

Pengembangan Komik Instagram “Toomis Booncis” Bertemakan *Leisure* bagi Remaja

Agnes Delicia Husada*, Christian Anggrianto

Program Studi Visual Communication Design, Universitas Ciputra Surabaya
CitraLand CBD Boulevard, Surabaya, INDONESIA

*Penulis korespondensi

Article Info:

Submitted: June 03, 2023

Reviewed: May 30, 2024

Accepted: November 23, 2024

Corresponding Author:

Agnes Delicia Husada

Program Studi Visual Communication
Design, Universitas Ciputra
Surabaya, CitraLand CBD
Boulevard, Surabaya,
INDONESIA

Email: agnesdelda@gmail.com

Abstrak

Leisure time merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan sosial remaja. Sebenarnya konsep *leisure* sangat menarik untuk dibahas dan diketahui oleh remaja, namun ternyata studi mengenai *leisure* di Indonesia masih kurang banyak dibahas. Sehingga melalui hal ini, munculah sebuah ide untuk membuat suatu hiburan bagi remaja bertemakan *leisure time* yang menarik dan mudah diakses. Dirancanglah komik *digital* “Toomis Booncis” yang bertujuan sebagai hiburan bagi remaja bertemakan *leisure time* dengan konten cerita mengenai aktivitas keseharian remaja yang berhubungan dengan *leisure activity* mereka. Komik ini ditargetkan untuk remaja yang berusia 17-22 tahun yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Unik mengembangkan komik yang cocok untuk remaja, dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dan survei. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana membuat konten cerita komik di media sosial dengan baik dan menerapkan konsep *leisure* dengan cara yang menyenangkan dan menghibur.

Kata kunci: komik *digital*, Instagram, media sosial, remaja, *leisure*.

Abstract

Leisure time is an essential factor in the social development of adolescents. The concept of leisure is fascinating to discuss and is well-known among teenagers, but it turns out that studies on leisure in Indonesia are still not widely discussed. So through this, an idea emerged to create entertainment for teenagers with the theme of leisure time that was interesting and easily accessible. The digital comic "Toomis Booncis" was designed to entertain teenagers. It has the theme of leisure time and story content about the daily activities of teenagers related to their leisure activities. This comic targets teenagers aged 17-22 who actively use Instagram social media. Data is collected through interviews and surveys to develop comics suitable for teenagers. This study aimed to find out how to properly create comic story content on social media and apply the concept of leisure in a fun way.

Keywords: *digital comic, Instagram, social media, teenagers, leisure*

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Pendahuluan

Remaja merupakan sebuah masa pergantian diri dari masa anak-anak menuju dewasa. Menurut Departmen Kesehatan (Aulia, S., 2017), kategori remaja berada pada rentang umur 18 hingga 25 tahun. Remaja akan mengalami perkembangan, salah satunya yaitu perkembangan sosial menurut Desmita (dalam Prayudha, 2018). Menurut Prayudha (2018), *leisure time* adalah salah satu indikator perkembangan sosial yang dialami oleh remaja. George (dalam Adhia, 2017) mengemukakan bahwa *leisure time* atau waktu luang sebagai waktu seseorang dapat menghabiskan waktu mereka dengan kegiatan-kegiatan yang mengasyikkan, menghibur setelah melakukan kegiatan rutin, tanpa adanya hal yang membenani orang tersebut. Dengan melakukan *leisure activity*, remaja akan dapat melepas perasaan lelah mereka sehabis mengerjakan tugas atau rutinitas lainnya.

Leisure time merupakan hal yang diperlukan oleh setiap orang, termasuk para remaja. Tujuan utama dari *leisure activity* adalah untuk mencapai *leisure satisfaction*. Beard dan Ragheb (dalam Siregar, 2021) berpendapat bahwa *leisure satisfaction* adalah sebuah perasaan yang dibuat ataupun dihasilkan seseorang melalui keterlibatan mereka dalam kegiatan *leisure*. *Leisure satisfaction* sendiri memiliki beberapa dimensi yaitu: *psychological*, *educational*, *social*, *physiological*, *relaxation*, dan *aesthetic*. Dalam hal ini berarti *leisure activity* tidak hanya dilakukan semata hanya kegiatan biasa, namun juga terdapat dampak positif yang dihasilkan dari melakukan aktivitas *leisure*.

Leisure memiliki banyak manfaat untuk remaja, namun di Indonesia sendiri topik *leisure* masih jarang dibahas (Siregar, 2021). Dari hal ini timbulah sebuah peluang untuk menciptakan karya desain untuk mengangkat konsep *leisure* kepada remaja namun bukan menjadi edukasi melainkan suatu hiburan bagi mereka.

Komik "Toomis Booncis" adalah sebuah ide dari penulis untuk mengangkat topik seputar *leisure* kepada remaja di Indonesia melalui komik strip. Komik akan terdiri dari beberapa panel dengan cerita yang singkat. Komik "Toomis Booncis" dibuat secara digital sesuai dengan perkembangan yang ada saat ini. Komik digital juga menjadi alternatif karena memiliki akses yang mudah bagi remaja. Pemilihan komik juga dikarenakan komik merupakan media hiburan menyajikan cerita yang singkat dan sederhana, sehingga akan menarik remaja untuk melihatnya. Maka dari itu, komik bisa dijadikan alternatif dalam menyampaikan pesan maupun informasi yang ingin diberikan dalam bentuk visual atau gambar (Ramadhani, N., & Putra, R. D., 2017). Terdapat 3 jenis konten pada komik "Toomis Booncis" yaitu konten *daily*, konten informasi, dan *meme*. Ketiga jenis konten ini akan diunggah melalui media sosial Instagram.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah komik sudah sesuai dengan target audiens, dan konten sudah menerapkan konsep *leisure* dengan tepat. Maka dari itu, dirancanglah komik "Toomis Booncis" sebagai variasi hiburan untuk remaja dengan topik seputar *leisure time*.

Metode Penelitian

Pengumpulan data akan fokus mengenai visual ilustrasi, desain karakter, penggunaan bahasa, serta pemilihan media Instagram pada komik. Data primer akan didapatkan melalui wawancara bersama dengan *expert* dan *extreme user*, serta melakukan survei terhadap target audiens remaja, kemudian dilakukan studi literatur sebagai data sekunder.

Pembahasan

Komik Digital

Will Eisner dan Scott McCloud (2001) menyatakan bahwa komik adalah sekumpulan gambar berurut dalam satu ruang. Komik sendiri dapat terbagi menjadi beberapa jenis yaitu : *comic strip*, karikatur, *web comic*, hingga *book comic*. Jenis-jenis komik ini memiliki perbedaan tersendiri, beserta ciri khasnya.

Saat ini perkembangan teknologi yang sangat pesat tidak dapat dihindari. Dan pada akhirnya dunia komik juga tidak luput dari perkembangan teknologi dimana saat ini komik tidak hanya berbentuk buku atau cetakan saja, namun saat ini komik sangat mudah ditemukan secara digital di internet bahkan media sosial sekalipun. Pergeseran minat dari komik cetak menuju digital juga dirasakan oleh penyuka komik di Indonesia. Pergeseran ini terlihat di tahun 2010 dimana sebagai contoh pemanfaat media sosial komik Si Juki dan Haryadhi sebagai media utama komik mereka (Ramadhan, 2020).

Memproduksi komik secara digital akan memudahkan sebuah individu untuk berkarya tanpa harus membuat studio komik sendiri (Tytton Sishertanto, 2016). Serta biaya alat serta software yang terbilang lebih murah dibandingkan mencetak komik dalam bentuk fisik. Selain itu komik digital memberikan suatu inovasi yang tidak dapat ditemukan dari komik cetak yaitu komik digital dapat memasukkan elemen-elemen lain dalam komik seperti audio dan animasi, bahkan jika teknologi akan berkembang di masa depan, maka komik digital akan beradaptasi pada teknologi-teknologi baru.

Perkembangan komik digital ini juga memberikan keuntungan bagi pembacanya. Hal ini dikarenakan berkembang pesatnya teknologi *handphone*, membuat komik digital yang dipublikasikan secara *online*, dapat diakses dengan mudah oleh pembacanya, yang mana salah satunya adalah remaja.

Analisis Wawancara *Expert* Komik

Komik digital yang marak saat ini yaitu komik di *platform* media sosial. "Toomis Booncis" melakukan wawancara terhadap *expert* di dunia komik. Yang pertama adalah komikus yang telah berkecimpung di dunia komik selama 10 tahun dan yang kedua adalah seorang ilustrator yang memiliki beberapa pengalaman dalam membuat komik. Dari hasil wawancara bersama mereka ditemukan beberapa informasi baru. Yang pertama yaitu suatu komik di media sosial perlu mempertimbangkan factor efektivitas dan kemudahan audiens dalam mengingat suatu komik. Efektivitas di sini berarti bagaimana komik dapat memanfaatkan penggunaan ilustrasi, warna, dan *copywriting* dengan baik sehingga audiens dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dengan mudah.

Selain itu pentingnya membuat komik yang mudah diingat oleh audiens di tengah maraknya komik media sosial lainnya. Menurut hasil wawancara terhadap seorang komikus, salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menciptakan karakter tokoh yang berbentuk sesederhana mungkin. Dengan adanya desain karakter yang sederhana serta penggunaan warna yang minim, akan memudahkan target audiens dalam mengingat komik kita. Sebagai contoh desain karakter yang memiliki kriteria tersebut adalah Gudetama, Quby, dan Ketnipz. Lalu, salah satu alasan seseorang dalam membaca komik yaitu dengan mencari hiburan singkat, sehingga suatu komik di media sosial perlu menyediakan konten cerita yang singkat, padat, dan jelas, baik dari aspek copywriting dan alur cerita pada setiap episode komik. Hal ini dilakukan agar mengurangi resiko audiens menjadi bosan dan kurang paham dengan cerita komik karena cerita yang terlalu rumit untuk dimengerti.

Menurut hasil wawancara terhadap *expert* di bidang komik, strategi dalam pemilihan waktu dan jadwal mengunggah konten cerita dianggap sangat penting di tengah persaingan antar komik di media sosial, khususnya di Indonesia, dalam mendapatkan audiens-audiens baru. Para *expert* mengatakan, bahwa dengan rutin mengunggah konten cerita, maka akan mengurangi risiko audiens menjadi lupa dengan komik kita dan berakhir tidak mengikuti lagi cerita komik. Strategi mengunggah yang cukup efektif yaitu dengan menjadwalkan *update* unggahan setiap minggu. Namun, berbeda dengan akun komik yang sudah memiliki audiens yang besar, justru akun komik yang dapat dikategorikan masih baru, sebaiknya tidak mengunggah konten cerita sebanyak-banyaknya dalam satu minggu. Hal ini dapat diterapkan agar akun komik yang masih baru tidak dianggap sebagai *spamming* oleh audiens mereka.

Leisure Activity

Leisure activity dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang di luar rutinitas berat mereka di mana seseorang dapat memilih aktivitas apa dengan bebas untuk menghabiskan waktu luangnya dan tidak ada aturan apa pun yang memberatkan seseorang (Beard & Ragheb, 1980 dalam Siregar, M. 2021). Terdapat pembagian menjadi 9 tipe *leisure activity* (Horner, S., & Swarbrooke, J., 2004), diantaranya:

1. *Home-Lovers*, seseorang yang cenderung menikmati waktu luangnya dengan beraktivitas di rumah.
2. *The Students*, yang memanfaatkan waktu luang mereka dengan menemukan fakta-fakta baru atau mencoba untuk mengembangkan pengetahuan.
3. *The Artist*, yaitu dengan belajar atau tertarik pada seni, teater, atau film untuk menghabiskan waktu luang.
4. *Sports Person*, yang terlibat pada aktivitas fisik di waktu luang baik di tempat *indoor* atau *outdoor*.
5. *Shopper*, melakukan belanja baik secara *online* atau *took offline* sebagai pengalaman *leisure*.
6. *Hedonist*, melakukan hal menyenangkan yang cenderung negatif seperti berjudi, menggunakan obat terlarang, atau kegiatan lainnya.
7. *Tourist*, bepergian jauh selama dua hari atau lebih.
8. *Consumer*, menghabiskan waktu luang dengan mengonsumsi makanan atau minuman.
9. *Spiritualist*, memenuhi waktu luang kegiatan keagamaan.

Seseorang dapat memiliki tipe *leisure activity* lebih dari satu. Tujuan utama seseorang melakukan *leisure activity* adalah untuk mencapai *leisure satisfaction* dimana hal ini bisa berpengaruh pada kebahagiaan, kedamaian, dan kualitas hidup seseorang. Menurut dari hasil wawancara kepada *expert* di bidang teori *leisure*, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan tipe *leisure activity* mereka yaitu: *personality*, gender, motivasi, *life value*, dan *mood* yang dialami. Beberapa faktor ini dapat dipengaruhi pada tingkat kepuasan atau *leisure satisfaction* seseorang.

Leisure Satisfaction

Leisure satisfaction memiliki beberapa jenis dimensi (Beard & Ragheb, 1980) yaitu:

1. *Psychological*, mendapatkan manfaat berupa sensasi kebebasan, kenikmatan, dan *intellectual challenge*.
2. *Educational*, intelektual seseorang menjadi terstimula dan membantu mereka agar dapat mempelajari diri sendiri serta lingkungan sekitar.
3. *Social, leisure activity* menciptakan suatu interaksi sosial serta komunikasi dengan orang lain.
4. *Physiological*, waktu luang dapat menjadi sarana seseorang untuk mengembangkan kebugaran fisik, agar tetap sehat, dapat menyeimbangkan berat badan, dan menerapkan well being di kehidupan.
5. *Relaxation*, melakukan *leisure activity* dapat meredakan rasa stress dan tekanan hidup yang dialami.
6. *Aesthetic*, seseorang yang memiliki nilai tinggi pada dimensi ini melakukan *leisure activity* untuk sesuatu yang menyenangkan, menarik, indah untuk dipandang, dan dibuat dengan baik.

Dapat disimpulkan bahwa ternyata *leisure activity* tidak hanya berupa melakukan aktivitas biasa saja, namun juga ternyata memiliki dampak positif jika seseorang melakukan aktivitas *leisure*. Selain itu menurut Spiers dan Walker (dalam Siregar & Grasiawaty, 2021) menyatakan bahwa *leisure satisfaction* ini bisa mempengaruhi kesenangan, kedamaian, serta kualitas hidup seseorang. Dan dalam satu kegiatan *leisure* dapat mencakup beberapa hingga kelima *leisure satisfaction*.

Analisis Survei dan Wawancara Khayalak Sasaran

Survei serta wawancara dilakukan pada target audiens yang ingin dituju dengan kriteria adalah remaja berkisar siswa SMA hingga mahasiswa yang berusia 17-22 tahun, dimana mereka berada di usia yang sudah mengenal teknologi serta media sosial, sehingga “Toomis Booncis” juga menargetkan khayalak yang aktif menggunakan media sosial. Selain itu juga “Toomis Booncis” menargetkan khayalak yang memiliki ketertarikan dan preferensi dalam membaca komik yang memiliki alur cerita yang ringan untuk mencari hiburan. Maka dilakukanlah survei dan wawancara lebih dalam terhadap beberapa orang yang sesuai dengan kriteria target audiens yang ingin dituju.

Berdasarkan survei yang dilaksanakan pada 27 Februari 2023 sampai 13 Maret 2023 terhadap khayalak sasaran menyatakan bahwa mereka cenderung tertarik pada komik yang menyediakan konten cerita yang relevan dengan kehidupan mereka. Banyak dari mereka mengemukakan bahwa ketika suatu komik mengunggah cerita yang relevan dengan mereka, maka mereka akan menjadi penasaran dengan cerita-cerita selanjutnya dan berakhir menjadi audiens tetap komik tersebut. Ketika dipertanyakan mengenai topik seperti apa yang ingin diangkat menjadi konten cerita di komik, mayoritas menjawab mengenai permasalahan yang dialami oleh mereka. Permasalahan ini pun cenderung mengarah pada *struggle* mereka untuk menyeimbangkan rutinitas berat dengan *leisure activity* mereka.

Untuk preferensi ilustrasi komik, mayoritas responden menjawab bahwa mereka tertarik dengan gaya ilustrasi yang cenderung sederhana dengan penggunaan warna yang tidak banyak namun tidak tampak memberikan kesan sepi. Hal ini disebutkan bahwa penggunaan warna yang sedikit juga tidak membuat mata mereka menjadi sakit. Lalu berdasarkan hasil wawancara secara mendalam bersama 3 target audiens, 2 diantaranya menyatakan bahwa mereka cenderung menyukai gaya bahasa yang santai namun netral, sehingga akan lebih banyak remaja yang paham dengan pesan dari cerita komik. Mengingat Indonesia memiliki banyak bahasa sehingga akan lebih baik jika menggunakan kalimat yang dapat dimengerti semua audiens daripada kalimat yang kekinian namun tidak semua remaja Indonesia dapat mengerti.

Konsep Perancangan

Strategi Kreatif

Pembuatan komik ini menggunakan gaya bahasa sehari-hari sesuai target audiens remaja. Pemilihan kata dan kalimat dialog dibuat berdasarkan hasil observasi beberapa komik Instagram yang banyak dikenal masyarakat sebagai *benchmark* penggunaan gaya bahasa yang digemari target audiens. Komik akan dipublikasikan ke media sosial Instagram, dimana merupakan media sosial yang memiliki banyak pengguna dari kalangan remaja.

Gaya Desain

“Toomis Booncis” akan menggunakan gaya desain *flat* dengan ilustrasi kartun. Menurut Made (2021), gaya *flat design* dapat memperlihatkan visual yang terkesan sederhana sehingga pesan dari konten yang disampaikan akan menjadi mudah dimengerti oleh target audiens. “Toomis Booncis” menggunakan gaya ilustrasi kartun karena ilustrasi kartun dianggap cocok pada target audiens yaitu remaja, dan membuat audiens lebih familiar dengan konten cerita pada komik. Gambar 1 merupakan *moodboard* visual dari “Toomis Booncis”.



Gambar 1. *Moodboard* visual “Toomis Booncis”

Gaya Penulisan

Dalam membuat kalimat pada “Toomis Booncis”, digunakan Bahasa Indonesia sehari-hari. Bahasa digunakan agar dapat relevan dengan target audiens yaitu remaja yang cenderung menggunakan kalimat yang santai. Selain itu penulisan dibuat sesingkat mungkin, karena berdasarkan wawancara bersama komikus dan ilustrator, panjang atau pendeknya kalimat dapat mempengaruhi ketertarikan audiens dalam membaca komik.

Palet Warna

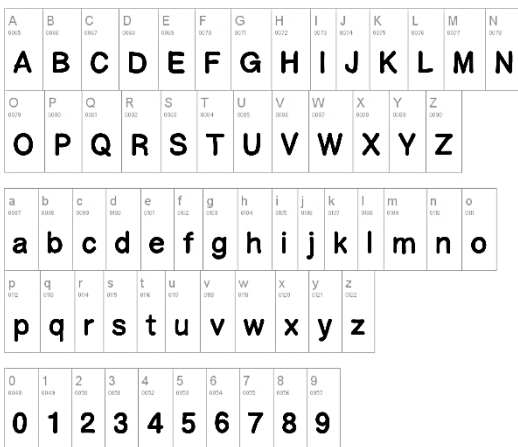
Terdapat lima warna utama “Toomis Booncis” yaitu putih, merah, kuning, biru, dan hitam. Warna putih digunakan sebagai warna dasar background, sedangkan warna hitam digunakan sebagai warna utama untuk tulisan pada komik. Dan untuk warna merah, kuning, serta biru menjadi representasi dari mood setiap tokoh karakter.



Gambar 2. Palet warna “Toomis Booncis”

Tipografi

Typface yang digunakan “Toomis Booncis” yaitu Comic Helvetic, dimana *typface* ini dikhususkan pada komik. Selain itu *typface* ini memiliki beberapa *style* sehingga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan desain komik.



Gambar 3. Sampel *typface* Comic Helvetic
Sumber: Dafont

Hasil Perancangan

Karakter Desain

Karakter komik atau maskot dibuat menjadi tiga karakter yang bernama Cia, Lia, dan Mia. Ketiga karakter ini memiliki sifat, preferensi *leisure*, dan bentuk yang berbeda. Desain karakter dibuat dengan menonjolkan bentuk masing-masing agar mudah menarik perhatian target audiens.

Karakter tokoh pertama adalah Cia. Cia merupakan karakter “Toomis Booncis” yang cenderung pemarah sehingga karakter memiliki alis yang menaik ke atas untuk mengekspresikan emosi tersebut, selain itu karakter Cia memiliki ciri khas bentuk bulat diantara karakter lainnya. Warna representasi dari Cia adalah merah, dimana warna merah dapat diartikan juga sebagai emosi marah (Monica, M., & Luzar, L. C., 2011), dan hal tersebut cocok untuk karakter Cia. Selain itu untuk menguatkan konsep *leisure*, karakter Cia memiliki prefrensi *leisure activity* yaitu *shopper* atau senang berbelanja.



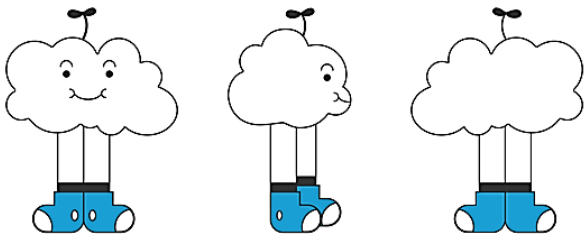
Gambar 4. Karakter Cia

Karakter tokoh kedua adalah Lia. Karakter Lia memiliki sifat yang lebih santai dan ekspresi yang datar. Lia memiliki ciri khas yaitu berbentuk menyerupai anjing. Warna kuning dapat dikatakan warna yang cerah bahkan lebih cerah dari warna putih dan penggunaan warna kuning agar menarik perhatian target audiens pada tokoh Lia. Karakter Lia ini bersifat kreatif sehingga di waktu luang Lia cenderung melakukan aktivitas yang berteman *art*.

Karakter ketiga dari “Toomis Booncis” bernama Mia. Mia memiliki bentuk dasar menyerupai awan dengan adanya ciri khas tunas di atas kepalanya. Karakter Mia berbeda dari karakter lain dimana Mia bersifat cenderung ceria, mempunyai pembawaan yang positif. Lalu Mia mempunyai representasi warna biru yang biasanya juga dikenal warna langit, sehingga sesuai dengan karakter Mia yang berbentuk awan. Dan Mia memiliki preferensi *leisure activity* dengan menghabiskan waktu luangnya di luar rumah, mengeksplor tempat-tempat lain atau bisa disebut juga *leisure tourist*.



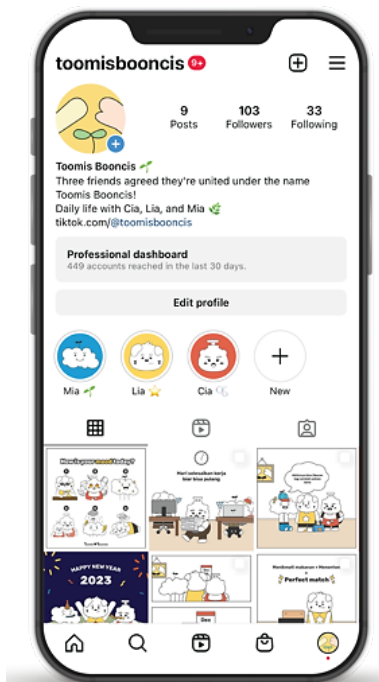
Gambar 5. Karakter Lia



Gambar 6. Karakter Lia

Media Publikasi “Toomis Booncis”

Media utama yang digunakan untuk publikasi komik adalah Instagram. Instagram sendiri merupakan media sosial yang dapat membagikan gambar, foto, maupun video ke orang lain, dan komik sendiri memiliki output berupa gambar sehingga Instagram dianggap cocok sebagai *platform* utama.



Gambar 7. Akun Instagram “Toomis Booncis”

Sumber: Instagram (@toomisbooncis)

Selain itu, menurut hasil survei kepada 55 target audiens, serta hasil wawancara kepada 3 *extreme user*, penggunaan media Instagram dianggap tepat karena masih relevan dengan preferensi remaja terhadap aplikasi media sosial. Selain itu, dengan adanya fitur *multiple* pada Instagram, maka akan sangat membantu untuk memublikasikan setiap konten cerita dalam satu kali unggahan.

Layout

Layout yang dibuat dengan ukuran 1:1 yaitu 1080 x 1080 px sesuai dengan format ukuran Instagram. Selain itu komik terdiri dari beberapa variasi panel di setiap gambarnya dengan *outline* dan ilustrasi yang cenderung rapi.



Gambar 8. Contoh *layout*

Jenis Konten

Terdapat tiga jenis konten yang dikembangkan yaitu yang pertama ada *daily content*, dimana konten ini mengarah ke cerita keseharian yang dialami karakter tokoh yang berkaitan dengan konsep *leisure time*.



Gambar 9. Desain konten komik

Lalu jenis konten kedua yaitu konten informasi. Berbeda dengan *daily content*, konten informasi ini memberikan hal-hal menarik seputar *leisure* kepada audiens, seperti konten jenis-jenis *leisure time*, tips dan trik, dan lainnya.

Kemudian jenis konten ketiga, yaitu *meme*. *Meme* sendiri sudah tidak asing di lingkungan remaja Indonesia. Memiliki keunikan yaitu menggunakan gambar yang cenderung sederhana dengan penyampaian pesan yang mudah dimengerti oleh remaja (Puteri, 2019).



Gambar 10. Desain konten



Gambar 11. Desain konten

Media Pendukung

Video Trailer

Video berdurasi 1 menit 26 detik yang berisikan pengenalan secara umum “Toomis Booncis”, mulai dari pengenalan karakter, *mood* setiap karakter, dan *leisure behaviour* pada setiap karakter. Video dikemas menjadi animasi sederhana. Video memperlihatkan banyak visual dari karakter maskot “Toomis Booncis”, karena menurut Mahatmi dan Satyagraha (2019), adanya maskot dapat mempermudah target audiens untuk lebih familiar pada *brand*.



Gambar 12. Video trailer

Instagram Reels

Penggunaan Instagram *reels* ini sebagai promosi “Toomis Booncis” pada audiens yang lebih luas. Lalu ditambah juga pengguna *reels* yang banyak akan membantu “Toomis Booncis” dalam menjangkau target audiens remaja. Konten-konten pada *reels* dibuat sedemikian rupa agar audiens juga dapat berinteraksi dengan “Toomis Booncis”.



Gambar 13. Konten reels “Toomis Booncis”

Instagram Story

Dengan memanfaatkan fitur yang dimiliki oleh Instagram Story, “Toomis Booncis” akan lebih mudah berinteraksi dengan audiens. “Toomis Booncis” dapat memanfaatkan Instagram Story sebagai media informasi dan sharing di momen tertentu seperti membagikan *wallpaper* gratis kepada audiens.



Gambar 14. Konten Instagram Story



Gambar 15. Contoh wallpaper “Toomis Booncis”

Merchandise

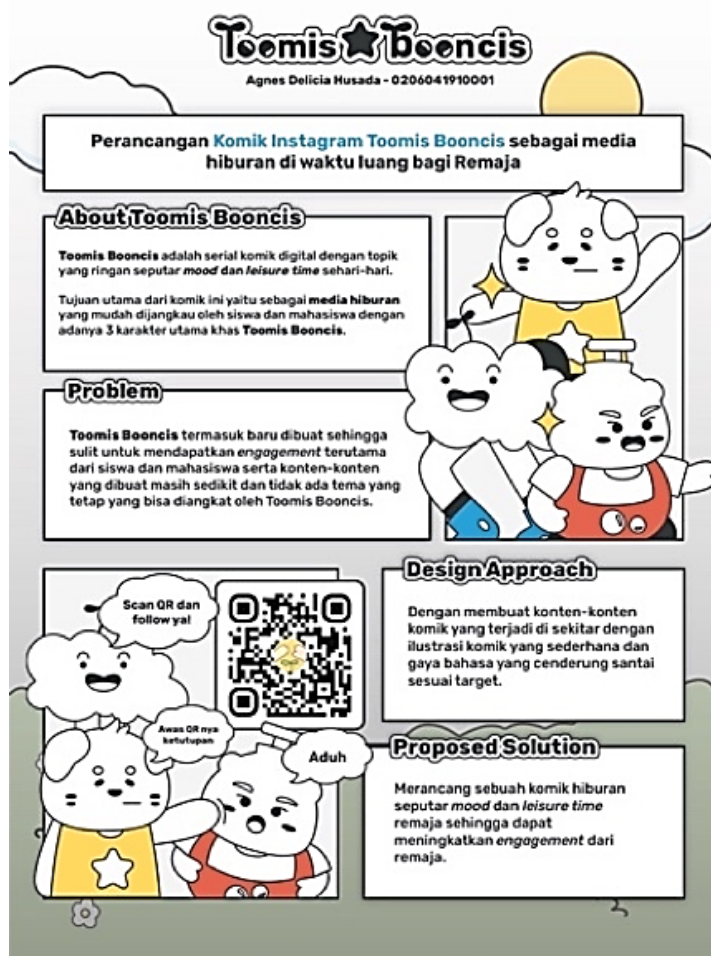
Media pendukung yang bersifat *offline* adalah *merchandise*. *Merchandise* ini diproduksi untuk keperluan *event offline* sebagai salah satu bentuk promosi “Toomis Boencis” kepada khayalak pasar. Beberapa produk *merchandise* yang dibuat adalah *sticker sheets*, *pin*, *sticky note*, dan *keychain*.



Gambar 16. Merchandise “Toomis Boencis”

Poster Konsep

Media pendukung untuk promosi secara *offline* adalah poster konsep. Poster dibuat agar target audiens dapat memahami lebih jelas konsep dibuatnya komik dan *output* yang dihasilkan.



Gambar 17. Desain poster konsep

Simpulan

Setiap orang akan mengalami fase remaja, di mana fase ini seseorang akan merasakan perkembangan dan salah satunya adalah perkembangan sosial. *Leisure time* menjadi salah satu hal yang penting untuk remaja karena *leisure time* sendiri

merupakan salah satu dari perkembangan sosial yang dialami oleh remaja. Hal yang terpenting dalam konsep *leisure time* adalah tidak adanya tekanan atau keterpaksaan seseorang dalam beraktivitas. Sehingga *leisure activity* dapat dilakukan dengan rasa senang dan mendapatkan hiburan. Sebenarnya konsep *leisure time* sendiri sangat menarik untuk dibahas, namun ternyata saat ini belum banyak ditemukan studi yang membahas tentang *leisure time*.

Berdasarkan permasalahan ini, maka muncullah sebuah solusi sekaligus peluang agar remaja dapat mengenal konsep *leisure* bahkan mengetahui apa tipe *leisure activity* mereka melalui media yang menyenangkan, menghibur, namun sederhana dan mudah diakses. Karena itu dibuatlah sebuah komik yang dinamakan “Toomis Booncis”. Komik digital dipilih karena melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat, komik digital banyak digandrungi oleh penyuka komik karena aksesnya yang mudah (hanya dengan melalui *smartphone* saja), inovasi audio dan animasi yang membuat komik menjadi lebih menarik lagi untuk dibaca. Komik “Toomis Booncis” dibuat agar target audiens remaja dapat menjadi lebih familiar lagi dengan konsep *leisure*, dan pencapaian terbesarnya adalah remaja menjadi relevan bahkan mengetahui apa preferensi *leisure activity* mereka.

Beberapa remaja menyukai hal yang dapat *relate* dengan mereka. Sehingga “Toomis Booncis” dikemas dengan menggunakan cerita-cerita lokal mengenai keseharian remaja terkait *leisure activity*. Desain karakter “Toomis Booncis” dibuat menjadi karakter yang non-*human*. Hal ini dipertimbangkan agar audiens dapat lebih mudah untuk mengingat “Toomis Booncis”. Komik ini menggunakan media utama Instagram sebagai publikasi konten komik. Pemilihan Instagram sebagai media publikasi dikarenakan melihat *behaviour* remaja Indonesia yang masih aktif dalam menggunakan aplikasi Instagram, serta banyaknya penikmat komik-komik media sosial di Instagram. Semakin lama, terdapat peningkatan secara *engagement* dari audiens, dimana hal ini membuktikan bahwa banyak target audiens yang menyukai cerita-cerita yang dibuat oleh “Toomis Booncis”. Beberapa unggahan juga mendapat komentar tentang hal yang sama dirasakan oleh *follower* terhadap topik di salah satu cerita.

Untuk pengembangan komik selanjutnya adalah “Toomis Booncis” dapat memanfaatkan fitur *reels* menjadi lebih maksimal lagi. Karena berdasarkan hasil yang didapatkan, konten *reels* mempunyai data audiens yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten di *feed*. Selain itu “Toomis Booncis” perlu melakukan promosi komik dengan menjangkau media sosial lain untuk media publikasi. Karena saat ini, banyak sekali aplikasi media sosial yang digunakan oleh remaja, tidak hanya Instagram.

Daftar Pustaka

- Adhia, A. (2017). Perilaku pemanfaatan waktu luang di kalangan siswa SMP dan SMA di Surabaya (*Doctoral dissertation*, Universitas Airlangga).
- Aulia, S. (2017). Gambaran harga diri pada siswa SMK Dhuafa Nusantara 1 Padang tahun 2016 (*Doctoral dissertation*, Universitas Andalas).
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 20–33. <https://doi.org/10.1080/00222216.1980.11969416>
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2004). *Leisure marketing (1st ed)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080478937>
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Prayudha, S. G. (2018). Hubungan antara adiksi *game online* dengan keterampilan sosial pada remaja (*Doctoral dissertation*, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Puteri, N. R., & Mahadian, A. B. (2019). Isu sosial dalam bentuk internet meme menjelang pemilihan presiden 2019 (Analisis konten pada meme gambar dalam Instagram@ memecomid). *Scriptura*, 9(1), 1-8.
- Ramadhani, N., & Putra, R. D. (2017). Komik strip sebagai media kritik sosial: Studi pada akun Instagram@ Komikin_ajah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 26-38.
- Satyagraha, A., & Mahatmi, N. (2018). Study of mascot design character as part of city branding: Malang city. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 11(2).
- Siregar, M. E. L., & Grasiawaty, N. (2021). Studi awal adaptasi alat ukur leisure satisfaction di Indonesia. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 12(2), 105-125.

Wawancara

- A. D. Setiawan. (Maret 2, 2023). Personal Communication.
- A. Fildzah. (Februari 27, 2023). Personal Communication.
- Bonju Comics (Februari 23, 2023). Personal Communication.
- E. Kusumawidjaya. (Februari 28, 2023). Personal Communication.
- E. S. Kim. (Maret 8, 2023). Personal Communication.
- V. A. Alexandria. (Februari 27, 2023). Personal Communication