

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI ATAS ATRIBUT PRODUK  
TERHADAP NIAT BELI KOMIK INDONESIA



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Andy Kurniawan

2013120044

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN - PT  
No. 227/SK/BAN-PT/Ak - XVI/S/XI/2013)  
BANDUNG  
2017

THE ANALYSIS OF PERCEPTION INFLUENCE OF PRODUCT  
ATTRIBUTE ON PURCHASE INTENTION OF COMIC  
INDONESIAN



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete the requirements  
To obtain Bachelor Degree in Economics

By

Andy Kurniawan

2013120044

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
ECONOMICS FACULTY

MANAGEMENT DEPARTMENT

(Accredited based on the Degree of BAN - PT  
No. 227/SK/BAN-PT/Ak - XVI/S/XI/2013)

BANDUNG

2017

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Analisis Pengaruh Persepsi atas Atribut Produk terhadap Niat Beli Komik Indonesia

Oleh

Andy Kurniawan

2013120044



PERSETUJUAN DRAF SKRIPSI

Bandung, April 2017

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.si

Pembimbing,

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

Ko Pembimbing,

Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Andy Kurniawan

Tempat, tanggal lahir : 17 Mei 1995

Nomor Pokok : 2013120044

Program studi : Manajemen

Jenis naskah : Skripsi

### JUDUL

“Analisis Pengaruh Persepsi atas Atribut Produk terhadap Niat Beli Komik  
Indonesia”



dengan,

Pembimbing : Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

Ko Pembimbing : Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng

### SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : April 2017

Pembuat pernyataan :

Pasal 25 Ayat (2) UU. No 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademi, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.



(Andy Kurniawan)

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi ternyata sangat dibutuhkan juga dalam bidang komunikasi, khususnya dalam industri penerbitan buku. Dewasa ini, salah satu jenis buku yang laris dipasarkan adalah buku komik. Kini, industri buku komik di Indonesia pun sangat ramai, di mana sudah hampir di semua toko buku di kota-kota besar menjual berbagai jenis komik. Namun, hal yang cukup memprihatinkan adalah bahwa sebagian besar komik yang dijual di toko buku tersebut adalah komik terjemahan, terutama manga (sebutan untuk komik buatan Jepang), dan bukan komik asli buatan komikus Indonesia seperti Gundala, Wayang, atau pun komik Indonesia modern yaitu Tawur dan Re On. Masalah yang sering dihadapi dalam persaingan antara komik lokal dan komik asing terjemahan adalah komik Indonesia tidak memiliki keunggulan bersaing, serta masih kurangnya kualitas komik Indonesia, terutama dalam bagian atribut-atribut produknya.

Atribut produk merupakan sesuatu yang dianggap penting oleh konsumen sehingga harus mempunyai daya tarik. Atribut-atribut produk dari komik dapat berupa jumlah sekuel cerita, tingkat kemenarikan cerita hasil karangan pengarang asli Indonesia, panjang cerita, tingkat kemenarikan karakter yang dibuat, harga dari komik, penerbit, tingkat kebagusan gambar yang dibuat, dan juga tingkat kebagusan dalam pewarnaan komik Indonesia. Atribut produk ini dapat memengaruhi persepsi konsumen dan akhirnya dapat menimbulkan sikap. Di samping itu, sikap seseorang juga dapat dilihat dari niat beli.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penulis mencoba menggambarkan dan menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan masalah yang dibahas. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui dengan baik komik terjemahan dan komik Indonesia, serta orang-orang yang mempunyai persepsi mengenai komik Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan *judgement sampling*, yang artinya pengambilan sampel menggunakan syarat yang harus dipenuhi. Syarat tersebut adalah orang-orang yang pernah membaca komik terjemahan dan komik Indonesia, enggan membeli komik Indonesia, serta mengetahui dengan baik komik Indonesia dan komik terjemahan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel persepsi konsumen tentang komik Indonesia terhadap niat beli komik Indonesia. Uji statistik yang digunakan adalah *simple regresi*.

Hasil penelitian ini adalah produk atribut komik Indonesia memiliki pengaruh terhadap niat beli komik Indonesia. Dari penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh produk atribut komik Indonesia terhadap niat beli komik Indonesia adalah sebesar 34,6%.

*Keyword:* Produk Atribut, Komik Indonesia, Niat Beli

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi atas Atribut Produk terhadap Niat Beli Komik Indonesia”.

Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Universitas Katolik Parahyangan. Dasar penyusunan laporan ini adalah untuk membantu para penulis komik Indonesia mengetahui produk atribut yang baik dan disukai oleh para pembaca komik Indonesia di Indonesia.

Terselesainya laporan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang penulis hormati:

1. Orang tua, kakak, dan adik penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan bagi penulis
2. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.si selaku Ketua Prodi Jurusan S1 Manajemen
3. Bapa Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatian untuk memberikan arahan, saran, kritik, dan masukan bagi penulis
4. Bapa Ivan Prasetya, SE., MSM., M.Eng selaku co pembimbing yang selalu mengarahkan dan membimbing penulis dalam berbagai hal, terutama dalam proses pengerjaan skripsi.
5. Ibu Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku dosen wali penulis
6. Segenap dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan perkuliahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan
7. Seluruh staf tata usaha dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan atas semua bantuan yang telah diberikan
8. Grace Yanli Agnestia sebagai pacar yang selalu mendukung, memberikan semangat, membantu dalam penyusunan skripsi, mengingatkan untuk selalu menjaga kesehatan, dan tidak pernah berhenti mendoakan

9. Octavianus Kevin dan Joshua Yudistira Sjamsudin yang selalu menghibur dan mengajak bermain ketika sedang dalam kondisi terpuruk maupun sedih dan pusing selama proses pengerjaan skripsi ini.
10. Steven Harliman yang membantu dalam membuat judul skripsi terutama dalam bahasa inggris.
11. Samuel Michael, Agustinus Ryan, Handy Andriyas, Gerardus Herlangga Himawan, Tirza Agustyaningsih sebagai teman-teman terbaik yang selalu menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis
12. Yogi Kesuma Setiady, Ardy Hendrian Saputra, William Kangdinata, Brahma Wirawan, Stefanus Richard, Willy Huang sebagai teman-teman seperjuangan dalam perkuliahan, menghibur dan memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi.
13. Seluruh responden wawancara dan juga kuesioner yang telah membantu melengkapi data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para investor serta bagi seluruh pihak yang membaca laporan penelitian ini. Adapun laporan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis selalu terbuka terhadap kritik dan saran dari semua pihak.

Bandung, 25 April 2017,

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Kerangka Pemikiran .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1. Produk .....	9
2.2. Buku .....	9
2.2.1. Komik / Manga .....	11
2.3. Atribut Produk .....	11
2.3.1. Pengertian Atribut Produk .....	11
2.3.2. Indikator Atribut Produk .....	13
2.4. Persepsi .....	16
2.5. Niat Beli .....	16
2.6. Pengaruh Atribut Produk terhadap Niat Beli .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	19
3.1. Metode dan Jenis Penelitian .....	19
3.2. Populasi dan Sampel .....	19
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.4. Operasional Variabel .....	20
3.4.1. Penjelasan Operasional Variabel .....	21
3.5. Pengukuran Variabel .....	26
3.6. Uji Validitas .....	26
3.6.1. Produk Atribut .....	27
3.6.2. Niat Beli .....	30
3.7. Uji Reliabilitas .....	32
3.7.1. <i>Consistency</i> .....	32

3.7.2. Analisis Hasil Uji Reliabilitas.....	33
3.8. Teknik Analisis Data.....	35
3.9. Objek Penelitian.....	35
3.10. Profil Responden.....	36
3.10.1. Profile Responden Kuesioner .....	36
3.10.1.1. Profil Responden Membaca Buku Komik dalam 3 Bulan Terakhir.....	36
3.10.1.2. Profil Responden Meminjam Buku Komik dalam 1 Bulan Terakhir.....	37
3.10.1.3. Profil Responden Membeli Buku Komik dalam 1 Bulan Terakhir.....	38
3.10.1.4. Profil Responden Jumlah Jam Membaca Setiap Minggu .....	38
3.10.1.5. Profil Responden Jenis Buku yang Paling Sering Dibaca .....	39
3.10.2. Profil Responden Wawancara Mendalam.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1. Analisis Kualitatif Atribut yang Dapat Menarik Pembaca untuk Membeli Komik Indonesia .....	42
4.2. Analisis Jawaban Kuesioner .....	63
4.2.1. Item Pertanyaan Sekuel Cerita.....	63
4.2.2. Item Pertanyaan Cerita Hasil Karangan.....	64
4.2.3. Item Pertanyaan Gambar .....	65
4.2.4. Item Pertanyaan Pewarnaan.....	67
4.2.5. Item Pertanyaan Harga.....	68
4.2.6. Item Pertanyaan Karakter .....	70
4.2.7. Item Pertanyaan Panjang Cerita.....	71
4.2.8. Item Pertanyaan Penerbit .....	73
4.2.9. Item Pertanyaan Sekuel Cerita.....	74
4.2.10. Item Pertanyaan Harga.....	76
4.2.11. Item Pertanyaan Karakter .....	77
4.2.12. Item Pertanyaan Cerita Hasil Karangan.....	78
4.2.13. Item Pertanyaan Mendapat Informasi Langsung Beli .....	80
4.2.14. Item Pertanyaan Mencari Tahu Lebih Lanjut .....	81
4.2.15. Item Pertanyaan Komik Indonesia Lebih Menarik.....	83
4.2.16. Item Pertanyaan Ingin Membeli Komik Indonesia.....	84
4.3. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik .....	85
4.3.1. Uji Normalitas.....	85

4.4. Hasil Uji Hipotesis .....	87
4.4. Uji <i>F-Test</i> dan <i>T-Test</i> .....	87
4.4.1. Uji <i>F-Test</i> .....	88
4.4.2. Uji <i>T-Test</i> .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>90</b>
5.1. Kesimpulan .....	90
5.2. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>96</b>
Lampiran 1. Kuesioner.....	96
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner.....	100
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	111
Responden 1. Nazly Bintang Marco (PA) .....	111
Responden 2. Stefani Ratu Lestariningsih (PB) .....	125
Responden 3. Rengga (PC).....	132
Responden 4. Andreas Jonathan (PD) .....	134
Lampiran Gambar .....	139

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Indikator Jurnal .....	13
Tabel 2.2. Niat Beli .....	17
Tabel 2.3. Pegaaruh Atribut Produk terhadap Niat Beli .....	18
Tabel 3.1. Operasional Variabel dan Daftar Pertanyaan Wawancara .....	22
Tabel 3.2. Produk Atribut KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Faktor Analisis .....	27
Tabel 3.3. Produk Atribut <i>Anti Image</i> Faktor Analisis .....	27
Tabel 3.4. Produk Atribut <i>Variance</i> Faktor Analisis .....	28
Tabel 3.5. Produk Atribut <i>Communalities</i> Faktor Analisis.....	28
Tabel 3.6. Produk Atribut <i>Component Matrix</i> Faktor Analisis.....	29
Tabel 3.7. Niat Beli KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Faktor Analisis.....	30
Tabel 3.8. Niat Beli <i>Anti Image</i> Faktor Analisis.....	30
Tabel 3.9. Niat Beli <i>Variance</i> Faktor Analisis .....	31
Tabel 3.10. Niat Beli <i>Communalities</i> Faktor Analisis .....	31
Tabel 3.11. Niat Beli <i>Component Matrix</i> Faktor Analisis .....	32
Tabel 3.12. Uji Reliabilitas Total Produk Atribut Menggunakan <i>Cronbach Alpha</i> ..	33
Tabel 3.13. Uji Reliabilitas Produk Atribut Setiap Item Menggunakan <i>Cronbach Alpha</i> .....	33
Tabel 3.14. Uji Reliabilitas Total Niat Beli Menggunakan <i>Cronbach Alpha</i> .....	34
Tabel 3.15. Uji Reliabilitas Niat Beli Setiap Item Menggunakan <i>Cronbach Alpha</i> ..	35
Tabel 3.16. Jumlah Buku yang Dibaca dalam 3 Bulan Terakhir .....	36
Tabel 3.17. Jumlah Buku yang Dipinjam dalam 1 Bulan Terakhir .....	37
Tabel 3.18. Jumlah Buku yang Dibeli dalam 1 Bulan Terakhir.....	38
Tabel 3.19. Jumlah Buku yang Dibaca dalam Waktu 1 Minggu .....	39
Tabel 3.20. Urutan Pertama Buku yang Dibaca.....	39
Tabel 3.21. Urutan Kedua Buku yang Dibaca .....	40
Tabel 4.1. Hasil Wawancara dengan Responden yang Ahli di Bidang Komik .....	43
Tabel 4.2. Persepsi atas Sekuel Cerita Komik Indonesia.....	63
Tabel 4.3. Persepsi atas Cerita Hasil Karangan Komik Indonesia.....	64
Tabel 4.4. Persepsi atas Gambar Komik Indonesia.....	66
Tabel 4.5. Persepsi atas Pewarnaan Komik Indonesia .....	67
Tabel 4.6. Persepsi atas Harga Komik Indonesia.....	68
Tabel 4.7. Persepsi atas Karakter Komik Indonesia .....	70
Tabel 4.8. Persepsi atas Panjang Cerita Komik Indonesia.....	71
Tabel 4.9. Persepsi atas Penerbit Komik Indonesia .....	73
Tabel 4.10. Persepsi atas Sekuel Cerita Komik Indonesia 2.....	75
Tabel 4.11. Persepsi atas Harga Komik Indonesia 2.....	76
Tabel 4.12. Persepsi atas Karakter Komik Indonesia 2 .....	77
Tabel 4.13. Persepsi atas Cerita Hasil Karangan Komikus Indonesia 2 .....	79
Tabel 4.14. Kecenderungan Jawaban Mendapat Informasi Langsung Beli.....	80
Tabel 4.15. Kecenderungan Jawaban Mencari Tahu Lebih Lanjut .....	82

Tabel 4.16 Kecenderungan Jawaban Komik Indonesia Lebih Menarik .....	83
Tabel 4.17 Kecenderungan Jawaban Ingin Membeli Komik Indonesia .....	84
Tabel 4.18. Hasil Perhitungan Sempel Regresi .....	87
Tabel 4.19. Uji <i>F-Test</i> .....	88
Tabel 4.20. Uji <i>T-Test</i> .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Contoh Penjualan Komik <i>Re On</i> .....	4
Gambar 1.2 Model Penelitian .....	8
Gambar 4.1. Mind Map Analisa Kualitatif .....	59
Gambar 4.2. <i>Histogram</i> Uji Normalitas .....	86
Gambar 4. 3. <i>P-Plot</i> Uji Normalitas.....	86

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi saat ini sangat dibutuhkan dalam bidang komunikasi, khususnya adalah perusahaan penerbitan buku. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor yang mendorong pentingnya teknologi komunikasi, faktor-faktor tersebut adalah banyak orang yang ingin mengekspresikan diri mereka melalui tulisan maupun gambar. Karena hal-hal tersebut industri penerbitan buku yang didukung permodalan yang kuat dan memadai akan dapat bertahan dan berkembang. Salah satu yang laris di pasaran adalah buku komik. Dalam hal ini, buku komik memang dijadikan sebagai sarana bagi orang-orang untuk sekedar mengisi waktu luang ataupun alat hiburan bagi sebagian orang bahkan ada sebagian orang yang cenderung membeli dan mengoleksinya. Namun bukan hanya sekedar sarana penghibur dan pengisi waktu luang saja, komik juga digunakan oleh komikus untuk menyampaikan apa yang ada di dalam pikiran dan pesan yang ingin disampaikan oleh komikus kepada banyak orang.

Kini industri komik di Indonesia pun sangat ramai, bahkan hampir sampai di semua toko buku di kota-kota banyak menjual berbagai jenis komik. Namun, sebagian besar komik yang dijual di toko buku tersebut adalah komik-komik asing terjemahan terutama manga (istilah lain untuk komik-komik Jepang), bukan komik asli Indonesia yang saat ini sudah banyak terbit seperti Tawur, dan lain-lain. Sebenarnya sejak dahulu konsumen komik di Indonesia cukup banyak, bahkan seiring dengan perjalanannya komik-komik yang pernah hadir di Indonesia mempunyai komunitas penggemarnya sendiri. Contoh yang paling mudah ditemukan di sekitar adalah komunitas di kampus. Pada tahun 50-an hingga 60-an komik-komik lokal cukup mendominasi pasar komik Indonesia dan pada waktu itu terdapat empat jenis komik yaitu wayang, silat, humor dan remaja. Empat komik tersebut pun dijadikan alat representatif untuk menampilkan realitas sosial dan nilai-nilai moralitas masyarakat pada saat itu oleh para komikus. Kemudian memasuki tahun 70-an sampai 80-an mulai masuk komik terjemahan barat (Eropa dan Amerika),

misalnya *Lucky Luke*, *Asterix*, *Donald Duck*, dan lain lain. Namun sejak 90-an komik terjemahan dari Jepang atau Manga yang mendominasi pasar komik Indonesia sampai saat ini.

Para ahli menyetujui bahwa komik sudah ada sejak tahun 1837, karena pada tahun ini terbitlah komik pertama dengan judul *Les Amours de Mr. Vieux Bois* yang dibuat oleh Rudolphe Topffer. Akhirnya Rudolphe Topffer dikenal sebagai Bapak Komik Modern karena telah mengenalkan konsep batas panel dalam komik sekaligus mengkombinasikan antara gambar dan kata-kata. Padahal sebenarnya Rudolphe Topffer tidak bermaksud untuk mempublikasikannya tetapi hanya untuk dibaca oleh teman-teman terdekatnya saja. Sejak saat itulah komik menjadi berkembang hingga sekarang, yang awalnya hanya untuk teman terdekat saja menjadi industri yang besar dan menguntungkan. Hal tersebut bisa dilihat dari Marvel Comic dan DC Comic. Tokoh-tokoh komiknya dilayarlebarkan, kemudian dibuatkan serial televisinya, juga mainan dan pernak-pernik lainnya untuk dikoleksi para penggemar.

Pada tahun 1711 manga pertama dibuat oleh Suzuki Kankei dengan judul *Mankaku Zuihitsu*, pada tahun 1798 Santo Kyoden menerbitkan *Shinjo no Yukikai* dan pada tahun 1814 Aikawa Minwa menyusul senior mereka dengan menerbitkan manga miliknya yang berjudul *Hyakujo*. Pada awalnya komik di Jepang mendapat pengaruh gaya Amerika, seperti komik-komik karya Osamu Tezuka yang bergaya Walt Disney. Osamu Tezuka sendiri adalah orang yang paling berpengaruh terhadap perkembangan manga di Jepang, beberapa muridnya antara lain adalah Shotaro Ishinomori dan Fujiko Fujio. Baru semenjak usai perang dunia ke-2, manga mulai memperlihatkan ciri khasnya. Ciri khas itu meliputi karakter wajah dan pencitraan, seperti mata yang besar, raut wajah halus, pipi bulat, hidung sempit dan bibir tipis. Salah seorang yang memelopori perkembangan manga ini adalah Fujiko Fujio. Sebelumnya lembaran komik hanya terdiri atas 4 kotak gambar, lalu kemudian para mangaka berusaha membuat kesan gambarnya bergerak dengan membuat hingga 10 kotak gambar dalam 1 lembar manga. Manga sangat berperan besar dalam mendorong industri komik, tetapi saat ini manga sedang mengalami tantangan baru dan mengalami penurunan pertumbuhan dan semakin banyaknya pesaing di industri ini. (Porter, 1998)

Komik di Indonesia memiliki sejarah yang panjang, bahkan sudah ada sejak jaman Kolonial Belanda. Pada tahun 1970-1980 banyak karakter superhero yang diciptakan pada komik lokal Indonesia, salah satunya adalah Gundala Putra Petir. Tetapi mulai tahun 1990, dunia perkomikan Indonesia tampak beralih dari peredaran karena masuknya komik terjemahan terutama komik Jepang atau biasa disebut *manga*. *Manga* yang masuk ke dalam pasar komik Indonesia pada awal tahun 1990an adalah *Akira* dan *CandyCandy*. Kemudian pada tahun 1991 komik *Doraemon* pertama kali terbit di Indonesia dan disusul dengan komik *Dragon Ball* pada tahun 1992. Mulai masuknya *manga* ke dalam industri dituding sebagai salah satu alasan kemunduran dari industri komik asli Indonesia. Namun ada juga beberapa yang menganggap bahwa masuknya *manga* ke dalam Indonesia merupakan sesuatu hal yang memperkaya kreatifitas komikus Indonesia.

Saat ini, hal yang cukup memprihatinkan adalah bahwa komik-komik lokal yang dulu sempat berjaya sekarang menjadi barang yang langka dan sulit ditemui. Banyak komikus yang membuat komik-komik lokal yang mirip dengan komik asing terutama *Manga* (komik-komik Jepang). Hal ini menunjukkan seolah-olah komikus Indonesia tidak memiliki identitas diri sebagai komikus Indonesia. Sebenarnya kisaran harga komik terjemahan dan komik lokal memiliki harga yang tidak berbeda jauh dengan kisaran harga Rp.20.000,00 – Rp.30.000,00. Namun komik terjemahan memiliki beberapa kelebihan dibandingkan komik lokal sesuai dengan hasil *preliminary* yang telah dilakukan, yaitu gambar yang bagus, alur cerita yang lebih menarik, karakter, cerita yang lebih panjang, sekuel cerita yang lebih banyak, dan juga pewarnaan yang lebih menarik. Di samping itu untuk memproduksi komik terjemahan, penerbit cukup membeli pelat halaman komik dari luar negeri (yang memang cukup mudah didapat di ajang transaksi bisnis komik di *Bologna Book Fair and Frankfurt Book Fair*) kemudian tinggal diterjemahkan dan dicetak untuk dijual di dalam negeri. Sedangkan biaya untuk membuat komik lokal tergolong cukup mahal karena produksinya menggunakan mesin yang sedikit (padat karya), dan berbeda jauh dengan Jepang ataupun Hongkong. Teknis penampilan dan ide cerita komik lokal pun masih lemah. Tetapi kesalahan tersebut tidak ditujukan kepada para komikus saja. Pergeseran budaya kebarat-baratan dan kejepang-jepangan berpengaruh kuat terhadap gaya hidup generasi muda Indonesia saat ini. Oleh karena itu, selera konsumen Indonesia

(terutama anak muda dan anak-anak) pun lebih mengarah pada komik-komik terjemahan baik dari Barat maupun Jepang. Hal tersebut menyebabkan pertimbangan bisnis yang ikut memberikan peluang bagi komik terjemahan untuk meramaikan pasar komik Indonesia.

Salah satu penjualan komik Indonesia (*Me vs Big Slacker Baby*) yang dinaungi oleh Re On hanya terjual sebanyak 48.603 buku. Hal tersebut berbanding terbalik dengan komik Jepang (*manga*) yang baru terbit di tahun 2016 yaitu *Attack On Titan*, *Attack On Titan* terjual sebanyak 200.000 buku di Indonesia. ([www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com))

**Gambar 1.1.**  
**Contoh Penjualan Komik *Re On***



Sumber: <http://www.reoncomics.com/>

Berdasarkan gejala di atas, maka dilakukan studi pendahuluan yaitu wawancara kepada 20 orang yang pernah membaca komik Indonesia maupun komik terjemahan. Adapun pertanyaan yang ditanyakan adalah bagaimana menurut Anda mengenai atribut-atribut komik Indonesia, seperti gambar, cerita, harga, dan karakternya. Dari hasil wawancara tersebut didapati hasil bahwa cerita yang ada di dalam komik Indonesia tidak menimbulkan emosi tertentu, seperti marah maupun sedih. Selain itu,

responden juga berpendapat bahwa gambar dalam komik Indonesia tidak bagus, tidak memiliki ciri khas, dan kurang realistis. Cerita dalam komik Indonesia juga dianggap mirip dengan manga, dan juga kurang realistis. Karakter dalam komik Indonesia juga dianggap tidak memiliki ciri khas. Selain itu, pewarnaan *cover* dalam komik Indonesia tidak menarik minat para responden serta kurang terkenalnya pengarang komik Indonesia. Dari data yang telah diperoleh melalui studi pendahuluan berupa wawancara, 80% dari responden lebih memilih untuk mengikuti jalan cerita dari komik terjemahan, dan hanya 20% dari responden yang ingin lebih mengikuti komik Indonesia dibandingkan komik terjemahan.

Masalah yang terjadi adalah kurangnya pemahaman komikus Indonesia terhadap keinginan pembaca. Selain itu, komikus hanya berfokus untuk membuat komik tanpa mencoba memperhatikan atribut-atribut dari komik yang diminati dan disukai oleh para pembaca.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi masalah studi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi atas produk atribut komik Indonesia?
2. Bagaimana niat beli pembaca komik Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh atribut terhadap niat beli komik Indonesia?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dibutuhkan untuk membuat komik Indonesia.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, di antaranya:

- **Bagi para penulis komik Indonesia**

Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan mengenai atribut komik Indonesia yang disukai oleh pembaca. Dan bermanfaat agar dapat meningkatkan tingkat penerimaan, minat membeli, maupun minat mengkoleksi komik Indonesia.

- **Bagi peneliti berikutnya**

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk dikembangkan lebih lanjut terhadap penelitian sejenis.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Saat ini sudah banyak berbagai jenis produk di pasaran baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat, seperti benda, tempat, organisasi, ide dan banyak lainnya. Ide juga tidak selalu dituangkan ke dalam sebuah usaha yang berupa jasa tetapi ada juga yang dibuat menjadi berbentuk seperti buku. Buku saat ini dapat ditemukan dengan mudah di dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa buku adalah helai kertas berjilid yang berisikan tulisan untuk dibaca atau kosong untuk ditulis. Menurut Surahman dalam Fella tahun 2014, Secara umum buku dibagi menjadi empat jenis, yaitu:

- Buku sumber, yaitu buku yang biasa dijadikan rujukan, referensi, dan sumber untuk kajian ilmu tertentu, biasanya berisi suatu kajian ilmu yang lengkap.
- Buku bacaan, adalah buku yang hanya berfungsi untuk bahan bacaan saja, misalnya cerita, legenda, novel, dan lain sebagainya.
- Buku pegangan, yaitu buku yang bisa dijadikan pegangan guru atau pengajar dalam melaksanakan proses pengajaran.
- Buku buku teks, yaitu buku yang disusun untuk proses pembelajaran, dan berisi bahan-bahan atau materi pelajaran yang akan diajarkan.

Salah satu yang termasuk ke dalam buku bacaan adalah komik. Komik sendiri memiliki pengertian yaitu gambar yang menyampaikan respon yang estetik pada para penikmatnya. Komik juga merupakan imaji yang berderet, kemudian berdampingan dalam satu urutan, dengan tujuan menyampaikan informasi serta menghasilkan respon artistik bagi para pembaca (McCloud 2008;149).

Komik memiliki beberapa karakteristik yang tidak dapat dipisahkan yaitu hadir untuk menyampaikan cerita, tetapi berbeda dengan bacaan fiksi dan nonfiksi yang menyampaikan cerita dengan terks verbal, komik hadir lewat gambar dan bahasa, lewat teks verbal dan nonverbal sekaligus. Cerita dan pesan yang ingin disampaikan juga diungkapkan lewat gambar dan bahasa, maka gambar-gambar yang ditampilkan ke dalam bentuk panel-panel itu harus berurutan, yang satu hadir sesudah yang lain dan berhubungan secara makna. Selain itu juga ciri-ciri di dalam komik biasanya bersifat proporsional, menggunakan bahasa percakapan, bersifat kepahlawanan, ada penggambaran watak dan juga biasanya terdapat sedikit humor di dalam ceritanya. (McCloud, 2008)

Setiap produk seperti buku komik pasti memiliki atribut-atribut yang membuat produk tersebut bisa diminati oleh konsumen. Seperti yang dikatakan oleh John J. Burnet (1993:89) "*Product features of good product include form, color, size, weight, texture/material and reputation, odor, image, expertise, and physical surroundings for service product.*" Maka komik juga selain memiliki karakteristik yang telah ada dari dahulu juga harus memiliki atribut agar bisa diminati oleh konsumen.

Penulis telah melakukan observasi ke beberapa toko buku dan menemukan hasil bahwa saat ini di toko-toko buku besar, maupun kecil di bagian penjualan buku komik didominasi oleh komik terjemahan, terutama manga. Manga adalah sebutan untuk komik-komik yang berasal dari Jepang. Selain mendominasi display juga saat ini manga dan komik terjemahan juga menjadi pilihan pertama bagi sebagian besar konsumen. Manga dan komik terjemahan lain saat ini mendominasi pasar komik di Indonesia, karena sesuai dengan studi pendahuluan yang telah dilakukan memiliki atribut yang lebih baik dibandingkan komik Indonesia.

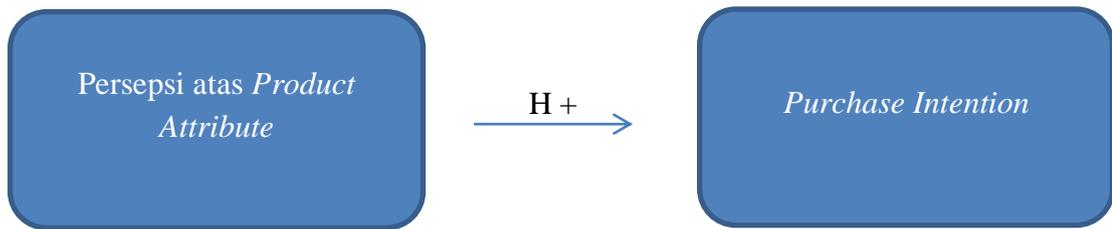
Mneurut Alison A. Raab (2005) di dalam jurnalnya yang berjudul *Manga in Academic Library Collections: Definitions, Strategies, and Bibliography for Collecting Japanese Comics*. Manga memiliki beberapa atribut seperti panjang cerita, *monchromatic image*, perbedaan gaya menyampaikan cerita dan pengembangan karakter.

Sesuai dengan penjelasan di atas peneliti akan melihat bagaimana persepsi konsumen atas atribut produk komik Indonesia. Dengan 8 atribut yang dipilih adalah

sekuel cerita, cerita, panjang cerita, karakter, gambar, pewarnaan, harga dan penerbit. Kedelapan atribut tersebut diambil dari beberapa jurnal yang dijadikan panduan oleh peneliti dan hasil dari studi pendahuluan yang telah dilakukan. Responden nya pun dibagi 2 yaitu yang menjadi responden kuesioner pembaca yang pernah membaca komik terjemahan dan komik Indonesia dan juga responden wawancara mendalam yang mengerti kondisi komik di Indonesia, mengerti komik Indonesia maupun komik terjemahan.

Maka model penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Gambar 1.2**  
**Model Penelitian**



Atas dasar-dasar pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H: Persepsi atas *Product Attribute* komik Indonesia berpengaruh secara positif pada *Purchase Intention* komik Indonesia.