

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Zaman telah berubah dan perkembangan teknologi semakin cepat dan melesat serta revolusi industri yang berdampak pada lini sisi kehidupan seperti pendidikan mau pun religiuitas, telah terpapar oleh industrialisasi. Bentuk revolusi industri salah satunya dalam bidang membaca dan penerapan *digital reading* ialah terjadi pada komik.¹

Industri baca yang terjadi dalam perkembangan zaman, menuntut adanya perubahan. Perubahan tersebut mendorong eksistensi dari sebuah komik, karena jika tidak ingin tertelan zaman maka komik harus mengikuti gaya baru sesuai teknologi komunikasi yang ada yang ada di zamannya.²

Komik ialah gambar yang diciptakan dengan bentuk panel yang saling berdekatan dengan gambar atau panel lainnya, hal itu disengaja agar dalam proses penyampaian informasi komik dapat lebih efektif komunikasinya.³ Pemaknaan yang terjadi dalam komik tidak membutuhkan pengetahuan yang lebih, karena pesan-pesan yang terdapat dalam komik mudah dipahami oleh kalangan umum.

Media komunikasi yakni komik bukan hanya berisikan kumpulan gambar-gambar menarik, juga memuat atau membentuk sebuah cerita yang bermakna. Potongan-potongan gambar dalam sebuah panel komik dirangkai agar membentuk sebuah alur cerita yang utuh, sehingga lebih hidup dan juga pada gambar lebih menarik dengan adanya ilustrasi visual kata-kata maupun warna.

Keberadaan komik sebagai media penyampai pesan dapat diwujudkan dalam bentuk kritik sosial juga bisa menjadi media penyampai pesan-pesan agama dalam ruang bermedia sosial, sehingga komik menjadi media penyampai pesan cukup efektif dalam mempengaruhi perilaku khalayak.

¹ Lestari, Annisa Fitriana dan Irwansyah. *LINE WEBTOON SEBAGAI INDUSTRI KOMIK DIGITAL*. SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar <http://jurnal.utu.ac.id/jsource>. Volume 6, Nomor 2, Oktober 2020.

² Annisa Fitriana Lestari dan Irwansyah. *LINE WEBTOON SEBAGAI INDUSTRI KOMIK DIGITAL*

³ Annisa Fitriana Lestari dan Irwansyah. *LINE WEBTOON SEBAGAI INDUSTRI KOMIK DIGITAL*

Komik hari ini hadir tidak hanya dalam bentuk cetak, namun dipublikasikan lewat berbagai media multi platform (*online*) seperti media sosial mau pun bisa diposting dalam bentuk website pribadi. Bahkan, komik-komik industri yang telah memiliki platform media sendiri misalnya Line Webtoon, telah membuat dan menerbitkan komik-komik digitalnya hingga ribuan judul yang dapat diakses oleh pengguna Line Webtoon dimana pun dan kapan pun serta berbagai genre bisa dinikmati.

Gambar-gambar yang tidak bergerak menjadi ciri khas komik, karenanya kekuatan dalam penyampaian pesannya berupa ilustrasi dan kata-kata menarik yang harus dimunculkan dalam pembuatan komik agar gambar yang membentuk cerita tersebut tetap hidup dan dinikmati pembaca.

Komik digital merupakan komik yang dipublikasikan secara digital yang terdiri dari gambar tunggal mau pun tersusun dari beberapa bagian, memiliki jalur membaca yang selaras, memiliki bingkai yang terlihat, terdapat simbol seperti balon kata dan terdapat gaya tulisan yang mengkomunikasikan makna visualnya.⁴ Komik digital berbentuk media multi platform, dengan adanya internet dan *smartphone* pengguna dapat mengakses komik digital.

Kekuatan ilustrasi dan juga alur cerita yang menarik memiliki daya tarik sendiri dalam perwujudan komik, dengan menggunakan bahasa-bahasa yang ringan dan mudah dipahami menjadikan komik sebagai media pembelajaran yang menarik bagi khalayak umum.

Komik cenderung dapat dipahami oleh kalangan umum, karena sifat pesannya yang terbilang mudah dipahami. Tingginya peminat komik yang menyukai genre *religius*, disamping hobi membaca komik juga sambil belajar agama. Pengguna bisa mengeksplorasi pemahaman agama lewat cerita-cerita komik yang dibuat *authors*.

Memanfaatkan internet dan *smartphone* menjadikan komik digital hadir dalam bentuk aplikasi seluler atau *mobile application*,⁵ sehingga para pengguna hanya membutuhkan akses internet dimana pun dan kapan pun dapat mengakses Line Webtoon.

Hadirnya komik web dalam platform media online seperti komik Line Webtoon, membuat pesan-pesan keagamaan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami khalayak. Aktivitas beragama tersebut kemudian dipotret oleh media sosial dalam hal ini komik *Webtoon*, yang dijadikan sebagai serial komik *slice of life* atau keseharian.

⁴ Annisa Fitriana Lestari dan Irwansyah. *LINE WEBTOON SEBAGAI INDUSTRI KOMIK DIGITAL*

⁵ Annisa Fitriana Lestari dan Irwansyah. *LINE WEBTOON SEBAGAI INDUSTRI KOMIK DIGITAL*.

Line Webtoon ialah salah satu komik digital yang secara bentuknya merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi digital yang telah menjadi industri dan memiliki minat pasar yang tinggi.⁶ Line Webtoon bahkan sudah dapat diakses di negara mana pun karena komik Line Webtoon sudah diterjemahkan sesuai pengguna berada di tempat tinggalnya.

Komik sebagai media penyampai pesan memiliki kemampuan dalam mengkonstruksi isi pesan-pesan keagamaan. Hari ini banyak pembaca komik online daripada komik cetak, sehingga memungkinkan banyak orang yang belajar tahapan-tahapan ritus keagamaan dalam Islam lewat visual komik, hal itu karena komik mampu memvisualisasikan gambar realitas tahapan-tahapannya serta ringan dalam pembawaannya.

Ritus keagamaan merupakan praktik beribadah yang dilakukan oleh umat atau jamaah yang memiliki serangkaian aturan, yang mesti dilakukan atau ditaati oleh para penganutnya sebagai bentuk komunikasi transendental serta simbol kesalehan bagi yang melakukannya.

Rangkaian praktik tradisi atau ibadah ini oleh penganutnya dilakukan dalam waktu tertentu dan telah diatur tata cara beribadahnya. Memungkinkan ritus peribadahan ini memiliki kesamaan dengan agama atau kepercayaan yang lain dan juga memiliki perbedaan yang secara signifikan karena ritus peribadahan ada berdasarkan konvensi yang ada di dalamnya.

Aktifitas agama yang bermula di tempat-tempat ibadah seperti masjid, mushola, *tajug* atau langgar untuk aktifitas ibadah di dalam sosial kini bergeser kepada media sosial yang merupakan era digital pengembangan industri dan perubahan masyarakat yang bercirikan budaya konsumtif kapital seperti yang tersedia di berbagai media-media platform lainnya: facebook, instagram, Youtube, Whatsapp dan komik online webtoon serta banyak lainnya.

Pemahaman agama bukan hanya belajar melalui teks ibadah serta mendengarkan ceramah-ceramah dari tokoh agama tetapi juga konteks ibadah yang plural salah satunya dengan sentuhan karya seni di media sosial. Hari ini, fenomena ibadah bukan hanya di masjid-masjid, mushola atau pun tempat pendidikan lainnya namun seseorang dapat melihat fenomena itu di ruang maya yang divisualkan oleh media.

Ritus keagamaan dalam Islam dikenal dengan praktik ibadah syariat, di mana aktivitas ini melibatkan segala bentuk upacara-upacara keagamaan yang pelaksanaannya telah diatur sedemikian rupa, sebagai bentuk penyembahan (*worship*), pengabdian atau pelayanan (*service*), ketundukan (*submission*), dan ekspresi rasa syukur (*gratitude*), yang lahir dari

⁶ Annisa Fitriana Lestari dan Irwansyah. *LINE WEBTOON SEBAGAI INDUSTRI KOMIK DIGITAL*

seorang hamba kepada Tuhannya dalam rangka merealisasikan ajaran-ajarannya dan menjalankan hidup secara religius menuju klaim saleh dan takwa.

Umat beragama diwajibkan tunduk dan patuh atas aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh agama tersebut. Para penganutnya totalitas dalam menjalankan dan menerapkan hukum-hukum agama sebagai sumber nilai dalam menjalankan kehidupan.

Sumber nilai agama bersifat sakral dan tidak sekedar bacaan yang diucapkan dengan lisan, tetapi diyakini dalam hatinya bahwa setia kepada Tuhan Yang Mahaesa dan taat menjalankan hukum-hukumnya.

Ritus keagamaan dalam ruang media sosial menjadi tren aktivitas beribadah masyarakat dalam dunia maya, banyak orang mencoba mengaktualisasi dirinya atas pengalaman beribadah di media sosial, apa yang mereka rasakan diungkapkan di media sosial. Hal itu mengakibatkan makna ibadah bergeser atas kesakralannya yang tidak lagi bernilai ibadah tetapi menjadi hal yang profan.

Media sosial menjadi ruang ekspresi ibadah dengan berbagai ritualnya, seperti mengungkapkan belasungkawa lewat stiker di whatsapp, terdapat juga doa lewat instastory atau *instagram story* sehingga dibaca oleh banyak orang, merangkai pesan nasihat-nasihat beribadah dalam bentuk komik bergambar dan tidak ketinggalan ungkapan kritik sosial lewat media komik-komik online dalam platform media sosial.

Bentuk-bentuk ritus keagamaan dalam media sosial seringkali menjadi objek produksi media sosial, dewasa ini tidak dapat dipisahkan dari kepentingan pada dimensi ekonomi. Bentuk konkret dari ekspansi esensi ruang ialah komodifikasi ruang di media sosial, sehingga seringkali pemaknaan atas ritus keagamaan menjadi berbeda setelah konteksnya dimediakan, hal itu karena media tidak hadir dengan apa adanya namun tendensi pada nilai jual ketimbang nilai guna.

Terdapat penelitian tentang konstruksi pesan pada program dakwahtainment “Islam Itu Indah” oleh Dedy Pradesa dan Yunda Presti Ardilla, bahwa adanya indikasi terhadap konstruksi pesan-pesan agama di media televisi.⁷ Hasil penelitiannya mengarahkan pada adanya indikasi-indikasi komodifikasi secara konten, khalayak, tenaga kerja, dan nilai agama. Sehingga keberadaan tayangan program mestinya dapat menjadi alternatif sumber informasi pengetahuan

⁷ Pradesa, Dedy Dan Yunda Presti Ardilla. *Komodifikasi Dan Efek Eksternalitas Program Dakwahtainment Islam Itu Indah*. Inteleksia, Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah. Volume 02 - No. 01 Juli 2020, 81-106

keagamaan namun dikonstruksi menjadi sebuah hiburan. Agama seolah sekadar menjadi produk yang dijual untuk memenuhi kebutuhan pasar, sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan ekonomi.

Media secara visual menampilkan aktivitas beribadah di media sosial, pada hal-hal yang menyangkut atau bersifat kesakralan seperti ritual keagamaan yang memiliki nilai-nilai ketuhanan hal itu akan bergeser pada hal yang bersifat biasa-biasa saja atau profan yang bisa dibercandakan dan dikritik kesuciannya.

Media baru atau umumnya dikenal media sosial yang teramat canggih memiliki kecenderungan yang mampu memanipulasi fakta sosial dari sesuatu yang nyata menjadi kabur, juga mampu membawa fakta imajiner kepada suatu yang tampak realistis. Sehingga aktif di dalam media sosial harus kritis melihat sejauh mana konten-konten media mempengaruhi identitas seseorang.

Fenomena keagamaan dalam media menjadi lebih kompleks, disamping penyebaran pengetahuan dan pemahaman agama juga mengkonstruksi pesan-pesan agama menjadi nilai komoditi dalam proses produksi konten agama. Menjadikan representasi agama yang dipahami sejak dulu, misalnya melalui ibadah seperti puasa hanya dalam kesadaran diri sendiri di lingkungan nyata tetapi hari ini bisa melalui representasi material seperti ramadhan di masjid sebagai tempat ibadah, yang kehadirannya divisualkan di media sosial, jadi selain agama tampil sebagai sebuah ritual ternyata di era modern seperti saat ini agama juga tampil dalam bentuk visual.⁸

Media sosial melahirkan persepsi publik yang beragam, pengguna media platform komik online dalam hal ini melihat dari berbagai kebutuhan. Misalnya hanya ingin mencari hiburan, mencari pengetahuan agama dan terdapat pula pengguna yang hanya mencari relasi atau pertemanan antar lintas agama.

Hal yang sama dengan fenomena ritual keagamaan di media sosial, tampak seolah-olah realitas keberagaman dalam bentuk virtual namun kenyataannya tampilan ritual keagamaan tersebut hanyalah realitas semu yang ditampilkan. Seperti konstruksi makna ibadah mengandung komodifikasi agama, terdapat aspek budaya yang dikomersialkan di dalamnya.

⁸ Rahman, Mujibur. " *Visualisasi Agama Di Ruang Publik* ". Humanistika, Volume 4, Nomor 1, (Januari 2018): 91-106.

Menganalisis isi pesan visual seperti gambar komik memerlukan analisis semiotik, agar tanda-tanda yang terdapat dalam gambar yang termediatisasi dapat dibahasakan sehingga dapat dipahami secara umum.

Penyajian gambar-gambar ilustrasi komik oleh media komik dan komikus (*author*) telah membentuk makna lain, karena pesan media sendiri telah dikomodifikasi sehingga menghasilkan konstruksi pesan-pesan yang ingin disampaikan sesuai kebutuhan media.

Kehidupan sosial hari ini, termasuk aktifitas beragama yang bersifat sakral telah dikonstruksi dan didominasi oleh sebuah sistem, di mana tujuan beribadah sebagai bentuk komunikasi transendental dengan Tuhan tidak efektif sehingga mengalami alienasi dari kehidupan yang sesungguhnya.⁹

Cara-cara beribadah berubah sesuai dengan hasil dari konstruk media, karena makna-makna terbentuk bukan dari pemahaman agama yang sifatnya privasi tetapi bersumber dari media publikasi, sedangkan media tidak berdiri apa adanya namun terdapat sistem di dalamnya sehingga media mampu memproduksi pesan-pesan agama menjadi tidak seperti apa adanya.

Cara seseorang dalam menggunakan media untuk aktivitas beragama sekarang begitu masif, didukung hadirnya *virtual imersif* misalnya yakni sebuah media yang menyediakan peribadahan lewat dunia maya berdimensi imajiner, memastikan pengalaman beragama yang ada di media digital, kartun-kartun keagamaan daring yang difasilitasi oleh layanan semacam Webtoon, misalnya Si Juki¹⁰ lebih menarik dan banyak pengguna untuk belajar beragama lewat media sosial seperti komik Webtoon.

Konstruksi makna ritus keagamaan menggiring kepada makna yang tampaknya bukan sebagai pesan dakwah atau mengajak kepada perintah agama, namun mengarah pada sisi pengguna merasa bahagia atas adanya produk atau komik tersebut. Sehingga nilai seremonial atau upacara ritus keagamaannya bergeser pada nilai kepuasan suatu produk, misalnya pengguna atau pembaca lebih suka candaan dalam komik religi ketimbang memahami esensi dari komik itu sendiri yang menerangkan tata cara salat misalnya.

Selain kepuasan dalam penggunaan komik digital, konstruksi makna ritus keagamaan juga tampaknya tendensi terhadap pengalihan atau menghabiskan waktu dengan menyenangkan,

⁹ Fakhruroji, Moch. *Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah*. Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 5 No. 16 (Juli-Desember 2010), 1-18

¹⁰ Epafra, Leonard Chrysostomos. *"Jalan Ninja Ketujuh: Memahami Agama Digital Di Ruang Hibrida"*. Dalam Buku *"Studi Antaragama: Metode Dan Praktik"* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2023), 208.

tidak benar-benar ingin belajar prosesi ritus keagamaan yang divisualkan oleh komik. Misalnya banyak pengguna dalam membaca komik keagamaan, yang dibaca hal-hal yang jenaknya saja atau hal-hal lucu ketimbang belajar praktik ibadahnya atau pesan-pesan yang terkandung dalam ceramah dalam komik tersebut.

Pembuat atau *author* memiliki kemampuan dalam mengkonstruksi isi pesan atas konten yang dibuatnya, komik-komik keagamaan misalnya tidak lah benar-benar ingin menyampaikan keagamaan tetapi karena mengikuti kebutuhan media. Di samping itu, media pun mengikuti tren pasar yang sedang diminati pembaca saat itu misalnya perayaan bulan suci ramadan, maka dibuatlah komik kompilasi edisi ramadan atau saat covid dibuatlah komik-komik tentang terpaparnya wabah covid di seluruh dunia.

Komik sebagai media penyampai pesan komunikasi memiliki makna yang berbeda pada saat bersamaan, makna-makna hasil konstruksi tersebut sengaja dibentuk untuk menyesuaikan kebutuhan seperti mata uang koin di sisi lain mengandung pesan dakwah dan sisi lainnya mengandung pesan kepuasan suatu produk dan juga bernilai komoditi.

Konstruksi makna ritus keagamaan dalam komik, pada dasarnya mengandung makna aktivitas atau kegiatan ibadah yang dapat dipraktikkan namun juga perlu bimbingan atas apa yang dibaca dan disimulasikan dalam komik. Karena bisa jadi makna-makna kesakralan lebih ambigu, sehingga selain belajar simulasi peribadatan pada komik juga perlu belajar kepada guru “ngaji” atau ahli agama di lingkungannya masing-masing.

Proses konstruksi makna dalam media, baik media mainstream mau pun media baru (online) memiliki pesan-pesan khusus dalam pembuatan kontennya namun disajikan dalam pembahasan umum sehingga semua orang dapat menikmatinya tetapi tidak benar-benar memahaminya.

Konteksnya adalah di mana pengguna atau pembaca komik dalam memahami bacaannya tidak pada makna sebenarnya atau dibalik pesannya, tetapi lebih kepada makna denotatifnya. Kepuasan membaca komik telah mampu mencukupi informasi yang pengguna inginkan, tidak berpikir pada tujuan makna visual yang ditampilkan komik bermakna apa dan bagaimana.

Peneliti ini menganalisis dan mendeskripsikan tentang adanya sebuah makna yang perlu digali dalam setiap visual yang ditampilkan media komik, bahwa terdapat konstruksi makna yang dibangun oleh *author* mau pun platform Line Webtoon dalam komik-komiknya yang dipublikasikan.

Adanya makna-makna seperti bentuk-bentuk ritus keagamaan dalam komik, membutuhkan kejelian nalar bahwa akan dibawa kemana makna-makna tersebut. Hanya untuk digunakan sebagai kebutuhan komoditi atau benar-benar ingin menyampaikan pesan-pesan komunikasi Islami dalam pembawaannya.

Konstruksi makna yang dibangun sejak konten komik tersebut dibuat, memiliki pemaknaan yang perlu difilter sebagai bentuk gerakan dakwah. Hal itu untuk mencerahkan pengguna bahwa apa yang dibaca belum tentu dapat dipahami, sehingga perlu pengkajian mendalam atas apa yang didapat dari bacaan yang dimuat dalam media.

Komik merupakan hasil dari konstruksi dari *author* dan platform medianya, bahwa kemampuan *author* dan platform media dalam membuat konstruksi makna pada karyanya seringkali tidak tampak atau tidak disadari tujuannya karena lewat karyanya *author* telah menidurkan kritis para pemabacanya.

Ritus keagamaan sebagai objek komodifikasi atau industrialisasi komik menjadikan konten-kontennya banyak digemari, karena umat beragama dengan jamaahnya yang besar mampu dijadikan sebagai sasarannya dalam mengkonsumsi karya *author* dan platform media tersebut.

Penting dan perlunya menganalisis sebuah tampilan atau visual di balik munculnya visualisasi di media sosial yang tampak seram akan makna di ruang publik agar tidak termanipulasi. Makna-makna dalam media bukan sekedar mengungkap pesan apa yang disampaikan lewat visual, tetapi memiliki makna tersendiri dari adanya pesan visual yang muncul pada tayangan berdimensi media.¹¹

Fenomena ritus keagamaan di media sosial sebagai bentuk kreatifitas yang bernilai komoditi, sedangkan pemahaman terhadap ritus keagamaan berada dalam ruang yang terpisah. Konstruksi komik akan ritus keagamaan menjadikan realitas beragama menjadi paradoks, mampu menyampaikan pesan-pesan kebenaran dan juga mampu menunjukkan visualisasi gambar yang menarik dan mediatisasi fitur-fitur media webtoon.

Ritus keagamaan yang dikonstruksi dalam ruang publik seperti media sosial mau pun platform media, menjadikan pesan-pesan lebih efektif. Baik secara pemanfaatan media mau pun kepentingan sarana dakwah, karena keduanya tidak bisa dipisahkan seperti satu pemandangan yang bisa dilihat indah bisa juga kurang indah tergantung sudut pandangnya.

¹¹ Mujibur Rahman, "Visualisasi Agama", 91-106

Sudut pandangnya jika melihat pada pemanfaatan media, berarti pengguna bisa mengaktualisasikan dirinya ke dalam lingkungan dalam memenuhi upacara peribadatan, namun jika hanya dijadikan sebagai konsumsi berarti pengguna tersebut sebagai objek operanding media untuk dimanfaatkan kerelaanya dalam menaikan rating konten komik tersebut.

Kiranya penelitian tentang membongkar makna-makna atas visualisasi konten media begitu penting, agar menjadi referensi untuk kalangan umum sebagai bentuk ikut serta dalam mencerdaskan bangsa. Analisis konten seperti semiotika menjadikan karya yang dapat dan mudah dipahami kalangan umum, dengan pembahasn ringan dan analisis yang tajam konstruksi makna-makana dibalik visualisasi media dapat dibongkar dan bermanfaat untuk kalangan umum.

Komik sejak dahulu sering dijadikan sebagai media kritik sosial, sehingga dalam pemenfaatan media dakwah pun mestinya menggunakan media komik selain media-media lain. Terkait ritus keagamaan komik mampu mengilustrasikan dan mensimulasikan tahapan mau pun bentuk-bentuk ritus keagamaan.

Penelitian tentang pemanfaat komik sebagai media penyampai pesan dan informasi bahkan pengetahuan sudah banyak dilakukan, maka membutuhkan kajian yang mendalam, agar pesan-pesan tersebut bermakna dan juga sebagai pengetahuan. Terlebih komik sebagai sebuah karya pasti memiliki makna ganda yang terdapat di dalamnya, sehingga banyak memiliki kesempatan dalam membongkar makna-makna di dalamnya.

Konteksnya dalam hal ini, komik bergenre religi sering dijadikan sebagai konten yang diproduksi tiap tahunnya pada bulan ramadan. Fenomena tersebut membuat seakan seremonial ritus keagamaan dapat dijadikan konten dan mudah dibercandakan konteks ibadahnya, hal-hal yang awalnya bersifat sakral bergeser pada nilai profan.

Ritus keagamaan dalam produksi pemanfaatannya dilihat dari banyaknya jumlah pengguna suatu daerah tempat tinggal, jika banyak yang mengakses konten-konten keagamaan digencarkan dan diperbanyak karena semakin banyak pengguna yang mengakses makin sering muncul iklannya.

Komik webtoon digemari banyak kalangan, sehingga banyak pengguna terutama umat Islam yang selalu menunggu waktu ramadan hanya untuk webtoon religi dipublikasikan. Setiap menjelang buka puasa biasanya pengguna menunggu dan menghabiskan waktunya untuk membaca webtoon, bukan semata-mata belajar agama sebagai implementasi ritus keagamaan

nantinya, akan tetapi selain mengisi waktu luang agar tidak terbuang sia-sia waktunya para pengguna sering mencari bacaan yang dapat menambah wawasan keagamaannya.

Peneliti melihat bahwa dalam hal ini komik bisa menjadi sarana dakwah dalam media sosial, pesan-pesan ritus keagamaan dapat dikemas lebih menarik sebagai bentuk simulasi seperti tata cara berwudlu, tata cara salat mau pun tata cara berkunjung silaturahmi divisualkan. Walau pun di sisi lain berdampak pada sifat hiburannya, maka tergantung para penggunanya dalam memanfaatkan media tersebut.

Tujuan dari penelitian ini ingin menyampaikan makna konstruksi dan bentuk-bentuk ritus keagamaan di media sosial atau platform Line Webtoon, bahwa media secara bersamaan menampilkan dua sisi, pada sudut pandang pertama media mampu mentransmisikan dan menyebarkan pesan-pesan agama dalam hal ini dakwah.

Sedangkan pada sisi yang lain, keberagaman tidak benar-benar direpresentasikan atau cermin realitas, misalnya saja orang yang ditampilkan media tampak agamis namun dalam realitasnya tidak benar-benar saleh. Media melakukan konstruksi realitas sehingga cara berkomunikasi individu memahami pesan media berbeda dari pemahaman realitas sosialnya, serta memiliki tendensi terhadap motif ekonomi, di mana aktifitas beragama yang bernilai ibadah ditransformasikan menjadi nilai komoditi bukan lagi sakralitas.

Fenomena ritus keagamaan dalam komik mengundang banyak peminat pembaca, seperti halnya komik-komik tentang ritus salat banyak orang belajar praktik ibadah salat lewat media tersebut.

Gambar praktik ibadah divisualkan dengan berbagai efek warna membuat tampilan semakin menarik untuk dilihat dan dibaca. Hal itu membuat pemahaman atas pemkanaan ibadah berbeda, yang semula ibadah bermakna pahala kemudian bertransformasi ke dalam bentuk lain seperti visual yang menarik, tokoh utama serial komiknya keren atau sedang trennya komik genre yang sedang digemari.

Komik yang mulanya menginisiasi wujud nilai religiuitas, kemudian berkembang menjadi sebuah metafora. Ritus keagamaan dalam komik webtoon mengandung pesan-pesan keagamaan kemudian berubah menjadi kepuasan menikmati sebuah produk dan komodifikasi agama yang terjadi di dalamnya.

Maka dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang “KONSTRUKSI RITUS KEAGAMAAN DALAM KOMIK (ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES LINE WEBTOON BERJUDUL KOLANG-KALING)

B. Fokus Penelitian

Sebagaimana yang telah di bahas sebelumnya pada latar belakang penelitian, terdapat aspek yang menjadi bahasan, yakni: konstruksi komik Line Webtoon terhadap ritus keagamaan Islam. Maka dibuatlah fokus penelitian agar penelitian ini lebih terarah.

Fokus penelitian ini yakni fenomena konstruksi ritus keagamaan dalam komik Line Webtoon sebagai objek kajian, karena secara kontinuitas Line Webtoon dalam programnya selalu menampilkan fenomena ibadah di setiap momen ramadan.

Fokus penelitian dapat diuraikan ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tanda dan makna denotasi, konotasi dan mitos ritus keagamaan dalam Line Webtoon?
- 2) Bagaimana konstruksi makna ritus keagamaan dalam Line Webtoon?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian memiliki maksud agar dalam mengidentifikasi suatu fenomena, peneliti mampu menjelaskan arah dan tujuan dari riset yang dilakukannya, sehingga riset tersebut fokus tidak meluas kajiannya.

Tujuan penelitian ialah bermaksud untuk mencapai hasil dari sebuah penelitian. Maka berdasarkan rumusan masalah di atas, yang menjadi fokus tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Menganalisis dan mendeskripsikan tanda dan makna denotasi, konotasi dan mitos ritus keagamaan dalam Line Webtoon.
- 2) Menganalisis dan mendeskripsikan konstruksi makna ritus keagamaan dalam Line Webtoon.

D. Manfaat Penelitian

1. Signifikansi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap kajian komunikasi di media baru, yang sifatnya multiplatform terkait isu aktifitas keberagamaan. Bagaimana komik bisa dijadikan atau dimanfaatkan sebagai media dakwah yang lebih mudah diterima oleh generasi sekarang dan ringan dipahami.

Secara teoritis dengan menggali dan memahami bagaimana terjadinya konstruksi di dalam sebuah media sosial, dalam hal ini platform komik online yaitu Line *Webtoon* atas aktivitas beragama, menjadikan konstruksi sosial yang berlangsung di dalam dan melalui komunikasi bermedia, membuat cara berkomunikasi orang pada umumnya berubah seiring tren yang terjadi di dalam media. Ritus keagamaan dalam media, dengan singkat dapat dimaknai aktivitas seseorang dalam realitas ibadah sehari-hari akan berbeda di dalam dan melalui media.

Selain untuk memperkaya khazanah dalam bidang ilmu sosial, terutama dalam pengembangan jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), juga diharapkan bermanfaat untuk dapat menjadi sumber pengetahuan dalam bidang Komunikasi dan Dakwah, baik secara kajian ilmu disipliner maupun yang multidisipliner.

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman khususnya bagi peneliti dan bagi pembaca, hasil kajian penelitian ini diharapkan dapat melahirkan konsep dan teori baru dalam mengkaji Komunikasi dan Dakwah di era media digital dan juga pengembangan kajian *new media* berbasis multiplatform.

Harapan lainnya, semoga penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi ilmuwan yang tertarik untuk melakukan penelitian atau pengembangan dalam bidang keilmuan yang sama, serta diharapkan mampu memberikan sumbangsih dan kontribusi terhadap studi komunikasi secara komprehensif dan pengembangan saintifik serta bentuk islamisasi ilmu guna melengkapi penelitian sebelumnya.

2. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan berguna bagi praktisi komunikasi dan pendakwah, dalam konteks pengembangan media komik digital sebagai kajian komunikasi islami yang bersifat *tabligh* oleh para penyebar pesan-pesan agama. Hari

ini, otoritas keagamaan yang semula oleh ulama kini telah diambil alih oleh media, yang menjadikan seluruh pendengar menjadi pengguna (*user*). Setiap orang memiliki kesempatan menyampaikan pesan-pesan agama dengan bebas, maka praktisi komunikasi yang bergelut dibidang dakwah harus lebih kreatif dan inovatif serta bertransformasi dari penyampai menjadi analis sekaligus konsultan media.

Manfaat secara praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para pelaku Komunikasi dan Dakwah dalam memanfaatkan komik sebagai media penyampai pesan, informasi dan pengetahuan, baik secara perorangan (konten kretaor) maupun kolektif dalam menyebarkan pesan-pesan komunikasi dakwah lebih progresif dan tentunya dengan nilai dan etika Islami.

Sehingga penelitian ini dapat menjadi komprehensif dan juga kajian *tabligh* dalam bermedia lebih dapat dipahami dan juga banyak peneliti yang mengkaji komik dakwah sebagai sebuah kajian mendalam. Kajian komik tidak kalah penting, bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber bagi institusi atau lembaga-lembaga baik uiniversitas, dakwah maupun keagamaan untuk dapat memberikan pengetahuan, informasi dan sosialisasi agar masyarakat semakin cerdas di era media yang penuh akan simulakra ini.

E. Landasan Pemikiran

1. Konstruksi realitas

Konstruksi realitas sosial merupakan sebuah pendekatan mau pun teori yang dikemukakan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman. Bahwasannya konstruksi sosial yaitu bagaimana memandang manusia sebagai individu yang dapat menciptakan realitas. Menurut pemikiran Berger dan Luckman meyakini bahwasannya secara substanti realitas sosial merupakan hasil ciptaan manusia melalui konstruksinya terhadap lingkungan sosial yang terdapat di lingkungan sekitarnya.¹²

Dalam tradisi ini, media mengkonstruksi sosial budaya lewat cara penggunaan media tersebut, biasanya menggunakan fitur-fitur aplikasi media dengan format tertentu sehingga masyarakat atau pun khalayak pasrah menggunakan media tersebut. Bermula menggunakan

¹² Romdani, Lisda. *Teori Konstruksi Sosial: Sebuah Teori Bagaimana Warga Negara memaknai Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah di Masa Pandemic*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 10 No. 2 (2021).

fitur-fitur media yang semakin nyaman, media telah mengkonstruksi cara pengguna berkomunikasi lewat media yang digunakannya.

Konstruksi realitas pada sebuah media, menjelaskan bahwa media mempunyai kekuatan untuk mengonstruksikan realitas sosial. Media yang telah mengonstruksi realitas sosial selanjutnya menuangkan kembali realitas yang telah dibangun tersebut pada sebuah pesan komunikasi berupa gambar, video mau pun teks yang akan disampaikan dan ditayangkan kepada masyarakat melalui media yang nantinya akan dipilih sesuai kebutuhan.

Tradisi konstruksi sosial Berger dan Luckman digunakan untuk menggambarkan bagaimana konstruksi komunikatif realitas termanifestasikan di dalam proses-proses media tertentu.¹³ Konstruksi sosial yang berlangsung di dalam dan melalui komunikasi bermedia, membuat cara berkomunikasi orang pada umumnya berubah seiring tren yang terjadi di dalam media.

Perilaku konsumersime yang terjadi tidak hanya perubahan zaman, namun media ikut andil dalam mengonstruksi perilaku manusia yang hari ini sudah tidak terkendali dalam membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan tapi berdasarkan kemauan, menonton media sosial tanpa filter dan batas penggunaan hingga lupa pada perubahan yang terjadi dalam diri sendiri dan lingkungan. Budaya ucapan sopan santun, berubah menjadi *trash talking* atau ucapan kotor.

Cara berperilaku hari ini merupakan hasil konstruksi media lewat sosial media dengan berbagai fitur-fitur yang terdapat di platform onlinenya, para pengguna media sosial yang telah memiliki akun media sosial dengan otomatis mengikuti pola konstruksi media.

Lewat sosial budaya yang telah berkembang sejak lama, media mulai merubah atau mentransformasikan perilaku pengguna media ke dalam budaya media, yang kemudian disebut mediatisasi di mana proses tersebut merupakan kelanjutan dari mediasi itu sendiri.

Media sejatinya bukanlah mencerminkan realitas sosial, karena realitas yang ditampilkan dalam sebuah media mencerminkan independensi dan objektivitas media itu sendiri.¹⁴ Independensi memuat arti bahwa media mestinya dalam menampilkan sebuah

¹³ Asih, Irsanti Widuri. *Screen And Pleasure: Mediatisasi Pemenuhan Kebutuhan Traveling Masyarakat Indonesia Melalui Aplikasi Traveloka*. Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi Vol. 2, No. 1, June 2022, Pp. 67-77
<https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i1.3424>

¹⁴ Kamaruddin. *KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA*. Jurnal Jurnalisme Volume I No. 1 Edisi April 2016. 64-90.

tayangan maupun informasi bersifat netral sehingga disebut independensi media, akan tetapi kenyataannya media bersikap mana suka. Independensi diartikan sebagai sebuah tindakan hak pribadi dalam menampilkan sebuah produk media, karena berdasarkan objektivitas atau hasil diskusi di dalam lembaga media itu sendiri, sehingga bebas mengkonstruksi realitas sesuai kepentingan-kepentingan yang terdapat media tersebut.

Selain itu, media tidak hanya mengkonstruksi realitas tetapi media mampu menghadirkan hiperrealitas atau realitas semu sehingga dapat membingungkan khalayak.¹⁵ Misalnya dengan kemajuan teknologi dan informasi yang ada hari ini, saat bermain media sosial orang lebih nyaman dengan pertemanan maya yang sejatinya teman tersebut tidak benar-benar ada karena menggunakan akun fake untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dari orang tersebut, sehingga tanpa sadar ia terjerat oleh pertemanan dunia maya, kemudian data pribadinya tersebar.

Sebuah realitas yang dibentuk media akan bersifat makna ganda, media bisa menjadi alat mempermudah interaksi seseorang dan juga bisa menjadi memunculkan konflik antar pribadi. Media masuk ke dalam ranah tersebut, jika memunculkan konflik akan menaikkan rating media tersebut maka tayangan sentimen akan terus diproduksi sebagai bentuk konstruksi realitas. Sisi lainnya media pun memiliki kekuatan dalam mendamaikan sebuah konflik yang terjadi dalam masyarakat.

Khalayak pembaca dan pendengar dengan setia memahaminya tanpa *reserve*, seolah sebagai realitas yang nyata-nyatanya,¹⁶ hal itu sesuai dari bagaimana individu tersebut mengeksternalisasikan dirinya. Seseorang mengeksternalisasikan dirinya ke dalam objektivitas yang sesuai lingkungannya, maka akan terbentuk internalisasi dalam dirinya sesuai dari apa yang dipahaminya. Misalnya ketika seseorang mempelajari konsep moderasi beragama, maka terdapat identifikasi yang kemudian menjadi pembahasan dalam ruang publik untuk menemukan makna moderasi beragama misalnya ditemukan toleransi dan juga tidak ekstrim kanan dan tidak ekstrim kiri maka akan terbentuk dalam dirinya bahwa moderasi beragama ialah harus seimbang dan pemahaman itu didapat hasil dari konstruksi realitas media.

Realitanya maka tidak heran, ketika khalayak melihat realitas seperti realitas yang

¹⁵ Kamaruddin. *KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA*.

¹⁶ Kamaruddin. *KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA*.

dipahami media.¹⁷ Karena apa yang terdapat di media sudah dianggap benar dalam proses internalisasinya, sehingga memunculkan realitas media merupakan realitas sosial.

Sikap yang perlu dilakukan mestinya, bahwa jangan menjadikan realitas yang bersumber dari media sebagai realitas sosial karena media telah mengkonstruksi realitas tersebut. Penting bahwa media bukan hanya saluran pesan, namun media sebagai subjek yang mengkonstruksi realitas.¹⁸

Konstruksi realitas media dalam pandangan ini, bahwa sesungguhnya media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak.¹⁹ Produk yang dihasilkan media apa pun merujuk pada pembentukan realitas-realitas sesuai objektivitas media, bukan benar-benar cerminan dalam masyarakat.

2. Ritus Keagamaan

Ritus keagamaan merupakan sebuah rangkaian kegiatan ritual keagamaan, umumnya memiliki tata cara maupun aturan dalam pelaksanaannya.²⁰ Ritus keagamaan memiliki tendensi terhadap aturan yang sifatnya mengikat, jika tidak melaksanakan aturan tersebut maka hidupnya dipercaya tidak akan damai dan selamat.

Istilah ibadah, kebaktian, berdoa atau sembahyang merupakan simbol yang dapat dikenali dalam prosesi ritus keagamaan.²¹ Istilah-istilah tersebut dapat dijumpai dalam prosesi upacara agama, budaya dan tradisi masyarakat atau suatu kelompok yang memiliki kepercayaan terhadap ritus keagamaan tersebut, karena proses pemaknaan terbentuknya kepercayaan atas keagamaan.

Ritus keagamaan dalam Islam dikenal dengan praktik syariat, di mana aktivitas ini melibatkan segala bentuk upacara-upacara keagamaan yang pelaksanaannya telah diatur sedemikian rupa, sebagai bentuk penyembahan (*worship*), pengabdian atau pelayanan (*service*), ketundukan (*submission*), dan ekspresi rasa syukur (*gratitude*), yang lahir dari

¹⁷ Kamaruddin. *KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA*

¹⁸ Kamaruddin. *KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA*

¹⁹ Kamaruddin. *KONSTRUKSI REALITAS Dalam MEDIA MASSA*.

²⁰ Maknun, Muhammad Jauharul dan Zulia Nur Syarifah. *RITUS KEAGAMAAN MASYARAKAT JEPARA DALAM MEMULAI KEHIDUPAN BARU*. MINARET Journal of Religious Studies Volume 1 Nomor 1 Tahun 2023.

²¹ Hamali, Syaiful. *AGAMA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGIS*. Jurnal Al-Adyan, Volume 12, No. 2, Juli-Desember, 2017.

seorang hamba kepada Tuhannya dalam rangka merealisasikan ajaran-ajarannya dan menjalankan hidup secara religius menuju klaim saleh dan takwa.²²

Setiap agama mengajarkan berbagai macam bentuk kegiatan-kegiatan ibadah kepada penganutnya.²³ Hal itu sebagai bentuk kepercayaan keagamaan yang menimbulkan ketaatan pada setiap penganutnya, mereka yang taat terhadap aturan ritus keagamaan dianggap sebagai penganut yang taat dan menjadi nilai subjektif dalam menyebutkan derajat kesalehan seseorang dalam suatu masyarakat.

Ritus keagamaan dalam Islam merupakan segala bentuk praktik keagamaan, baik upacara atau pun perilaku pengabdian yang pelaksanaannya sudah diatur.²⁴ Dengan mengikuti aturan tersebut prosesi ritus akan bersifat sakral, tidak boleh dilanggar dalam bentuk apa pun karena sifatnya pengabdian kepada Sang Pencipta.

Salah satu bentuk ungkapan kepercayaan keagamaan ialah adanya ritus keagamaan, dengan melaksanakan ritus keagamaan berarti memperbarui kembali komitmen, rasa persatuan, memperkuat kepercayaan antar saudara seiman, disamping itu anggota kelompok semakin mengidentifikasi diri dengan anggota-anggota kelompok dan tujuan-tujuan kelompok tersebut.²⁵ Menjadi bagian dari kelompok keagamaan atau umat beragama, membuat semangat dalam menjalani ritus keagamaan dan terus dipupuk menjadi solidaritas sepanjang hidup.

Suatu kegiatan ritus keagamaan tidak akan memiliki makna peribadatan, karena tidak diberikannya suatu makna atas kegiatan tersebut, namun akan berbeda jika kegiatan tersebut diberi makna oleh setiap penganut ritus keagamaan tersebut.

Contohnya, puasa bulan ramadan menjadi salah satu bentuk ritus keagamaan Islam, bagi umat Islam puasa ramadan akan memberikan makna sabar, tenang, empati dan simpati terhadap orang miskin dan sebagainya karena didasarkan pada memaknai dengan keyakinan bahwa puasa merupakan perintah Tuhan. Tetapi akan berbeda maknanya tanpa ada kepercayaan keagamaan.²⁶

²² Ulya. *Ritus dalam Keberagaman Islam : Relevansi Ritus dalam Kehidupan Masa Kini*. Fikrah, Vol. 1, No. 1, Januari-Juni 2013, 195-206

²³ Syaiful Hamali. *AGAMA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGIS*

²⁴ Maknun, Muhammad Jauharul dan Zulia Nur Syarifah. *RITUS KEAGAMAAN MASYARAKAT JEPARA DALAM MEMULAI KEHIDUPAN BARU*.

²⁵ Syaiful Hamali. *AGAMA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGIS*.

²⁶ Syaiful Hamali. *AGAMA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGIS*.

Kalimat-kalimat seperti niat atau doa dalam upacara atau ritus keagamaan, memiliki kekuatan yang dahsyat yang diyakini oleh pemeluknya, sehingga memunculkan rasa hormat dan kagum pada dirinya.²⁷ Hal itu menjadikan ritus keagamaan memiliki sifat mengikat para penganutnya, dari ketaatan terhadap Tuhan direpresentasikan kedalam hubungan sosial menjadi saling memberikan manfaat karena berlandaskan satu keyakinan yang akan menjadi pondasi yang teguh dalam persaudaraan seiman.

Ritus keagamaan dalam ruang media sosial menjadi tren aktifitas beribadah masyarakat dalam dunia maya, banyak orang mencoba mengaktualisasi dirinya atas pengalaman beribadah di media sosial, apa yang mereka rasakan diungkapkan di media sosial. Hal itu mengakibatkan makna ibadah bergeser atas kesakralannya yang tidak lagi bernilai ibadah tetapi menjadi hal yang profan.

Media sosial menjadi ruang ekspresi ibadah dengan berbagai ritualnya, seperti mengungkapkan belasungkawa lewat stiker di whatsapp, terdapat juga doa lewat instastory atau instagram *story* sehingga dibaca oleh banyak orang, merangkai pesan nasihat-nasihat beribadah dalam bentuk komik bergambar dan tidak ketinggalan ungkapan kritik sosial lewat media komik-komik online dalam platform media sosial.

Bentuk-bentuk ritus keagamaan dalam media sosial seringkali menjadi objek produksi ruang sosial, dewasa ini tidak dapat dipisahkan dari kepentingan pada dimensi ekonomi. Sebagai bentuk konkret dari ekspansi esensi ruang ialah komodifikasi ruang di media sosial.²⁸ Sehingga seringkali pemaknaan atas ritus keagamaan menjadi berbeda setelah konteksnya dimediasi, hal itu karena media tidak hadir dengan apa adanya namun tendensi pada nilai jual ketimbang nilai guna.

Ketika sebuah nilai fungsi telah diubah menjadi nilai komoditi, maka sesuatu tersebut akan mengalami sebuah pergeseran makna tidak lagi dipahami sebagai suatu yang memiliki nilai kesakralan tetapi berubah menjadi nilai ekonomis yang mampu mendatangkan profit selama memproduksi nilai-nilai tersebut.

²⁷ Syaiful Hamali. *AGAMA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGIS*.

²⁸ Nyoman Ayu Sukma Pramestisari, Ni Luh Nyoman Kebayatini Dan Kadek Aryana Dwi Putra. *Komodifikasi Nilai Kesakralan (Transformasi Fungsi Ruang Dalam Perspektif Heterotopia Di Pura Dalem Ped)*. *Politicos: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 3 (1) (2023), 59-75.

3. Semiotika

Dalam perspektif komunikasi visual dikenal “tanda” semiotik. Semiotika adalah ilmu tentang tanda (*sign*), berfungsinya tanda dan produksi makna. Tanda merupakan sesuatu yang bermakna bagi seseorang atas sesuatu yang lain. Segala sesuatu yang dapat diamati atau teramati dapat disebut tanda. Karena itu, tanda tidaklah terbatas pada benda saja tetapi fenomena dan nomena yang ada di alam semesta ini merupakan tanda. Adanya peristiwa, tidak adanya peristiwa, struktur yang ditemukan dalam sesuatu, suatu kebiasaan, semua ini dapat disebut tanda.²⁹ Sesungguhnya semiotika mengamati apa yang terjadi dan tidak terjadi, stagnan atau masif dalam kebudayaan manusia sebagai sebuah interpretasi dirinya atas lingkungan.

Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini untuk dapat dikomunikasikan (*to communicate*) kepada yang lain. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988:179; Kurniawan, 2001:53).³⁰

Menurut Barthes semiotika ialah *the sign is a historical concept, an analytic (and even ideological) artifact*,³¹ yakni bahwa tanda sebenarnya mengikat seseorang pada nilai-nilai tertentu, identitas, tanda yang pasti dan hal itu terkait sejarah atas diri yang di dalamnya memuat berbagai kepentingan salah satunya ideologi sebagai pijakan historisnya.

Kajian semiotika mengenai tanda terdiri dari penanda dan pertanda yang disebut tanda denotatif atau denotasi. Kemudian, kajian tersebut dikembangkan oleh Barthes dari tanda denotasi ditambah menjadi tanda konotasi karena terdapat tanda yang tidak hanya dipahami secara konkret tetapi terdapat tanda yang maknanya bersifat abstrak, maka tanda yang memiliki makna abstrak disebut tanda konotasi, tanda ini menyangkut hal-hal yang berifat pemaknaan yang berkembang dalam masyarakat.

Secara pengertian umum, tanda denotasi biasanya dipahami sebagai makna harfiah, atau sesungguhnya. Proses signifikasi *pertama*, yang secara tradisional disebut sebagai

²⁹ Bambang Mudjiyanto Dan Emilsyah Nur. *Semiotics In Research Method Of Communication*. Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa Pekommas, Volume 16 No. 1, April 2013.

³⁰ Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006, 15.

³¹ Oxman, Elena. *Sensing The Image: Roland Barthes And The Affect Of The Visual*. University Of Wisconsin Press, Substance, Volume 39, Number 2, 2010 (Issue 122), Pp. 71-90.

denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dalam arti yang sesuai dengan apa adanya atau yang terucap.³²

Tataran makna denotasi lebih bersifat konkret dari sebuah tanda, di mana tanda-tanda itu menunjukkan arti yang dapat dipahami karena bisa dilihat konteksnya. Misalnya saat melihat gambar kursi maka secara denotasi bermakna benda yang memiliki kaki-kaki tiga atau empat atau lebih sebagai penyangah kemudian terdapat penampang yang berupa alas untuk tempat duduk seseorang.

Kedua, makna konotasi ialah dalam kerangka Barthes identik dengan operasi ideologi yang berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Budiman, 2001:28).³³

Pada makna konotasi tanda tidak hanya berdiri apa adanya tetapi memiliki makna yang lebih abstrak, yang memiliki arti tidak seperti gambarnya. Gambar kursi misalnya memiliki sebuah makna kekuasaan, wibawa, jabatan, kedudukan dan gelar terhormat lainnya, sehingga ketika terdapat gambar kursi maka tanda itu bermakna abstrak yang bisa juga bermakna otoritas.

Semiotika Barthes, dikenal sistem semiotika *orde pertama* yakni makna denotasi dan *orde kedua* makna konotasi yang menjadi penekanan dalam teorinya tanda konotasi bermakna mitologi. Menurut Lotman bahwa analisis semiotika Barthes menekankan gagasan tentang *analyses of mode and mass culture (Mythologies)*³⁴ atau yang dapat disebut sebagai mistis.

Secara singkat semiotika Barthes tentang tanda *orde pertama* yakni denotatif dan *orde kedua* yakni konotasi di mana makna ini berdasarkan kebudayaan dan ideologi yang berkembang di masyarakat yang dikenal dengan mitos atau mistis, ia merupakan sebuah peralihan dari makna semiotik ke makna ideologi “*describes all this as a passage from semiology to ideology*”.³⁵ Hal itu dapat dilihat peta teori di bawah ini.

³² Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, 70

³³ Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, 71

³⁴ Monticelli, Daniele. *Critique Of Ideology Or/And Analysis Of Culture? Barthes And Lotman On Secondary Semiotic Systems*. School Of Humanities Tallinn University, Sign Systems Studies 44(3), 2016, 432–451.

³⁵ Daniele Monticelli. *Critique Of Ideology Or/And Analysis Of Culture? Barthes And Lotman On Secondary Semiotic Systems*.

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

GAMBAR 1. 1 Semiotika Roland Barthes

Sumber :

Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, 69

Berdasarkan peta Barthes di atas, terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan petanda. Kemudian pada saat yang bersamaan tanda denotatif merupakan penanda konotatif. Sehingga dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya makna tambahan tetapi mengandung kedua bagian tanda denotatif yakni penanda dan petanda.³⁶

Substansinya, tanda denotatif terdiri dari penanda dan petanda ini disebut orde pertama, tetapi pada saat bersamaan tanda denotatif merupakan penanda dan petanda konotatif yang kemudian disebut tanda konotatif, tanda konotatif ini oleh Barthes dikembangkan berdasarkan makna yang berkembang berdasarkan kebudayaan di masyarakat yang disebut mitos.

Mitos dalam teori Barthes merupakan serangkaian ideologi yang berkembang dalam masyarakat, misalnya terdapat tato di anggota badan seseorang maka disebut preman. Hal itu karena mitos di masyarakat orang bertato memiliki ciri atau identik dengan preman, padahal itu tidaklah benar memaknainya karena tidak semua bertato itu preman orang umum pun bisa bertato, ia hanya melihat sisi keindahan seni. Mitos ini lah yang oleh Barthes memiliki banyak makna, sehingga harus seobjektif mungkin untuk dapat memahami tanda tersebut.

4. Komik LINE Webtoon

Webtoon berasal dari perpaduan kata *web* dan *cartoon* yang artinya kartun atau komik yang dapat dinikmati secara online melalui platform yang dapat diakses di website. *Webtoon* merupakan sebuah layanan dimana komik-komik atau *webtoons* yang baru atau telah dirilis secara berfrekuensi yang mengikuti jadwal yang telah ditentukan oleh penulis

³⁶ Alex Sobur. Semiotika Komunikasi, 69

komik (*author*) sebelumnya atau yang sering disebut *webtoonist* (penyebutan dalam pembuat komik di line webtoon) yang telah berlisensi.³⁷

Line Webtoon atau sering dikenal komik manhwa merupakan industri komik yang populer di seluruh dunia, komik online yang berasal dari Korea Selatan seperti *Kakaopage* dan *Tapas* terutama *Line Webtoon* yang mampu bersaing dan mempertahankan popularitasnya di kalangan pembaca dunia dengan melakukan perubahan-perubahan inovasi dalam strategi pemasaran mereka.³⁸

Komik digital, *Line Webtoon* yang merupakan salah satu bentuk dari media baru yang berasal dari Korea, *Line Webtoon* hadir sebagai salah inovasi teknologi baru dalam industri komik. Kim Jun-Koo pemilik Naver Corp yang pada saat itu menyaksikan padamnya industri manhwa pada akhir 1990-an dan awal 2000-an, melihat komik online yakni *LINE Webtoon* sebagai jawaban atau solusi atas penurunan penjualan komik cetak di Korea Selatan saat itu.³⁹

Di Indonesia sendiri webtoon mulai masuk sejak tahun 2015. Jenis komik webtoon mulai diganderungi oleh generasi milenial dan gen z, hal itu karena serbuan budaya Korea yang begitu masif sehingga banyak kalangan muda tertarik membaca komik secara daring.

Selain banyak diminati, dibaca dan diadaptasi. Jenis komik webtoon yang awalnya populer di negara Korea Selatan, lalu mulai naik ke negara lain, termasuk Indonesia. Hal-hal menarik dari komik online webtoon ialah pertama, populer di Korea Selatan. Kedua, karya-karya komik manhwa banyak menjadi sumber inspirasi untuk serial drama dan film-film. Ketiga, memiliki beragam genre. Keempat, dapat dibuat oleh siapa saja.⁴⁰

Sudah menjadi hal yang umum bahwa budaya pop Korea atau *Korean Wave* telah

³⁷ Line Webtoon, Naver. <https://help.naver.com/service/9732/contents/3325?lang=id> (Di Akses 26 Desember 2023).

³⁸ Aprilia, Nadia. "Analisis Perubahan Strategi Pemasaran Line Webtoon Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Komik Digital". Bandung Conference Series: Communication Management <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i2.7220>. Vol. 3 No. 2 (2023), 483-490.

³⁹ Hidayati, Lailatul Fitriyah dan Yunda Presti Ardillas. SPASIALISASI DALAM INDUSTRI KOMIK DIGITAL: INTEGRASI HORIZONTAL DAN VERTIKAL DALAM LINE WEBTOON. Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (KOMASKAM) Vol.3, No. 2 Oktober 2021. 29-41

⁴⁰ Dewi, Salma Permata. 2023. Dengan Judul Artikel ***Webtoon: Populer Dan Memopulerkan***. <https://medium.com/@salma.dewi/webtoon-populer-dan-memopulerkan-cacf5f7fce02>. Dikunjungi Pada Tanggal 07 Januari 2024 Pukul 03.18.

menjadi budaya yang digemari atau diminati oleh banyak masyarakat dunia, dari mulai musik-musiknya K-POP, Drama Korea (drakor) hingga komik manhwa telah banyak diminati oleh kalangan milenial dan generasi post gen Z.

Para penggemar komik ini menamainya “manhwa”, yakni untuk menyebutkan komik ciri khas Korea Selatan seperti halnya karya negara Jepang disebut “manga”. Komik manhwa banyak peminatnya, bahkan hingga berbagai negara diterjemahkan sesuai bahasanya masing-masing.

Komik webtoon menjadi sebuah teknologi terbaru dalam membaca komik, di era perkembangan teknologi komunikasi abad 21 ini. Semua orang aktif dan selalu terhubung dengan internet agar terlihat modern dan meningkatkan status sosial.

Melihat hubungan remaja dengan internet sangat erat, membuat Kim Jun Koo saat itu mulai menciptakan sebuah platform gratis untuk membaca komik dalam bentuk website yang dapat dibaca lewat *smartphone*, laptop atau tablet dimana hal ini merupakan satu langkah yang cerdas.⁴¹

Setelah mengamati perilaku dan gaya anak muda modern, tren bahwa internet menjadi teman berarti bagi kehidupannya anak-anak muda sehingga dibuatlah ide komik *scroll* atau diciptakannya membaca komik dengan teknik bergeser ke bawah, setelah melihat dan mengamati kebiasaan orang-orang bermain *smartphone*.⁴²

Komik Line Webtoon memiliki angin segar bagi komikus, hal itu karena Line Webtoon menjadi wadah bagi para kreator atau *author* dan komikus untuk mengirimkan karya-karyanya sehingga bisa dimuat dan bisa langsung dinikmati oleh pembaca dengan mudah.⁴³

Kreator dan komikus dapat mengirimkan karyanya kepada official komik Line Webtoon, yang nantinya dapat langsung dipublikasikan kepada para pengguna aplikasi webtoon. Walau pun Line Webtoon tidak langsung mengakuisisi karya para author yang karyanya dikirim, karena membutuhkan waktu cukup lama untuk menjadi bagian karya yang diterbitkan langsung oleh Line Webtoon.

⁴¹ Lailatul Fitriyah dan Yunda Presti Ardillas. *SPASIALISASI DALAM INDUSTRI KOMIK DIGITAL: INTEGRASI HORIZONTAL DAN VERTIKAL DALAM LINE WEBTOON.*

⁴² Hidayati, Lailatul Fitriyah dan Yunda Presti Ardillas. *SPASIALISASI DALAM INDUSTRI KOMIK DIGITAL: INTEGRASI HORIZONTAL DAN VERTIKAL DALAM LINE WEBTOON.*

⁴³ Hidayati, Lailatul Fitriyah dan Yunda Presti Ardillas. *SPASIALISASI DALAM INDUSTRI KOMIK DIGITAL: INTEGRASI HORIZONTAL DAN VERTIKAL DALAM LINE WEBTOON.*

Selama belum diterbitkan secara resmi oleh pihak Line Webtoon, maka karya-karya author akan ditempatkan pada kolom kanva yakni sebuah ruang bebas ekspresi untuk para komikus yang karyanya bisa langsung dinikmati oleh pembaca secara gratis.

Selain Line Webtoon, komik webtoon memiliki berbagai jenis platform webtoon lainnya, karena terdapat juga beberapa platform webtoon yang dapat dinikmati oleh para pengguna di Indonesia, seperti Webcomics, MangaToon, Tory Comics, dan sebagainya.⁴⁴ Semua jenis-jenis webtoon itu dapat dinikmati secara gratis dan dapat dibaca oleh siapa pun, selagi masih terhubung dengan internet.

Media yang dipublikasikan secara digital, Line Webtoon memberi kesempatan kepada para author yang kesulitan dalam menerbitkan karyanya, lewat platform-platform webtoon yang terdapat webtoonist baik yang amatiran mau pun yang profesional dapat mengirimkan karyanya sehingga memiliki peluang untuk diterbitkan karyanya secara resmi. Caranya dengan memasarkan karya mereka melalui iklan yang disponsori oleh pihak platform webtoon mau pun banner yang ditempatkan pada halaman depan pada aplikasi platform webtoon.⁴⁵

Media teknologi komunikasi yang memiliki perkembangan cukup pesat, sebagai dampaknya ialah pemanfaatan komik webtoon sebagai gaya baru dalam membaca komik online. Pemanfaat komik tidak hanya sebatas menikmati karya-karya author yang diterbitkan dalam aplikasi webtoon namun bisa juga membuat penggunaan webtoon dapat memanfaatkan dalam berbagai bidang, seperti mengemas nilai-nilai secara efektif dan hiburan.⁴⁶

Webtoon menciptakan fenomena menarik dan unik, yakni fenomena transkreasi. Transkreasi dalam arti, bahwa pembaca dengan bebas membuat ulang suatu karya dengan penerjemahan dan penafsiran masing-masing dan karya tersebut dapat dirilis pada platform resmi, termasuk platform di mana karya aslinya dimuat.⁴⁷

Banyak para komikus dalam memanfaatkan peluang tersebut, bagi mereka yang tidak pandai dalam desain grafis dan desain visual namun tetap bisa berkarya dengan cara

⁴⁴ Hanum, Ratu Su'ud & Firman Kurniawan. *Pemanfaatan Webtoon sebagai Media Adaptasi dari Komik Cetak. CoverAge*, Vol. 14, No. 1, September 2023.

⁴⁵ Ratu Su'ud Hanum & Firman Kurniawan. *Pemanfaatan Webtoon sebagai Media Adaptasi dari Komik Cetak.*

⁴⁶ Ratu Su'ud Hanum & Firman Kurniawan. *Pemanfaatan Webtoon sebagai Media Adaptasi dari Komik Cetak.*

⁴⁷ Ratu Su'ud Hanum & Firman Kurniawan. *Pemanfaatan Webtoon sebagai Media Adaptasi dari Komik Cetak*

menerjemahkan karya orang lain dengan menyebutkan sumbernya. Hal itu karena untuk mempermudah pengguna dalam membaca komik Line Webtoon di setiap negara yang bahasanya berbeda.

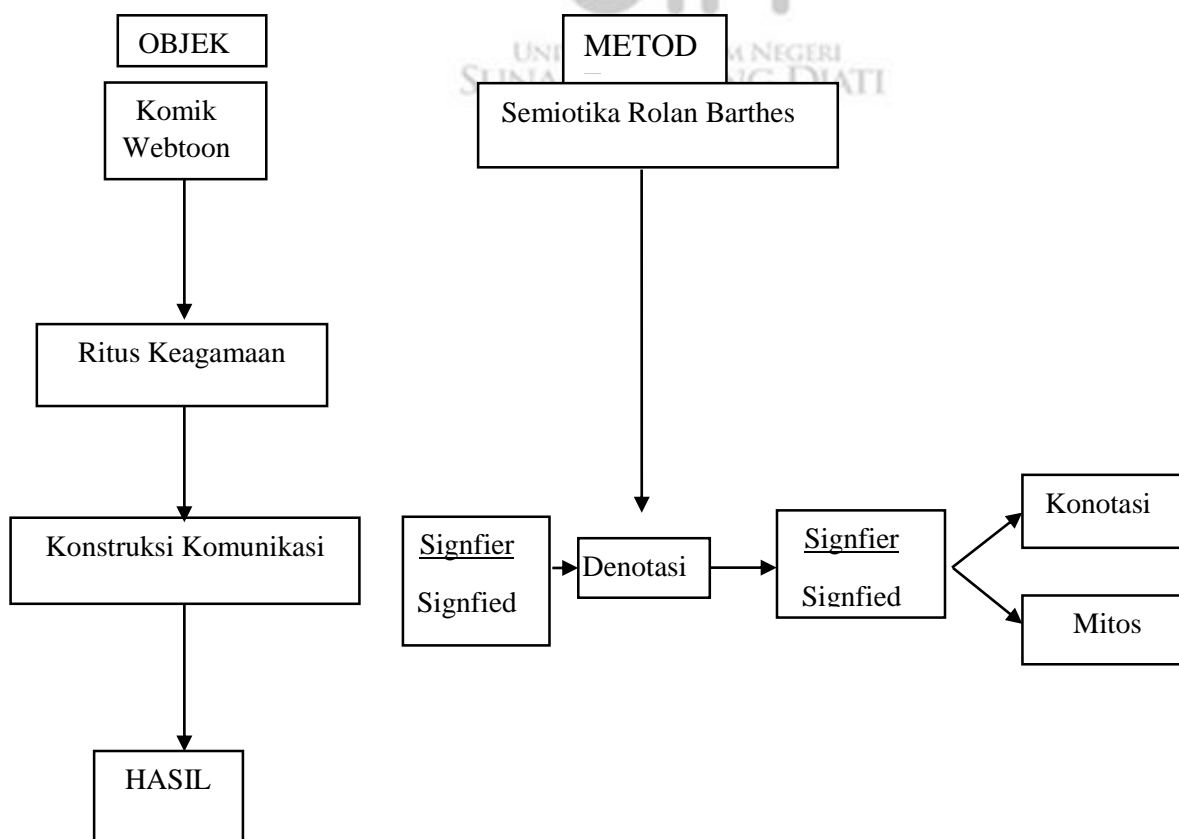
Komik webtoon target pasarnya ialah pemuda, sehingga berbagai genre dibuatnya agar pengguna bebas memilih komik kesukaannya. Komik-komik webtoon karena target pasarnya pemuda maka konsepnya pun sangat tidak biasa, dimulai dari tampilannya yang menarik dan didukung efek suara yang menyertainya.

Membaca komik saat ini jauh lebih mudah dan lebih riil misalnya genre horor yang didukung dengan efek suara, seakan-akan pembaca sedang berada dalam keadaan seperti melihat hantu sungguhan dalam dunia nyata padahal masih dalam komik dan hal itu membuat pembaca berkesan horor yang seakan nyata.

Bahkan bukan hanya didukung efek suara yang membuat gambar semakin hidup, beberapa komik menggunakan mengubah gambarnya dari 2D menjadi 3D. Gambar komik pada Line Webtoon sudah sangat hidup dan dengan juga dengan adanya bantuan AI gambar sudah bisa bergerak sendiri.

Pengalaman membaca komik webtoon sangat menarik, penggunaan visual warna dan efek suara yang membuat gambar cerita lebih hidup serta adanya gambar 3D membuat komik webtoon semakin menarik.

Dengan demikian, alur berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut ini:



F. Hasil Penelitian Terdahulu

GAMBAR 1. 2 KERANGKA PEMIKIRAN

Penelitian terdahulu bertujuan untuk melihat informasi yang berkenaan dengan penelitian yang sedang diteliti. Penelitian relevan ini sebagai tolak ukur antara persamaan dan perbedaan karena hal itu untuk mendapatkan novelty atau kebaruan dari penelitian yang sedang dilakukan yang berhubungan dengan ritus keagamaan di new media seperti platform online komik webtoon.

Penelitian terdahulu juga harus relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, sehingga data tidak hanya disajikan dalam bentuk penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tetapi data yang berhubungan dengan penelitian sekarang.

Penelitian pertama dilakukan oleh **Nikmah Lubis** dengan Judul *Komik Dakwah dan Budaya Populer: Perubahan Narasi Islam*.

Hasil penelitiannya, dalam penelitian ini peneliti berusaha membuat model penyampaian pesan dakwah dengan melihat fenomena dakwah konservatif di Line Webtoon. Fokus penelitian ini pada komik-komik Islami yang lahir sebagai bentuk adaptasi budaya populer yang kemudian dikemas menjadi media dakwah dalam bentuk dan narasi yang jauh berbeda dengan komik Islam awal yakni narasi kehidupan di akhirat, bertemakan kepahlawanan dan kehidupan adat Jawa. Inti dari penelitian ini ingin menyampaikan model-model dakwah baru di era digital, yang pertama model dakwah normatif dengan konsep *rewards and punishment*. Yang kedua, model dakwah naratif yakni berupa nasihat-nasihat kepada kebaikan.

Persamaan penelitian: Persamaan dalam penelitian ini, objek penelitiannya serial komik digital yakni Line Webtoon. Bahwasannya baik penelitian terdahulu dengan yang sekarang sama-sama objek penelitiannya komik Line Webtoon dengan mengangkat fenomena sosial yakni dakwah.

Perbedaan Penelitian: Perbedaan penelitian yang sekarang dengan terdahulu, terletak pada fokus kajian terdahulu pada model-model dakwah, sedangkan penelitian sekarang lebih tendensi terhadap konten dakwah dijadikan komoditi sehingga nilai-nilai peribadatan yang semula mengandung sakralitas dan mendapatkan pahala dalam menjalani ibadah bergeser pada aktifitas biasa layaknya kehidupan sehari-hari yang bisa dibercandakan, dibuat menarik dan tampak lucu. Sehingga konten ritual keagamaan atau ibadah menjadi salah satu faktor

untuk menarik perhatian, untuk dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku seorang pengguna (user) sosial media.

Penelitian kedua, **Patricia Nur Ikawaty Maflani** dengan Judul tesis : *Maskulinitas dan Feminitas dalam Komik Digital Line Webtoon Indonesai yang Bergenre Fantasi*.

Hasil penelitiannya dalam hal ini, peneliti fokus penelitiannya pada bagaimana menganalisis *authors* atau penulis komik dalam menampilkan maskulinitas dan feminitas di komik Line Webtoon, sehingga dari penelitian ini dapat diketahui, yang pertama bahwa webtoon bergenre fantasi apakah lebih condong kepada fluiditas gender atau masih mempertahankan konstruksi gender tradisional. Kedua, menganalisis ideologi di balik maskulinitas dan feminitas yang ditampilkan.

Persaman penelitian: Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah semiotika Rolan Barthes. Persamaan dalam penelitian ini, sama-sama menganalisis konten dengan pendekatan atau perspektif ilmu komunikasi.

Perbedaan Penelitian: Perbedaan dalam penelitian yang sekarang dengan terdahulu, bahwa penelitian sekarang lebih kepada kajian fenomena dakwah yang disampaikan lewat media sosial dan menganalisis bagaimana para pengguna atau pembaca lebih tertarik dalam menikmati konten bernuansa agama serta faktor apa saja yang mempengaruhi minat baca pengguna terhadap isu agama.

Penelitian ketiga, karya **Gagas Nir Galing** berjudul “Adaptasi Cerita Rakyat Dalam Industri Webtoon: Studi Multi Kasus Webtoon “7 Wonders” Karya Metalu Dan “Dedes” Karya Egestigi”.

Hasil penelitiannya, peneliti dalam penelitiannya fokus pada proses pengaryaan suatu produk Line Webtoon, di mana produk komik tersebut merupakan hasil dari adaptasi cerita rakyat. Maka, dalam hal ini industri Line Webtoon memiliki peran aktif dalam proses pengaryaan komik Line Webtoon, yang kemudian berdampak pada produk adaptasi yang dihasilkan.

Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa webtoonist tidak hanya seorang adapter dan author Line Webtoon, juga sebagai pelaku industri komik itu sendiri. Kemudian, dikarenakan penelitian ini mengkaji tokoh-tokoh yang terdapat dalam Line Webtoon, maka variasi dari tokoh-tokoh adaptasi memiliki hubungan erat dengan industri komik Line Webtoon.

Persaman penelitian, pada dasarnya penelitian sekarang dengan terdahulu sama-sama objek penelitiannya Line Webtoon, dengan mengkaji fenomena sosial yang diadaptasi kedalam visualisasi media sehingga tampak menarik fenomena tersebut dan berusaha menghilangkan nilai-nilai kesakralan dari fenomena tersebut menjadi hal yang profan. Hal itu karena untuk memenuhi kebutuhan industri komik Line Webtoon semata.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang, terletak pada fokus kajiannya. Penelitian terdahulu meneliti fenomena adaptasi tokoh-tokoh cerita rakyat dalam komik, sedangkan penelitian sekarang fokus kajiannya pada ritual keagamaan Islam yang divisualkan dalam komik webtoon.

Maka, komik webtoon dalam hal ini berusaha menyampaikan aktivitas keagamaan Islam yang dikemas dalam serial komik kompilasi khusus edisi ramadan. Dengan metode semiotik penelitian sekarang berusaha menemukan makna-makna dalam setiap gambar yang menunjukkan jenis-jenis ritual keagamaan, yakni ritual agama Islam.

Penelitian keempat, **Desi Wahana** “Analisis Terjemahan Tuturan yang Digunakan dalam Peristiwa Tegur Marah pada Webtoon Terjemahan “Flawless” (Pendekatan Pragmatik)”.

Hasil penelitiannya, bahwa peneliti dalam fokus kajiannya meneliti tentang proses menentukan jenis-jenis tindak tutur dalam Line Webtoon, dalam hal ini fenomena yang diungkap ialah peristiwa tindakan tutur marah pada Line Webtoon tersebut. Hasilnya peneliti menemukan bahwa terdapat tiga jenis tutur marah yang terdapat dalam webtoon terjemahan “Flawless” tersebut. Tiga jenis tutur marah itu terdiri dari : tutur ekspresif, tutur asertif dan tutur direktif.

Persaman penelitian, dalam hal kesamaan penelitian terdahulu dan sekarang objek penelitiannya yakni Line Webtoon. Bahwasannya, Line Webtoon dijadikan sebagai media yang dapat memvisualisasikan ekspresi dari sebuah fenomena kehidupan. Ekspresi pengalaman hidup seseorang mampu divisualisasikan lewat Line Webtoon, sehingga tidak hanya memiliki arti dalam sebuah karya namun mengandung makna dan filosofi dalam setiap gambar atau visual yang dibuat oleh *author*.

Perbedaan Penelitian, pada dasarnya penelitian terdahulu dengan yang sekarang perbedaannya terletak pada metode dan fokus kajiannya. Penelitian terdahulu fokus kajiannya pada bidang penerjemahan dengan fokus penelitiannya tindak tutur marah, sedangkan yang

peneliti lakukan sekarang yakni meneliti fenomena ritus keagamaan Islam dalam komik kompilasi pada Line Webtoon.

Penelitian kelima, **Aulia Ika Atika** “Pengembangan Media Pembelajaran Menulis Drama Dengan Webtoon Di Kelas VIII SMP”.

Hasil penelitiannya, bahwa penelitiannya ini peneliti mendeskripsikan tentang pengembangan kelayakan dan keefektivitasan media Line Webtoon yang dijadikan sebagai media pembelajaran dalam menulis drama.

Hasilnya bahwa pengembangan media pembelajaran dalam menulis drama dengan menggunakan media Line Webtoon memiliki karakteristik dan juga Line Webtoon layak untuk dijadikan sebagai media pembelajaran. Artinya, bahwa Line Webtoon sangat efektif untuk digunakan dalam pembelajaran di kelas.

Persaman penelitian, pada dasarnya penelitian terdahulu dengan sekarang sama-sama objek penelitiannya yakni webtoon, di mana webtoon mampu dijadikan sebagai media dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi dalam realitas keseharian seperti ruang kelas mau pun ruang medai sosial.

Kekuatan Line Webtoon dalam hal visualisasi sebuah fenomena mampu menarik banyak kalangan terutama kalangan muda yang tertarik pada budaya Korea atau Korean Wave. Sehingga, Line Webtoon dapat dijadikan sebagai media pembelajaran, dakwah, kritik sosial mau pun penyebaran budaya.

Perbedaan penelitian terletak pada, fokus kajiannya di mana penelitian terdahulu fokus kajiannya tentang pengembangan media pembelajaran, sedangkan penelitian sekarang fokus pada makna konstruksi ritus keagamaan Islam dalam webtoon. Bahwa ritus keagamaan yang divisualisaikan oleh Line Webtoon tidak benar-benar ditampilkan dengan apa adanya, namun karena di dalamnya telah mengalami komodifikasi nilai-nilai keagamaan sehingga bergeser pada nilai sakral ke nilai profan.

Penelitian keenam, **Hilman Ahdi Bhaskara** “PERKEMBANGAN VISUAL KOMIK DAKWAH ISLAM INDONESIA PERIODE 2015 – 2020”

Hasil penelitiannya, dalam penelitiannya peneliti menyatakan bahwa perkembangan komik dakwah Islam di Indonesia selama periode 2015-2020 sangat pesat perkembangannya dan juga mendeskripsikan faktor-faktor yang mendorong pesatnya perkembangan komik dakwah tersebut.

Persaman penelitian, dalam hal ini kesamaan terletak pada kajian komik dakwah, di mana pada konsepnya sama-sama mengkaji fenomena komik dakwah yang Islami. Komik dakwah yang memuat pesan-pesan keagamaan Islam, tradisi sosial budaya Islam dan ekspresi keagamaan Islam.

Perbedaan Penelitian, pada dasarnya objek penelitian dan metode yang digunakan berbeda. Penelitian terdahulu objek penelitiannya bukan komik Line Webtoon sedangkan penelitian sekarang menggunakan komik Line Webtoon. Kemudian pada metode yang digunakan pun berbeda, penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif deskriptif sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode semiotik.

