanya facebook dan twitter. Alasannya karena gratis dan *massive*.

P : Seberapa sering Anda melakukan promosi pribadi tersebut?

S : Setiapkali akan mengumumkan karya yang bersifat komersial.

P : Bagaimana tanggapan audiens sampai saat ini?

S : Sejauh ini responsif nya sangat positif, tidak ada nada protes maupun kritikan.

P : Apakah reputasi Anda menjadi lebih baik di mata audiens?

S : Ya.

P : Apakah ketika serial kompilasi ini terbit mempengaruhi reputasi Anda sebagai komikus?

S : Sangat. Sebuah karya pasti mempengaruhi reputasi kreatornya.

P : Apa saja keuntungan dan resiko ketika Anda melakukan promosi secara pribadi tersebut?

S : Keuntungannya banyak dan positif. Kita bisa mencapai 'bargaining position' melalui cara gratisan. Resikonya juga positif: terkenal dan karyanya laku.

P : Apakah Anda menjalin hubungan yang baik dengan komikus lokal yang menerbitkan karyanya melalui KOLONI melalui media sosial tersebut? Sejauh mana? Jelaskan!

S : Ya. Sesama komikus sama-sama membangun jejaring dan pasar yang sama. Dan melalui pertalian hubungan ini, sesama komikus jadi bisa saling bantu mempromosikan karya masing-masing. Keuntungan dinikmati bersama.

P : Apakah dengan menjalin hubungan dengan komikus lain meningkatkan reputasi Anda sebagai komikus?

S : Ya. Dan itu juga berlaku untuk komikus lain.

P : Menurut Anda, siapakah komikus lain yang menurut Anda mempunyai reputasi bagus di mata pembaca? Mengapa?

S : Banyak. Semua mempunyai selera pasar sendiri-sendiri, seperti Is Yuniarto, Alex Irzaki, Azisa Noor, Ockto Baringbing, dan C Suryo Laksono. Kesemuanya adalah komikus muda angkatan 2004 ke atas.

P : Apakah Anda juga melakukan personal branding seperti yang dia lakukan? Jelaskan!

S : Saya melakukan personal branding dengan cara sendiri. Demikian pula yang dilakukan oleh komikus lain. Sepertinya personal branding tidak ada yang sama sifatnya.

P : Siapa dan apa saja yang menjadi kompetitor serta ancaman ketika Anda melakukan promosi secara pribadi ini? Jelaskan!

S : Selama ini tidak ada kompetitor, bahkan meraup dukungan sesama komikus sebagai bentuk solidaritas.

P : Sejauh mana promosi secara pribadi ini mampu mengatasi kompetitor dan ancaman itu?

S : Kompetitor yang dimaksud mungkin lebih bersifat persaingan positif, artinya masing-masing komikus telah mempunyai pasar masing-masing dan tidak saling terusik. Dengan promosi pribadi, kita bisa melakukan akselerasi popularitas, dan menentukan bargain position kita di reputasi komikus.

P : Ada ga mas tips-tips melakukan promosi pribadi yang baik itu gimana?

S : Tips untuk promosi pribadi sebaiknya disesuaikan dengan bentuk produk/karya. Tidak perlu rumit atau bertele-tele, dan jangan sampai membebani pihak lain yang tidak mendapat keuntungan material dari upaya promosi kita. Cukup mengandalkan kaidah saling membantu dan solidaritas berkarya.



Transkrip Wawancara dengan Narasumber 5

Nama: Dominico Servio Sofian (Fian)

Umur: 16 tahun

Kelas: 10 - SMA Kolese De Britto

Tanggal Wawancara : Minggu, 15 April 2012

Peneliti (P), Fian (F)

P : Apakah kamu tahu penerbit KOLONI?

F : Tahu

P : Kamu tahu ga produk-produk KOLONI apa aja ?

F : Garudaboi, B.O.C.A.H, Satu Atap, Merdeka di bukit Selarong, Creation Jade, 4HERO, Pancanaka, Langit Bumi Samudra, Seer, Wind Rider, I want to Live. Banyak yang lupa.

P : Terus kamu sendiri tahu produk-produk itu dari mana? Bisa jelaskan?

F : Awalnya sih waktu ke Indomaret ga sengaja nemu komik Garudaboi. dan sejak itu aku jadi sering ngikutin Garudaboi. Terus lama kelamaan aku ngikutin komik koloni yang lain juga.

P : Tahu ga kalo komikus-komikus KOLONI kadang suka *upload-upload* gambar dan *tag2-tag* gitu sebagai sarana promosi karya mereka?

F : Tau. Karena aku juga suka nge-*add* komikus-komikus koloni. Beberapa juga dekat sama aku. Aloysius Alfa misalnya. dia suka bagi *link* komik barunya, *One Billion Reward*.

P : Gimana tanggapanmu dengan adanya promosi seperti itu?

F : Ya tanggapan saya sih positif. Karena dengan mereka promosi, saya jadi lebih *update* soal komik-komik lokal.

P : Apakah dengan promosi seperti itu kamu semakin mengenal komikus dan karya-karya mereka?

F : Beberapa komikus saya sudah hafal dengan gaya gambar mereka dan karakter-karakter favorit mereka. Beberapa komikus sering memunculkan karakter yang sama meskipun namanya beda.

P : Adakah terjalin kedekatan pribadi dengan beberapa komikus gitu? Misalnya sering komen-komen-an bareng atau bahkan sampai ketemu?

F : Sampe sekarang sih cuma berinteraksi lewat jejaring sosial. Dulu pernah dapat undangan dari Lesehan Studio, tapi ga bisa ikut karena acaranya mendadak dan saya udah ada acara. Dan ini rencananya saya dan temen-temen JB mau ke Lesehan Studio untuk menjalin relasi juga.

P : Menurut kamu nih...lebih menarik mana promosi oleh komikus itu sendiri atau dari penerbit KOLONI? Bisa jelaskan menariknya dimana...

F : Kalo saya sih lebih menarik lewat Komikus langsung. karna selain mereka promosi, mereka juga menjalin relasi dengan para pembacanya. Dan kalau ada hal-hal yang perlu ditanyakan bisa langsung dijawab oleh komikus sendiri.

P : Menurutmu penting ga sih komikus menjalin relasi dengan promosi pribadi gitu?

F : Penting banget. karna kalo komikusnya bisa dekat sama pembacanya, dia bisa tau minat pembaca itu gimana? Komikus juga bisa menilai antusiasme pembaca akan karyanya. Kalo kira-kira kurang laris, biasanya komikus akan fokus ke karya yang lain tapi tetap melanjutkan karya yang kurang laris itu.

P : Kamu sendiri ada ga komikus dan karya favorit dari KOLONI? Kenapa?

F : Komikus koloni favoritku Galang Tirtakusuma yang bikin Garudaboi. mungkin bisa dibilang cinta pada pandangan pertama. Karena dia selalu menanggapi situasi di sekitarnya dengan karyanya. Tidak jarang ada kritikan-kritikan dalam komiknya. Kadang dia menjawab kritikan pembaca lewat karyanya juga. Dan alasan lain karena dia suka Tokusatsu.

P : Apa sih menjadi ciri khas dan keunikan produk koloni itu?

F : Ciri khasnya adalah *style* komikus yang macam-macam. Beda dari kebanyakan manga yang kubaca yang hampir kebanyakan mangakanya menggunakan style yang sama. Komik Koloni setiap komikus menggunakan style mereka sendiri. dari yang realis sampai minimalis.

P : Menurutmu apakah produk KOLONI itu mampu bersaing dengan produk sejenis?

F : Mampu. Karena karya-karya koloni tidak kalah dengan karya-karya komik luar. Beberapa komik juga pernah mendapatkan penghargaan internasional. Contohnya komik B.O.C.A.H

P : Lebih milih mana produk KOLONI ato produk sejenis?

F : Kalau beli sih saya suka beli produk Koloni. kalau produk sejenis bisa minjem. Lagipula kalo promosi komik Indonesia ya harus punya komiknya kan? biar Indonesia makin maju.



Transkrip Wawancara dengan Narasumber 6

Nama: Iwang Dwiangkara (Iwang)

Umur: 16 tahun

Kelas: 10 - SMA Kolese De Britto

Tanggal Wawancara : Rabu, 2 Mei 2012

Peneliti (P), Iwang (I)

P : Apa kamu tahu KOLONI?

I : Ehe, tau dong . Koloni salah satu penerbit yang berusaha memajukan perkomikan Indonesia dengan menerbitkan komik-komik karya anak dalam negeri.

P : Kenal dengan produk-produk KOLONI?

I : Ya, termasuk komik kompilasi KOLONI seperti KOLONI AKSI sama yang laennya

P : Tahu darimana produk2 KOLONI itu?

I : Hehe, itu sih karena saya udah *join* grupnya KOLONI, pemberitahuan produk-produk bahkan komik terbaru KOLONI biasanya mereka *publish* di sana. Nah, aku taunya ya dari situ

P : Tahu ga kalo komikus juga nglakuin promosi pribadi dengan *upload* gambar dan *tag-tag* gitu?

I : Tau, soalnya aku juga salah satu korban tag2an mereka hehe

P : Gimana tanggapanmu dengan promosi oleh komikus itu?

I : Ngg, bagiku sih promosi bagi seorang komikus itu perlu. Toh, gak begitu mengganggu karena Facebook menyediakan fitur yang memperingkas *notification* dan sebenarnya kita juga bisa kok, menghilangkan *tag* atas kita agar gak "dihujani" *notification*.

P : Bisa jelaskan "perlu" itu gimana mas ?

I : Hmm. ya perlu aja, toh biar ada yang memperhatikan komik yang kita buat, dan bukannya promosi itu senjata utama di dunia bisnis agar produk kita laku kan?

P : Apakah dengan promosi pribadi oleh komikus tersebut kamu semakin mengenal komikus dan karya-karya mereka?

I : Ya jelas dengan promosi kita bisa lebih mengenal komikus tersebut. Syukur-syukur kalau dengan promosi kita mau membeli komiknya dan mengikuti komiknya, sehingga kita bisa lebih "mengetahui" komikus dan karyanya tersebut

P : Sejauh mana kamu mengenal produk-produk KOLONI? Bisa dijelaskan?

I : Ya sejauh info dan promosi yang bisa saya dapat . Dijelaskan gimana ane bingung^^ LOL

P : Sebutin judul-judul komik KOLONI yg mas tahu aja...

I : Garudayana

Garudaboi

Sketsa Purnama

Seer

P : Kalo yang kompilasi itu ngikutin juga kah mas?

I : Yup, terutama yang KOLONI JAGOAN (tadi aku salah nulisnya KOLONI Aksi^^)

P : Ada ga komikus favorit dan karya favorit dari KOLONI? Kenapa suka itu?

I : Komikus dan karya favoritku di KOLONI ya sudah jelas si pencipta Garudayana, mas Is Yuniarto

Kenapa? karena selain *artwork*nya bagus, Dia itu seorang "penggebrak" dunia komik dengan mampu membuat komik dengan genre yang jarang sekali dipakai oleh komikus masa kini, yaitu WAYANG! wajar lah kalau dia jadi idolaku.

P : Menurut mas apa ciri khas dan keunikan dari produk KOLONI ini ?

I : Keunikan ya...Kalau menurut ane sih ada beberapa jika dibandingkan dengan komik-komik Jepang yang diterbitkan gramedia, yaitu: unsur Indonesia yang khas, yang kebanyakan dipakai oleh para komikus KOLONI (pakaian, lokasi, senjata, cerita, bahasa gaul Indonesia,) yang tentunya gak akan pernah dipakai komikus Jepang.

P : Apa menurut mas karya-karya KOLONI tersebut mampu bersaing dengan produk-produk sejenis?

I : Produk sejenis? Produk sejenis yang kayak apa dulu?

P : Komik-komik indonesia dari penerbit lainnya...maupun komik luar yg dijual d indo.

I : Komik KOLONI berpotensi besar kok untuk bersaing dengan produk-produk lainnya, asalkan KOLONI mampu terus berkembang menjadi lebih baik dan menyediakan komik-komik yang semakin bermutu.

P : Menurut mas Iwang penting ga sih mas komikus melakukan promosi pribadi gitu buat mereka ke depannya

I : Ya penting dong, masalahnya kalau nggak gitu ya ntar makin dikit yang mendapat info tentang komik tersebut ya dengan itulah komik mereka bisa tetap bertahan hidup dan dikenal orang lah.

P : Menarik mana mas, promosi pribadi dari komikus sendiri ato dari penerbit? Kenapa?

I : Gak pasti kok, terkadang dari penerbit lebih menarik, terkadang dari komikus lebih menarik.

P : Kalo gitu dimana/apa sih menariknya promosi dari penerbit dan gimana juga menariknya dari komikus sejauh ini yang pernah mas jumpai?

I : Menariknya ya terletak pada bahasa promosinya, yang membuat kita penasaran dan menjadi ingin tau tentang komik tersebut.

P : Itu yang penerbit atau yang komikus mas?

I : Ya tergantung sih... Kadang bahasa promosi dari produksi lebih menarik begitu pula terkadang dari komikusnya sendiri lebih menarik.

P : Apakah lebih memilih produk-produk KOLONI dibanding produk-produk sejenis tadi?

I : Untuk produk-produk sejenis sepertinya YA, kenapa? Karena setelah aku sadar, ternyata kualitas komik KOLONI juga nggak kalah sama komik luar. Ke toko buku sekarang aku carinya KOLONI terus (kalau pengennya komik) produk laen juga sepertinya kurang semenarik koloni.

Transkrip Wawancara dengan Narasumber 7

Nama: Mohammad Naufal Rahman (Naufal)

Umur: 16 tahun

Kelas: 10 - SMA Islam PB Soedirman 2 Bekasi

Tanggal Wawancara : Kamis, 17 Mei 2012

Peneliti (P), Naufal (N)

P : Apa kamu tahu KOLONI ?

N : Kalo itu jelas saya tau koloni itu salah satu penerbit komik Indonesia, dan udah banyak komikus-komikus yang komiknya terkenal gara-gara koloni.

P : Apa kamu mengenal produk-produk KOLONI itu?

N : Produk-produknya saya cukup tau banyak, dari Garudayana, Garudaboi, sampai kompilasinya banyak yang saya tau dan saya koleksi.

P : Darimana aja kamu tahu produk2 KOLONI itu?

N : Pertama kali sih lewat majalah XY-Kids!. Disana ada preview Garudayana. Kebetulan saya juga suka wayang, jadi saya langsung beli aja pas ke gramed, dan alhasil saya banyak *searching- searching* soal Garudayana, yang berujung ke koloni sang penerbit

P : Gimana tanggapanmu tentang promosi pribadi komikus lewat sosial media..seperti *tag* dan *upload* gambar gitu? Bisa jelaskan?

N : Mm, menurut saya sih itu salah satu cara yang efektif kok, dan gak ada salahnya buat dicoba *Wong* ane aja yang belum nerbitin komik ngupload ngetag mulu, buat komikus yang promosi komik kan gak masalah dicoba ^^

P : Apakah dengan adanya promosi secara personal tersebut kamu semakin mengenal komikus dan karya-karya mereka yang diterbitkan oleh KOLONI? Jelaskan!

N : Sebenarnya saya jarang di-tag sih sama komikus-komikus koloni, cuman karena saya udah *like fanpage*-nya KOLONI saya jadi tau banyak komik-komiknya, terutama yang *recommended*. Jadi cara promosi lewat fb gitu banyak manfaatnya juga bagi saya ^^

P : Sejauh mana Anda tahu tentang produk-produk yang diterbitkan oleh KOLONI?

N : Kalau yang saya punya sih mulai dari Garudayana, Garudaboi, Koloni Jagoan, Dharmaputra, Pancanaka, Jalan Komik, Koloni Hantu, SEER, err...dll deh ^^ Tapi saya tau beberapa komik semacam Hopper, Satu Atap, Chocopetoc, dll

P : Siapa komikus favorit Anda dan karya manakah yang Anda sukai dari produk yang diterbitkan KOLONI? Kenapa?

N : Sebenarnya hampir semuanya saya suka, cuman saya paling seneng sama 2 komikus, Galang Tirtakusuma (Garudaboi) sama Alex Irzaqi (Dharmaputra), saya seneng gaya gambar mereka berdua terutama Alex-sama XD. Oya, soal komik favorit saya seneng sama Garudayana yang mengangkat tema pewayangan, itu bener-bener nginspirasi banget ^^

P : Apa saja yang menjadi ciri khas dan keunikan produk KOLONI ini? Bisa jelaskan?

N : Kalau ciri khas.....saya rasa di bagian komik kompilasinya, soalnya komikus yang baru nerbitin komik banyak yang mulai dari kompilasinya, kalo komik yang mereka ikutin ke kompilasi itu bagus bakal dibikin jadi komik tersendiri nantinya.

P : Apakah menurut Anda karya tersebut mampu bersaing di antara produk sejenis?

N : Saya rasa mampu, soalnya KOLONI merupakan salah satu penerbit komik Indonesia terbesar dan banyak menghasilkan komikus-komikus hebat. Tapi mau KOLONI atau produk lain yang sejenis, mereka tetap menjadi pencipta masa depan terang bagi dunia perkomikan Indonesia.

P : Apakah Anda lebih memilih produk-produk yang diterbitkan KOLONI dibandingkan produk sejenis lainnya? Jelaskan!

N : Saya senang mengumpulkan berbagai jenis komik, asalkan saya rasa dan tahu komik itu bagus saya pasti beli. KOLONI memang banyak menghasilkan komik-komik hebat, tapi saya tetap menyukai komik dari KOLONI ataupun yang lain ^^