

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Kata “komunikasi” bagi sebagian orang ialah sebagai suatu penyampaian pesan dari komunikan ke komunikator, dimana penyampaian pesan ini memiliki banyak cara agar bisa tersampaikan. Bisa berupa tanda isyarat, perkataan, maupun sebuah tulisan yang ditujukan dari komunikan ke komunikator itu sendiri. Secara etimologi (Bahasa) kata “komunikasi” yang dalam bahasa Inggris disebut “*communication*” berasal dari Bahasa Latin “*communicatio*,” yang bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti membuat kebersamaan atau membangun sebuah kebersamaan antara dua orang atau lebih dalam satu waktu.

Berbagai bentuk komunikasi sangatlah luas, dimana komunikasi bukan hanya bisa dilakukan secara *face to face*, tetapi juga bisa dilakukan di media sosial, platform untuk mencari hiburan. Platform seperti ini sering kali menampilkan komunikasi yang bersifat satu arah. Kata “*communicare*” sendiri memiliki tiga arti yaitu “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum, “*cum + minus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah, dan “*cum + munire*” yaitu membangun pertahanan bersama. Sedangkan secara epistemologis (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (bersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi.

Secara umum, dapat dikatakan bahwa komunikasi massa lebih merujuk kepada sebuah proses penyampaian pesan melalui media massa serta memiliki

peran yang dominan dalam studi komunikasi itu sendiri. Sehingga dalam komunikasi massa sendiri kita dapat menemukan dua persepektif utama yaitu: 1) bagaimana sebuah pesan dapat di sebarluaskan dengan mudah menggunakan sebuah media. 2) bagaimana orang dapat mencari data atau informasi tersebut lalu di gunakan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kebutuhan disini bisa berupa keinginan untuk mencari hiburan yang dapat mengusir rasa bosan, baik dari media sosial maupun dari komik online yang telah bertebaran dengan luas.

Komunikasi massa terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan massa. Wilbur Schramm (1954) berpendapat bahwa komunikasi itu berasal dari kata latin “communis” yang berarti “common” (sama), oleh karenanya jika manusia berkomunikasi maka harus mewujudkan persamaan satu sama lain. Sedangkan kata “massa,” menurut P.J Bouman (1971) digunakan untuk menyebut suatu golongan atau kalangan penduduk yang besar atau banyak, bisa juga untuk jumlah pendengar yang banyak, tidak ada organisasi namun terdapat ikatan serta persamaan jiwa.

Pengertian komunikasi massa dibagi menjadi dua, secara luas dan sempit. Komunikasi massa secara luas adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui berbagai media (cetak, elektronik, ataupun digital) dengan berharap adanya *feedback*. Komunikasi massa secara sempit adalah komunikasi yang diperuntukkan orang banyak.

Proses komunikasi massa bersifat kompleks dibandingkan dengan komunikasi yang lain. Pesan atau informasi yang terdapat dalam media massa akan sulit untuk memilih pembuatnya atau pihak yang bertanggung jawab. Informasi

yang dibagikan melalui komunikasi massa akan menyebar dengan cepat kepada masyarakat sebab media komunikasi massa sangat mudah untuk digunakan serta ditemukan. Komunikasi massa berunsur satu arah, sebab komunikan dan komunikator tidak bertatap muka secara langsung, maka tidak menerima *feedback* atau *feedback* tertunda.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *feedback* masyarakat dalam komunikasi massa ialah:

- a. Jenis kelamin (gender)
- b. Usia
- c. Keyakinan individual
- d. Kebutuhan individu
- e. Kelompok sosial
- f. Rasionalitas
- g. Kesamaan terhadap konflik
- h. Pengetahuan atau ilmu yang dipunya

Adapun hambatan dalam komunikasi massa dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu:

- a. Hambatan dalam psikologis

Alasan mengapa hambatan psikologis disebut dikarenakan kendala tersebut ialah unsur dari aktivitas psikis manusia yang terdiri dari prasangka, stereotip, kepentingan, dan motivasi.

b. Hambatan dalam sosiokultural

Hambatan ini dibagi menjadi kurang mampu dalam berbahasa, pendidikan yang tidak merata, keberagaman budaya, faktor semantic, perbedaan dalam norma sosial dan hambatan mekanis lainnya.

c. Hambatan dalam interaksi lisan

Hambatan ini terdiri dari orientasi internasional, indiskriminasi, penilaian yang statis, dan polarisasi.

Jenis-jenis media massa

Media massa berdasar pada saluran komunikasi yang bisa dipakai guna melakukan proses komunikasi serta bersosialisasi dengan beberapa orang yang mempunyai perbedaan antar budaya dan bahasa. Secara singkat, media massa dikelompokkan menjadi 3 jenis, yakni media cetak, media elektronik, serta media baru.

- Media massa cetak

Media massa cetak adalah salah dari sekian media di komunikasi massa terbentuk secara material tercetak. Adapun media massa cetak ialah koran atau surat kabar, buklet serta brosur, majalah, buku, serta lainnya. Surat kabar ialah salah satu media massa yang memiliki umur paling tua dan selali menjadi rujukan untuk kita yang sedang mencari informasi. Surat kabar mempunyai ciri khas yaitu publisitas atau ditujukan bagi khalayak umum, kampus atau universitas yang memiliki banyak beraneka ragam berita, secara aktualitas yakni berkaitan dengan kecepatan dalam penyampaian berita terhadap khalayak, serta periodisitas yakni berkaitan dengan penerbitan yang secara teratur.

- Media massa elektronik atau media penyiaran

Media massa elektronik ialah salah satu dari jenis media yang penggunaannya memerlukan koneksi guna untuk mengakses. Media massa elektronik dikenal juga dengan media penyiaran atau *Broadcast Media*. Media penyiaran dengan karakteristik media penyiaran masing-masing mengirimkan informasi secara elektronik seperti televisi, radio, dan lain-lain. Televisi sebagai salah satu media massa penyiaran secara luas digunakan sebagai sumber informasi tentang berbagai macam kejadian terkini. Ketika melihat siaran berita maka kita harus menyadari bahwa informasi baru yang diolah menjadi berita segera adalah faktor yang penting untuk televisi jika dibanding dengan surat kabar atau majalah.

- Media baru atau media massa baru

Dengan semakin berkembangnya internet atau era dimana semua serba digital sebagai media komunikasi, saat ini, masyarakat bisa menikmati beragam keuntungan dari media massa berteknologi tinggi yang tidak hanya menjadi lebih cepat namun memiliki keterjangkauan yang sangat luas. Yang termasuk ke dalam media baru adalah internet, komputer, telepon pintar dan lain-lain. Internet secara cepat menjadi sumber utama informasi tentang berbagai tema seperti kesehatan hingga hobby. Internet telah memberikan dampak terhadap komunikasi massa melalui beberapa media seperti *email, website, podcast, e-forum, e-book, blogging, internet TV*, serta media sosial lainnya.

Efek dan Fungsi Media Massa

Menurut Pearson dkk (2009), kehadiran media massa memberikan pengaruh terhadap perilaku dan membentuk budaya dimana kita tinggal.

- Mempengaruhi perilaku

Salah satu isu yang menggambarkan pengaruh media massa terhadap perilaku khalayak adalah isu kekerasan. Dari berbagai studi menunjukkan bahwa khalayak yang menonton adegan kekerasan melalui media massa dapat menimbulkan perilaku kekerasan. Para peneliti dalam bidang studi komunikasi menemukan bahwa program-program kekerasan dapat menjadikan kita menjadi mudah terpengaruh.

Hal ini pun secara nyata telah terjadi di Indonesia. Beberapa tahun yang lalu, ketika acara olahraga berbalut kekerasan tayang dan ditonton oleh anak-anak, tidak sedikit timbul beberapa kasus kekerasan yang dilakukan oleh anak-anak terhadap temannya di sekolah. Seorang anak bahkan meniru beberapa adegan kekerasan seperti membanting ataupun memukul karena terpengaruh oleh adegan kekerasan dalam acara olahraga tersebut. Pada akhirnya, acara olahraga tersebut dihentikan penayangannya di Indonesia. Itulah salah satu contoh efek media massa terhadap perilaku yang mudah kita temui dalam kehidupan sehari-hari.

- Membentuk budaya

Tidak dipungkiri lagi bahwa kita tergantung pada media massa untuk mencari dan memperoleh informasi yang kita butuhkan. Dalam hal ini, media berperan besar dalam membentuk budaya kita atau dengan kata lain media merupakan sebuah

industri budaya. Terdapat dua konsep mengenai hal ini, yaitu media merupakan ranah bagi terbentuknya realitas dan efek media tidaklah sederhana dalam artian bahwa efek media massa dapat dilihat atau dirasakan secara langsung namun dengan konsekuensi yang kompleks.

2.2 Komunikasi Media Baru

Pada era saat ini jaringan internet memudahkan seseorang dalam mencari dan mengakses bentuk baru dari media komunikasi. Media baru ialah istilah yang diperkenalkan oleh McQuail (2011) yang digunakan untuk berbagai bentuk komunikasi dengan digitalisasi sebagai alat komunikasi. Komunikasi media baru adalah sebuah komunikasi yang memanfaatkan media digital serta media online untuk menyebarkan pesan, informasi, dan konten kepada pengguna. Contoh media baru adalah: blog, vlog, podcast, media sosial, portal online atau website, aplikasi platform video, dan aplikasi pesan instan (seperti Line, WhatsApp, dll).

Jika melihat dari pandangan lain maka media baru ini juga bisa di katakan sebagai proses komunikasi yang berubah dari *one-way flow* menjadi *two-way flow* bahkan, *multi-way flow*. Yang mana dari adanya pesan dari tranmisi penyiaran (broadcasting) seperti melalui radio ataupun televisi di sebarluaskan pada akun pengguna media sosial lain atau bisa di sebut sebagai platfrom. Kehadiran media baru ini juga bisa menjadi mediasi komunikasi antar manusia dalam berbagai konteks. Dimana bukan hanya penyampaian pesan yang di menjadi poin utamanya

tapi juga adanya amplifikasi pesan melalui berbagai macam pesan terselip di gambar atau media lain.

Secara harfiah, istilah “*new*” diartikan sebagai sesuatu yang baru, sementara “*media*” merujuk pada alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *new media* adalah alat baru yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan dengan memanfaatkan internet dan teknologi *online*, memiliki sifat fleksibel, dan dapat berfungsi baik dalam lingkup pribadi maupun publik.

Menurut Nasution Wirawan (2016:29-30) media baru mempunyai ciri-ciri:

- a. Teknologi berdasar pada komputer
- b. Mempunyai karakter yang fleksibel, tidak berdedikasi
- c. Menjadi media komunikasi massa dan pribadi
- d. Mempunyai potensi interaktif
- e. Dapat diakses individu sebagai komunikator
- f. Mempunyai fungsi privat dan publik
- g. Saling terhubung
- h. Adanya peraturan yang fleksibel
- i. Bisa diakses dimanapun

Adapun fungsi media baru adalah:

1. Fungsi informasi

Fungsi ini mengindikasikan bahwa media sebagai penyedia informasi bagi pengguna atau audiensnya. Berbagai jenis pesan disajikan yang selaras dengan kebutuhan serta minat pengguna media. Media juga memiliki tanggung jawab untuk menyediakan dan menyebarkan informasi yang relevan serta bermanfaat bagi pengguna sesuai dengan kebutuhan tiap individu.

2. Fungsi pendidikan

Media mempunyai peran dalam mendidik masyarakat dengan menyajikan informasi mengenai nilai, etika, serta aturan yang berlaku.

Dalam platformnya, media bukan hanya menyajikan informasi, namun juga dapat membentuk sikap serta persepsi masyarakat terhadap konsep keadilan, tanggung jawab sosial, kebenaran, dan toleransi.

3. Fungsi mempengaruhi

Media mempunyai kekuatan dalam membentuk opini, sikap, dan tindakan masyarakat sesuai dengan informasi atau pesan yang telah disampaikan. Oleh sebab itu, media mendapatkan peran yang signifikan dalam membentuk pola pikir dan tindakan masyarakat.

4. Fungsi hiburan

Dalam beberapa platform terdapat konten yang berjenis menghibur guna untuk memenuhi kebutuhan hiburan pada audiens.

5. Fungsi pengawasan

Media dapat bertindak sebagai pengawas untuk memastikan bahwa perilaku dan tindakan masyarakat tidak mengganggu atau bahkan

menimbulkan kerugian atau dampak negatif untuk individu atau kelompok.

6. Fungsi sosialisasi

Media mencakup proses yang mana media membimbing penggunaannya agar bertindak atau berperilaku sesuai dengan nilai-nilai, norma sosial dan budaya yang terdapat di lingkungan sosial mereka. Dengan menyajikan konten yang bersifat positif berupa mencerminkan nilai sosial, norma budaya, moral, dan etika yang dianut oleh masyarakat.

Sebagaimana yang dijabarkan oleh McQuail (2011:154-155), media baru mempunyai peran penting dalam menghubungkan antara privasi dan publik, dan kehidupan dengan sistem atau organisasi. Media baru menjadi penghubung antara interaksi individu dengan masyarakat, memberikan fasilitas untuk bertukar informasi, pandangan, ataupun gagasan.

2.3 Pesan dalam Komunikasi

Menurut Sastropoetro (1982) pesan ialah suatu aktivitas penting, dan memutuskan gagasan yang dapat disampaikan secara pasti ke lembaga yang berarti telah disusun sedemikian rupa untuk menghindari adanya kesalahpahaman.

Menurut Tasmara (1987), pesan ialah sesuatu yang akan disampaikan dari komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi. Secara pengertian yang ada di dalam KBBI, pesan adalah perintah, nasihat, permintaan, atau amanat yang disampaikan lewat orang lain. Dan dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi

(2004), Hafield menyebutkan pesan sebagai kombinasi antara simbol/isyarat yang dibuat oleh seseorang yang memiliki maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian simbol atau isyarat tersebut akan membuahkan sesuatu.

Pesan menjadi komponen atau elemen yang sangat penting dalam komunikasi sebab tanpa adanya pesan tidak akan tercapainya sebuah komunikasi antar sesama. Pesan dalam komunikasi juga harus dapat disampaikan dengan cara serta media yang tepat, bahasa yang mudah dipahami berbagai kalangan dengan memilih kata-kata sederhana tanpa menghilangkan maksud dan tujuan pesan yang akan disampaikan. Dalam teori-teori komunikasi juga memasukkan elemen pesan sebagai hal yang utama dalam terwujudnya proses komunikasi, sebab inti dari komunikasi adalah menyampaikan atau memberitahukan suatu pesan.

Pesan dalam komunikasi ialah mengenai bagaimana pesan dapat disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan ke dalam proses komunikasi. Unsur pesan meliputi beberapa aspek, yaitu:

a. Wujud pesan

Menurut Siahaan (1991) wujud pesan merupakan sesuatu yang dapat membungkus inti dari pesan, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik dengan inti dari pesan yang terkandung.

b. Isi pesan

Sesuatu yang disampaikan baik itu informasi, ide, gagasan, atau bahkan emosi dari komunikator kepada komunikan.

c. Kode pesan

Bagaimana pesan disajikan dalam bentuk bahasa, tanda, atau simbol yang disusun sehingga dapat membawa makna inti pesan tersebut.

Dijalankannya sebuah komunikasi dikarenakan mempunyai fungsi bagi manusia, secara individual ataupun kelompok atau organisasi. Adapun fungsi-fungsi komunikasi secara umum, yaitu:

1. Sebagai alat komunikasi

Dalam hal ini komunikasi dapat memberikan suatu pesan atau informasi yang dibutuhkan manusia, baik individu ataupun kelompok

2. Sebagai alat motivasi

Dalam hal ini jika komunikasi dilakukan dengan baik serta persuasif, maka dapat meningkatkan atau membangun motivasi seseorang untuk melakukan sesuatu

3. Sebagai alat kontrol atau pengendali

Dalam hal ini komunikasi juga dapat menjadi pengendali, dengan maksud untuk mengontrol perilaku seseorang dengan aturan-aturan yang telah disetujui atau ditetapkan bersama

4. Sebagai ungkapan emosional

Dalam hal ini komunikasi dapat memberitahukan atau berbagi perasaan individu kepada individu yang lain.

Dalam pesan terdapat beberapa komponen yang harus diperhatikan ketika ingin menyampaikan atau menginformasikan pesan kepada komunikan. Beberapa komponen yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Komunikator atau pengirim pesan

Dalam hal ini komunikator ialah individu atau kelompok atau organisasi yang ingin menyampaikan atau menyebarluaskan pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain atau penerima pesan. Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2016), menurut Hafied Cangara, komunikator adalah pelaku utama di dalam proses komunikasi, sehingga komunikator di sini memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam pengendalian proses dalam komunikasi. Oleh karenanya, seorang komunikator harus mengerti pesan atau informasi yang akan disampaikan serta disebarluaskan dengan suatu tujuan yang terkandung dalam pesan yang ingin dicapai.

2. Pesan

Sesuatu yang akan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, termasuk informasi, gagasan, ide, dan lainnya. Pesan yang terkandung harus memiliki sifat jelas sehingga komunikan dapat menerima pesan dengan baik dan efektif dan dengan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh komunikan (penerima pesan). Pesan dapat berupa tulisan, kata-kata, gambar, dan lain-lain. Adapun pesan dapat terbagi menjadi beberapa jenis:

- Pesan koersif

Pesan koersif adalah pesan yang memiliki sifat paksaan, guna untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan yakni merubah tindakan komunikan. Jenis pesan ini mengandung unsur, diberikan sanksi atau semacamnya.

- Pesan informatif

Pesan informatif merupakan pesan yang mengandung sifat yang dapat memberikan penjelasan yang detail, informasi yang akurat, dan lain-lain. Pada jenis ini, dapat dijadikan sebagai rujukan di dalam pengambilan sebuah keputusan oleh penerima pesan (komunikatif).

- Pesan persuasif

Pesan persuasif ialah pesan yang mengandung sebuah rayuan atau bersifat membujuk. Inti dari jenis pesan ini adalah guna merubah sikap penerima pesan. Tentunya dengan memakai pesan persuasif, pengirim pesan dapat merubah tindakan penerima pesan tanpa adanya paksaan, tetapi berasal dari keinginan penerima pesan (komunikatif).

3. Saluran atau media komunikasi

Dalam hal ini definisi dari saluran komunikasi adalah sarana atau media yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan atau menyebarluaskan pesan kepada komunikan. Media komunikasi dapat berupa media elektronik (contoh: telepon rumah), media digital (contoh email atau sosial media), tulisan, ataupun lisan.

Dalam memilih saluran atau media komunikasi yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan, bergantung pada jenis, bentuk pesan yang akan disampaikan atau sifat dari pesan tersebut. Jika pesan dalam berbentuk tulisan, maka dapat disampaikan atau menyebarluaskan melalui koran, atau

dapat juga media online sehingga lebih banyak orang yang akan mengaksesnya.

4. Komunikan atau penerima pesan

Komunikan adalah individu atau kelompok atau organisasi yang menerima informasi serta dapat memahami makna pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Komunikan dapat ditemui dalam berbagai model komunikasi, dari komunikasi interpersonal hingga komunikasi massa.

Jika tidak adanya komunikan dalam proses komunikasi maka pesan yang telah disampaikan oleh komunikator hanya menjadi satu arah atau tidak adanya umpan balik. Baik komunikator serta komunikan memiliki peran yang sangat penting dalam terjadinya komunikasi.

5. Feedback atau umpan balik

Feedback adalah respon yang diberikan oleh komunikan dalam menanggapi pesan yang telah diterima dengan baik dari pengirim pesan (komunikator). Feedback dari penerima pesan yang akan menjadi tolak ukur mengenai proses jalannya komunikasi diantara komunikator dan komunikan, apakah penerima pesan (komunikan) dapat memaknai serta mengerti pesan yang telah disampaikan, dan tujuan komunikasi dapat tercapai atau tidak.

Feedback pun dibagi menjadi dua, yaitu:

- Feedback positif

Dalam hal ini feedback positif berarti respon yang diberi oleh komunikator dapat memperlihatkan kesetujuan pada pesan yang telah disampaikan oleh komunikator.

- Feedback negatif

Dalam hal ini feedback negatif yang berarti tidak setuju atau menolak pesan yang telah disampaikan.

Dalam melakukan kajian pesan, peneliti dapat menggunakan berbagai metode, yakni:

1. Analisis wacana

Analisa mengenai struktur dan bahasa pesan guna memahami bagaimana pesan dapat disampaikan.

2. Analisis semiotik

Analisa mengenai tanda dan simbol dalam pesan guna memahami makna yang ada di dalam pesan.

3. Analisis resepsi

Analisa mengenai bagaimana komunikator atau penerima pesan menginterpretasikan dan memberi respon pada pesan yang diterima.

4. Analisis isi

Analisa mengenai isi pesan guna memahami tema, motif, atau nilai-nilai yang ada di dalam pesan.

2.4 Kajian Konstruksi Pesan dalam Komik

Menurut McCloud dalam *Understanding Comics* (1996), komik ialah kombinasi antara gambar dan lambang yang disusun secara berurutan guna

menyampaikan pesan dan makna kepada pembaca. Dalam hal ini, pesan tidak muncul secara eksplisit, namun dikonstruksi melalui narasi visual yang mengandalkan pengalaman dan interpretasi pembaca.

Konstruksi pesan dalam komik adalah tentang bagaimana pesan yang disampaikan dan disusun menjadi sebuah komik melalui berbagai elemen, yaitu: gambar, simbol, narasi atau teks, warna, dan layout. Komik bukan hanya sebagai hiburan, namun juga sebagai media komunikasi yang kompleks, yang mana makna atau pesan dalam komik tidak hanya tersurat dalam teks, tetapi juga tersirat dalam simbol, struktur, dan gambar.

Komponen utama dalam konstruksi pesan, ialah:

1. Visualisasi naratif

Berupa ekspresi wajah karakter, gestur tubuh, warna dan layout memiliki peran dalam membentuk suasana dan makna. Efek suara juga dapat memperkuat intensitas pesan seperti “POW!” atau “BAMM!”

2. Teks dan dialog

Gaya bahasa yang digunakan dapat mencerminkan nada dan sikap karakter komik.

3. Struktur cerita

Konflik yang ada di dalam cerita, alur dan resolusi membentuk kerangka pesan yang ingin disampaikan. Karakter dan setting dapat menjadi simbol sosial budaya yang dapat dijadikan objek untuk analisa.

Fungsi pada komik yang sering kali digunakan untuk menyampaikan kritik sosial dan politik, nilai moral dan etika, isu-isu kontemporer seperti kesehatan, hak asasi, dan lingkungan, representasi gender, kelas, dan budaya.

2.5 Komik Sebagai Media Penyampaian Pesan Komunikasi

Komik ialah media komunikasi yang dapat mengkombinasikan elemen-elemen visual dan verbal menjadi satu narasi yang luar biasa. Sehingga dapat menjadikannya sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan pesan atau informasi secara ringkas, menarik dan mudah dipahami di berbagai kalangan. Setiap panel dalam komik dibuat guna menyampaikan pesan penting melalui balon percakapan, simbol visual, dan ekspresi karakter. Oleh karenanya komik dapat dijadikan sebagai media yang mampu menyampaikan pesan komunikasi secara bermakna dan padat.

Di masa lalu, komik sering kali dianggap sebagai hal yang kurang pantas atau mendidik, terdapat pandangan bahwa membaca komik hanya akan membuat anak-anak lebih malas mengembangkan kemampuan membaca dan hanya tertarik pada gambar. Pada saat itu banyak bermunculan kritik yang lebih berfokus pada unsur gambar dalam komik, yang banyak menunjukkan tindakan kasar, bahkan tindakan brutal yang dilakukan oleh karakter-karakter yang ada di komik dalam menyampaikan ceritanya (Muktiono, 2003:153).

Namun, jika dilihat dari sisi positifnya, membaca komik bisa menjadi sarana yang menyenangkan dalam mendukung perkembangan imajinasi anak. Seperti di Finlandia, komik digunakan sebagai sarana pembelajaran di sekolah dasar. Komik juga dapat memberikan contoh yang bermanfaat dalam perkembangan kepribadian

anak. Oleh karenanya, peran orang tua penting dalam mengatur dan memilih bacaan anak, termasuk bacaan komik agar memilihkan genre komik yang sesuai dengan usia anak. Komik disini bisa menyampaikan berbagai pesan dalam bentuk visual gambar itu sendiri, dan makna yang tertera dalam gambar tersebut bisa menjadi acuan bagi anak agar bisa mengembangkan daya imajinasi serta pengetahuannya terhadap dunia yang lebih luas.

Komik juga akan terus berkembang seiring berjalannya waktu guna memenuhi kebutuhan dan harapan pembaca dengan tetap mempertahankan daya tariknya sebagai media komunikasi visual yang unik. Contoh dalam beberapa bidang bagaimana komik dapat diaplikasikan secara efektif:

Bidang	Contoh Penggunaan	Manfaat
Bisnis	Dapat menjelaskan produk (barang maupun jasa) baru dengan cara yang unik dan mudah diingat.	Dapat meningkatkan citra brand dan menarik minat calon pembeli
Pendidikan	Dapat menjelaskan pelajaran yang kompleks dengan mudah melalui visualisasi yang menarik	Dapat meningkatkan pemahaman siswa dan menjadikan pembelajaran yang menarik dan seru
Sosial	Dapat menyebarkan isu-isu sosial dan politik yang sedang terjadi, maupun yang sudah terjadi	Dapat meningkatkan kesadaran khalayak umum mengenai isu-isu terkini maupun isu lama

Kesehatan	Dapat mengedukasi masyarakat mengenai kesehatan atau pencegahan penyakit	Dapat meningkatkan kesadaran khalayak umum serta mendorong mereka untuk menjaga kesehatan diri sendiri
-----------	--	--

Table 2. 1

2.6 Motherhood

Seorang ibu mempunyai peran penting dalam pengasuhan perkembangan anak. Dalam aspek sosial dan budaya, terdapat adanya berbagai tugas yang telah ditentukan untuk seorang perempuan yang menjadi ibu. Umumnya seorang ibu yang baik memiliki persepsi bahwa harus memiliki sifat yang sabar, dan penyayang kepada anak. Hal ini dikarenakan bagi sebagian orang sosok seorang ibu akan menjadi fondasi utama bagi anaknya di masa dia tumbuh.

Konsep *motherhood* atau keibuan tidak hanya merujuk pada fungsi biologis seperti melahirkan dan merawat anak, namun juga merupakan konstruksi sosial yang sarat dengan norma, ekspektasi budaya, dan ideologi. Dalam kajian feminis, *motherhood* dipahami sebagai institusi yang dibentuk oleh sistem patriarki guna mengatur peran perempuan di dalam masyarakat, sedangkan *mothering* merujuk pada pengalaman yang subjektif serta relasional perempuan dalam menjalankan peran keibuan (Rich, 1976).

Adrienne Rich juga menjelaskan bahwa menjadi seorang ibu akan memikul beban fisik serta mental yang dirasakan yang dapat membuatnya menjadi lebih emosional dan perasaan tersebut tidak bisa dibandingkan dengan apapun, bahkan

dengan perasaan orang yang bekerja dengan jam kerja di atas batas yang telah ditetapkan. Menurut Adrienne Rich *motherhood* dapat dibedakan menjadi *motherhood as institution* dan *mothering as experience*. *Motherhood as institution*, perempuan sering kali dituntut untuk pengorbanan mutlak, idealisasi ibu sebagai figur yang penuh kasih sayang tanpa adanya syarat, serta kepatuhan. Sedangkan, *mothering as experience*, dijelaskan bahwa peran ibu memungkinkan perempuan untuk menjalani keibuan secara reflektif, serta tidak selalu sesuai dengan norma.

Dalam media, representasi ibu seringkali terjebak dalam dikotomi “ibu baik” versus “ibu buruk”. Seorang ibu yang memiliki sifat yang lembut, penuh dengan pengorbanan, dan memiliki kesabaran dianggap sebagai ibu yang ideal, sementara seorang ibu yang memiliki sifat yang tegas, reflektif, tidak sesuai dengan norma digambarkan negatif. Kajian feminis kontemporer berjuang mendekonstruksi narasi ini dengan memperlihatkan bahwa keibuan adalah pengalaman yang kompleks, serta dipengaruhi oleh sosial, budaya, serta psikologis.

Oleh karena itu terkadang ada seseorang yang ingin memperlihatkan stigma lain mengenai peran ibu dalam hidup anak, dimana bukan hanya baik dan buruk yang terlihat tapi juga resiko di setiap perilaku seorang ibu kepada tumbuh kembang anak. Karena sebagian besar kehidupan seorang ibu pada akhirnya akan di curahkan kepada tumbuh kembang anak sampai anak tersebut bisa tumbuh sendiri dan memutuskan masa depannya. Dan seorang ibu dapat di katakan sebagai “ibu” bukan hanya di karenakan adanya ikatan darah, tapi juga bagaimana dia berjuang untuk seseorang yang di angga sebagai seorang anak. Dengan melalui banyak kejadian serta peran besarnya dalam mendukung anak tersebut.

Konsep *motherhood* juga di sebut sebagai keberadaan yang menyatukan keberadaan seorang ibu secara universal, meskipun perempuan tersebut belum memiliki anak ataupun sudah memiliki anak mereka disatukan dengan sebuah konsep tersebut jika berkaitan dengan proses mereka mengenal peran seorang ibu. Apalagi mengingat banyak tantangan yang akan muncul jika melihat dari bagaimana perubahan sosial, teknologi, dan ekspektasi dalam masyarakat. Tekanan yang akan muncul pun menjadi lebih besar seiring berjalannya waktu, dimana keseimbangan peran *motherhood* serta budaya yang berkembang akan menjadi tantangan bagi konsep “ibu yang sempurna.”

Di era digital saat ini, banyak informasi yang diterima bisa berupa kebenaran serta informasi yang salah. Dengan adanya paparan informasi ini yang belum bisa di ambil secara bijak oleh anak maka akan membuat sosok “*motherhood*” di perlukan. Belum lagi jika membicarakan mengenai Sandwich Parenting, dimana bukan hanya mengasuh anak tetapi juga orang tua membuat peran ibu akan sangat bagus jika di sorot. Karena dampak dari kedua hal yang di lakukan secara bersamaan akan meunculkan emosi lain, sehingga bagaimana cara seorang ibu memisahkan kedua emosi tersebut menarik untuk di teliti.