

# MOZAIK

## H U M A N I O R A

### DAFTAR ISI

1. <b>The U.S. Homeland Security's Biopolitics in the Age of "Terrorism"</b> Andrianoavina Tolotra .....	1-11
2. <b>Peran Partai Masjumi dalam Dinamika Perkembangan Demokrasi di Kota Surabaya 1945-1960</b> Arya W. Wirayuda .....	12-23
3. <b>Strategi Literer Suparto Brata dalam Kontestasi Simbolik Arena Sastra Indonesia</b> Dheny Jatmiko .....	24-41
4. <b>Young People, Religion, and the Everyday Practice of Popular Culture: The Case of Urban Muslim Young People</b> Hariyadi .....	42-53
5. <b>Pemberdayaan Waria Seniman Ludruk dalam Program Penanggulangan HIV/AIDS</b> Maimunah, Santi Martini, Aribowo .....	54-69
6. <b>Praktik Konsumsi dan Pemaknaan terhadap Komik "Garudayana" Karya Is Yuniarto oleh Anak Muda Penggemar Manga sebagai Agen Pelestarian Wayang</b> Rahaditya Puspa Kirana .....	70-82
7. <b>Growing and Archiving Youth Aspirations: Efforts of C20 Community in Preserving Surabaya Heritage</b> Rahmad Hidayat.....	83-91
8. <b>Sepak Bola dan Eksistensi Bangsa Dalam Olimpiade Masa Orde Lama (1945-1966)</b> Rojil Bayu Aji.....	92-103
9. <b>Error Analysis on the Use of Noun Article: A Case Study of a Second Language Learner in the U.S.</b> Sidarta Prasetyo .....	104-112
10. <b>Identity, Place, and Difference: An Autoethnography</b> Suna Xie .....	113-122

**Praktik Konsumsi dan Pemaknaan terhadap Komik  
“Garudayana” Karya Is Yuniarto oleh Anak Muda Penggemar  
Manga sebagai Agen Pelestarian Wayang**

**(Consumption and Signifying Practices of Is Yuniarto’s  
Garudayana Comic by Manga Young Fans as Agents of Wayang  
Conservation)**

**Rahaditya Puspa Kirana**

Departemen Sastra Jepang, Universitas Airlangga

Jl. Dharmawangsa Dalam, Surabaya

Tel: +62 (031) 5033080

Surel: rahaditya-p-k-11@fib.unair.ac.id

**Abstrak**

Komik Jepang terjemahan atau yang disebut dengan *manga* telah menjadi salah satu budaya populer di Indonesia. Dalam skala nasional, telah muncul anak muda yang mulai memproduksi komik sendiri, yaitu Is Yuniarto, yang telah mengangkat pewayangan sebagai latar belakang cerita dalam komiknya dengan gaya gambar seperti halnya *manga* atau komik Jepang. Komik Garudayana karya Is Yuniarto menunjukkan bahwa komik yang merupakan budaya populer dan wayang yang merupakan seni tradisional Indonesia dapat bersatu dengan harmonis. Oleh karena itu, penelitian ini membahas bagaimana penerimaan generasi muda terutama penggemar *manga* terhadap komik Garudayana. Dengan menggunakan kerangka metode kualitatif, penelitian ini mengambil data penelitian melalui wawancara dengan anak muda penggemar *manga* yang juga merupakan anggota komunitas pecinta budaya Jepang di Surabaya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori resepsi (*Encoding Decoding*) dari Stuart Hall dan teori identitas Jenkins. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anak-anak muda tersebut melakukan praktik konsumsi tidak hanya dengan membaca komiknya saja tetapi juga memproduksi makna baru dari kegiatan konsumsi mereka dengan melakukan *cosplay*. *Cosplay* Garudayana tersebut menunjukkan bahwa bentuk konsumsi tersebut menciptakan identitas baru bagi mereka yaitu sebagai agen pelestari seni budaya tradisional Indonesia, yaitu wayang. Mereka merupakan penggemar budaya populer Jepang yang juga turut melestarikan seni budaya wayang pada saat yang bersamaan.

**Kata kunci:** *cosplay*, Garudayana, konsumsi, *manga*, resepsi

**Abstract**

Japanese comic translation, or the so-called *manga* series, has become one of the popular culture in Indonesia. On a national scale, a young man named Is Yuniarto started producing his own comic, which used *wayang* as a background story in *manga* style. Yuniarto’s Garudayana comic shows that comics as popular culture and *wayang* as traditional Indonesian art can come together in harmony. Therefore, this study discusses the reception of younger generation, especially fans of Garudayana comic *manga*. Using qualitative method, this study collected the research data through interviews with the *manga* young fans, who are community members of Japanese culture lovers in Surabaya. Data analysis was performed using the theory of reception (encoding/decoding) of Stuart Hall and Jenkins identity theory. The results showed that young people do consumption practices not only by reading the comic but also producing new meanings of their consumption activities by performing *cosplay* of the comic. Garudayana *cosplay* shows that this form of consumption creates new identity for them as conservation agents of traditional Indonesian art and culture, namely *wayang*. They are fans of Japanese popular culture which also preserve the cultural arts at the same time.

**Keywords:** consumption, *cosplay*, Garudayana, *manga*, reception

## PENDAHULUAN

Menurut McCloud (1994), komik adalah gambar-gambar atau lambang-lambang lain yang telah terjukstaposisi dalam turutan tertentu, untuk menyampaikan informasi dan atau mencapai tanggapan estetis pembacanya. Komik merupakan suatu bentuk seni yang menggunakan gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa hingga membentuk suatu jalinan cerita.

Pada tahun 1980-an Indonesia mendapat serbuan komik-komik dari Jepang atau yang disebut dengan *manga*. *Manga* sendiri menurut Sugimoto (1997) merupakan salah satu dari empat budaya populer Jepang yang telah menjadi suatu fenomena tidak hanya di Jepang namun juga di seluruh dunia termasuk di Indonesia. *Manga* juga telah menjadi salah elemen penting dalam kehidupan masyarakat Jepang (Garcia 2010). *Manga* kemudian menjadi budaya massa karena ia diproduksi secara massal dan dibaca atau dikonsumsi oleh banyak orang. Banyaknya pembaca *manga* di Indonesia memunculkan banyak komunitas penggemar *manga* hingga bentuk budaya populer Jepang lainnya di Indonesia, termasuk di Surabaya.

Namun sayangnya, budaya populer juga membawa dampak negatif bagi perkembangan seni budaya rakyat atau budaya tradisional. Seperti yang dijelaskan oleh Dominic Strinati (1995:36), budaya massa adalah budaya populer yang diproduksi untuk pasar massal. Pertumbuhan budaya ini berarti memberi ruang yang makin sempit bagi segala jenis kebudayaan yang tidak dapat menghasilkan uang, yang tidak dapat diproduksi secara massal bagi massa seperti halnya kesenian dan budaya rakyat. Hal ini rupanya terjadi pada wayang, yang merupakan kesenian rakyat Indonesia yang telah diakui UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia. Para generasi muda tampaknya semakin kehilangan minat terhadap wayang.

Namun, di Indonesia telah muncul anak muda yang mulai memproduksi komik. Salah satunya adalah Is Yuniarto dengan karyanya yang berjudul *Garudayana*. Is Yuniarto mengangkat pewayangan sebagai latar belakang ceritanya, namun ia tetap menggunakan gaya gambar seperti halnya *manga* atau komik Jepang. Hal ini bisa terjadi karena globalisasi, yang memunculkan budaya populer sebagai alternatif seni dengan beragam gaya membentuk minat baru sehingga menggeser kesadaran para generasi muda untuk mencintai dan menghargai keseniannya sendiri (Sunardi 2013). Is Yuniarto telah menunjukkan bahwa komik yang merupakan budaya populer dan wayang yang merupakan seni tradisional Indonesia dapat bersatu dengan harmonis, sebagaimana disampaikan oleh Ariesta (2014) dalam penelitiannya bahwa kebudayaan sangat potensial sebagai bahan membuat komik.

*Garudayana* merupakan karya kelima yang dihasilkan oleh komikus Is Yuniarto setelah *Wind Rider* (2005) dan trilogi *Knight of Apocalypse* (2007-2009). Komik *Garudayana* merupakan karya adaptasi dari cerita Mahabharata dan mengambil latar ketika para Pandawa menjalani pengasingan. Tokoh utama dalam komik ini yaitu seorang remaja pemburu harta karun bernama Kinara. Cerita dimulai ketika Kinara menemukan telur burung Garuda yang akhirnya menetas dan Kinara menamai anak burung yang keluar dari telur tersebut dengan Garu. Sejak saat itu

Kinara berpetualang bersama Garu untuk mencari dan menemui para tetua Garuda agar dapat berguru dan mendapatkan gelar Gagavesvara atau 'Sang Raja Langit'.

Komik Garudayana diterbitkan pertama kali oleh penerbit M&C dengan sub-brand Koloni pada 8 Agustus 2009. Selain sukses dengan angka penjualannya, Garudayana juga menerima penghargaan antara lain penghargaan dengan kategori 'Komik Indonesia Favorit pilihan pembaca XY Kids' dalam Lollipop Award 2010 dari majalah XY Kids dan menjadi Finalis British Council's International Young Creative Entrepreneur 2010. Hingga saat ini komik Garudayana telah mencapai jilid kelima dan masih akan berlanjut.

Dalam sebuah wawancara, Is Yuniarto selaku kreator komik Garudayana menyatakan bahwa pembuatan komik Garudayana berawal dari kegelisahannya melihat keadaan komik Indonesia juga budaya lokal Indonesia yang seakan mati suri ditinggalkan penggemarnya (Ryuzen 2011). Selain itu, dia berharap agar komik Indonesia bisa dikenal sebagai komik yang berasal dari Indonesia dan mengangkat lokal kontennya.

Penelitian-penelitian sebelumnya banyak membahas Garudayana melalui kajian tekstual, atau melakukan analisis terhadap komik itu sendiri, misalnya berfokus pada gaya visualisasi para tokohnya (Widy, Mansoor, dan Haswanto 2013), gaya *manga* komik Garudayana ini terutama terlihat dalam penggambaran bentuk mata dan ekspresi tokoh dalam mengungkapkan emosinya (Enlivena 2013), serta identitas hibrida yang direpresentasikan para tokoh Garudayana (Ridho et al. 2014). Sepanjang pengetahuan penulis, belum ada penelitian yang membahas respon penggemar komik Garudayana. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk mengetahui penerimaan generasi muda terutama penggemar *manga* terhadap komik Garudayana dan pemaknaan mereka terhadap komik tersebut.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Rossman dan Rallis (dalam Creswell 2013:207) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi yang alamiah. Bogdan dan Biklen yang dikutip oleh Sugiyono (2008:9) juga menjelaskan bahwa penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif, dan data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka. Deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak (Nawawi 1983:63).

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono 2008:53-54). Dalam penelitian ini, kriteria informan yang telah ditetapkan oleh penulis antara lain: 1) informan merupakan pembaca komik Garuda, 2) informan merupakan penggemar *manga*, 3) informan tergabung dalam komunitas penggemar Jepang di Surabaya. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti berhasil merekrut 7 orang informan yang bersedia untuk diwawancarai. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan observasi,

wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap informan, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan beberapa kali pada bulan Mei-Agustus 2014. Observasi dilakukan dengan cara mengamati kebiasaan membaca komik para informan. Selain itu juga akan diamati interaksi yang dilakukan informan dengan penggemar komik lain berkaitan dengan kegemaran mereka terhadap komik dan *manga*. Studi pustaka dilakukan dengan membaca buku, artikel, jurnal dan penelitian lain yang masih berhubungan dengan topik dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori Resepsi oleh Stuart Hall (2007). Teori yang dicetuskan oleh Hall ini memfokuskan bagaimana audiens atau pembaca melakukan *decoding* informasi yang ada dalam suatu teks. Teori Hall ini berdasarkan pada teori semiotik dan ia menetapkan bahwa kemampuan seseorang dalam *decoding* adalah berdasarkan apa yang mereka 'bawa' ke dalam sebuah teks. Hall (2007) menyatakan bahwa latar belakang kelas sosial seseorang dan kepercayaannya (*political belief*) mempengaruhi respon audiens terhadap teks, 'di luar' dari *encoding* yang dilakukan penulis ke dalam teks. *Encoding* sendiri merupakan makna tertentu yang disampaikan oleh si pembuat teks melalui teks karyanya. Sedangkan *decoding* adalah makna yang dibuat oleh audiens terhadap suatu teks.

Hasil wawancara akan diolah dan dikategorikan sesuai dengan teori *decoding* Hall (2007), yaitu 1) *dominant-hegemonic position* dimana khalayak atau audiens menerima secara penuh ide-ide atau pesan yang disampaikan oleh si pengirim pesan (*encoder*) bahkan terkesan terhegemoni oleh ide tersebut; 2) *negotiated code or position* dimana khalayak atau audiens menerima ide-ide atau pesan yang disampaikan oleh si pengirim pesan dalam batas-batas tertentu namun juga melakukan modifikasi terhadap ide tersebut sesuai dengan kepribadian dan minatnya; dan 3) *oppositional code* dimana khalayak atau audiens tidak memiliki ide atau pesan yang sejalan dengan *encoding* penulis dan memiliki ide sendiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerimaan terhadap Komik Garudayana oleh Penggemar *Manga* di Surabaya

Hasil wawancara penulis dengan ketujuh informan menunjukkan bahwa ketujuh informan mulai menjadi penggemar komik Jepang atau *manga* dari mereka kecil. Hal ini tidak mengherankan karena budaya pop Jepang masuk ke Indonesia sejak masuknya komik berjudul Doraemon di tahun 1990-an (Otmazgin 2007). Kesuksesan komik Doraemon kemudian diikuti dengan masuknya komik-komik Jepang lain seperti Sailor Moon, Dragon Ball dan lain-lain yang tentu saja juga berimbas kepada bisnis lain seperti produksi *merchandise* dari karakter-karakter di dalam *manga* tersebut.

Ketujuh informan tersebut menyatakan bahwa mereka mulai suka membaca komik Jepang atau *manga* yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia sejak mereka masih kecil yaitu ketika duduk dibangku SD sekitar kelas 2 atau kelas 3. Komik terjemahan yang mereka baca saat itu misalnya Dragon Ball, Detective Conan, Kungfu Boy, Doraemon. Mereka juga mengaku bahwa mereka masih sangat menggemari komik-komik tersebut hingga saat ini.

Konsumsi komik Garudayana yang dilakukan oleh ketujuh informan juga bermacam-macam. Setelah mereka mengenal komik Garudayana dan menyukainya, mereka mengoleksi komiknya hingga mencapai jilid keempat saat ini. Mereka juga mengaku sedang menunggu-nunggu jilid yang keenam. Berikut adalah beberapa alasan yang disampaikan para informan:

Iya mbak, soalnya kan ini komiknya itu beda. Bikinan orang Indonesia yang *niru ala manga* gitu, tapi ceritanya wayang... iya, makanya suka, terus tak koleksi (AA 2015).

...

Emang kaya *manga* sih, banget malah. Tapi *yo* gak sama juga sama *manga*. Ceritanya kan wayang, Jadi ya menarik banget. *Trus* juga karena latar ceritanya itu pewayangan, jadi bisa *tau* juga soal wayang (MA 2015).

...

Itu mbak, *gak* kaya komik Indonesia biasanya. Komik Indonesia biasanya kan gambarnya *gak gitu* bagus. Yang gambar *e* bagus pun *yo* itu *niru manga* Jepang. Ceritanya juga *yo gitu-gitu ae* kaya *manga*, jadi biasa *ae*. *Lha* Garudayana ini gambarnya bagus kaya *manga* tapi ceritanya wayang, jadi *seh* Indonesia *banget*... iya bagus *banget*. *Makanya* suka (AR 2015).

...

Ya karena ini *bikinan* orang Indonesia, dan karena *ngangkat* wayang, dan ceritanya juga memang bagus *banget*. Itu kan bisa juga jadi media biar bisa tahu tentang wayang *gitu*. Secara kan anak sekarang *juarang* banget nonton wayang. Cerita wayang aja paling ya *gak tau*. Jadi ya *kaya e worth it* lah buat dikoleksi (EN 2015).

...

Ya suka *aja* mbak. Bagus *gitu* komik *e*. Terus kan bisa baca komik sambil bisa tahu juga tentang wayang (FJ 2015).

...

Ya kan *kalo* komik-komik wayang yang sebelum *e* itu gambarnya itu, *nek* menurutku kurang menarik mbak. *Nah* kalo Garudayana ini kan gambarnya bagus, ya walaupun gambarnya *a la manga* gitu, tapi tetep ada *original* Indonesia-nya. Ya di cerita wayang-nya itu... iya, kan bagus *soalnya* (EO 2015).

...

Ya karena ceritanya bagus. *Ngangkat* kisah wayang *gitu* kan buat latar ceritanya. *Makanya* itu terus *tak* koleksi (AYR 2015).

*Collecting* atau mengkoleksi sendiri merupakan aktifitas yang banyak berhubungan dengan komunitas fans, dan koleksi itu sendiri memiliki sejarah panjang yang berhubungan dengan fandom dalam berbagai media (McCudden 2011). Fandom buku komik adalah sesuatu yang unik karena komik itu sendiri disebut sebagai *physical type of currency* (mata uang berbentuk fisik) (McCudden 2011). Mengoleksi (*collecting*) dalam budaya buku komik (*comic book culture*) adalah "penanda status penting" yang menandakan bahwa seseorang bisa menentukan objek yang bernilai untuk dikoleksi, hingga koleksi yang tepat bisa memberikan status yang tinggi bagi pemilikinya.

Koleksi komik Garudayana yang dilakukan oleh ketujuh informan ini rupanya memiliki makna tersendiri. Dari ungkapan informan di atas dapat diketahui makna dari koleksi komik Garudayana yang mereka lakukan yaitu memberi kepuasan diri, munculnya rasa bangga dan bahagia bahwa sebagai fans turut memberikan kontribusi dan dukungan bagi komikus kesukaannya, sarana atau media untuk menyebarkan kisah pewayangan khususnya di kalangan anak muda, dan juga sebagai wujud kecintaan terhadap warisan budaya Indonesia.

Dari tujuh informan yang diwawancarai, lima informan menyatakan bahwa Garudayana adalah *manga* favorit mereka. Informan AA menyatakan bahwa ia menyukai komik buatan Is Yuniarto tersebut karena gaya gambarnya yang seperti *manga* namun ceritanya yang berkisah tentang wayang masih mengandung identitas Indonesia. Pernyataan informan AA ini selaras dengan hasil kajian tekstual terhadap komik Gajayana yang dilakukan oleh Widy, Mansoor dan Haswanto (2013), yang menjelaskan bahwa desain karakter dalam komik Garudayana merupakan gabungan dari dua gaya visual yaitu *manga* dan wayang. Gaya visual wayang dalam komik ini terlihat dari desain karakternya yang digambarkan mengenakan atribut layaknya tokoh-tokoh pewayangan, seperti atribut *kemben mekak*, *lungsen*, *sampur* dan *slepe* yang dikenakan oleh Kinara, salah satu tokoh dalam komik Gajayana. Enlivena (2013) juga menjelaskan gaya *manga* komik Garudayana dalam penggambaran bentuk mata dan ekspresi tokoh dalam mengungkapkan emosinya. Selain itu gaya *manga* juga terlihat pada peralihan antar panel yang ada di dalamnya.

Senada dengan informan AA di atas, tiga orang informan yaitu AYR, EO dan AR juga menyukai komik Garudayana. Mereka pun memberikan tanggapan yang positif terhadap komik yang bercerita tentang kisah pewayangan dengan gaya *manga* ini. Ketiga informan tersebut justru menganggap cerita pewayangan yang dikemas dalam sebuah komik dengan gaya seperti itu merupakan ide yang sangat bagus karena membuat wayang menjadi lebih menarik.

Komik yang berkisah tentang cerita pewayangan pernah menjadi suatu fenomena yang *booming* di kalangan masyarakat yaitu pada tahun 1960 hingga 70-an. *Booming* komik wayang pada saat itu diawali dengan kritik dari masyarakat kalangan pendidik dan budayawan yang menginginkan komik dengan cerita kepahlawanan yang lebih membumi. Akhirnya penerbit dan komikus pun mulai menerbitkan komik bertema cerita rakyat dan wayang sebagai jawaban atas kritikan tersebut. Diantaranya yang terkenal adalah Mahabarata, Ramayana, dan Bharatayudha yang sebagian besar merupakan karya R.A. Kosasih. Komik-komik bertemakan wayang dan cerita rakyat Indonesia itu pun menjadi *booming* di kalangan masyarakat Indonesia saat itu dengan R. A. Kosasih yang sukses melalui komik wayangnya menjadi tonggak masa keemasan komik Indonesia yang kedua, setelah era komik *superhero* di masa sebelumnya (Gierlang 2015).

Namun, menjelang tahun 1990-an popularitas karya komikus Indonesia menyusut atau bahkan bisa disebut mati suri. Hal itu disebabkan banyaknya komik asing, terutama komik Jepang atau yang biasa disebut dengan *manga* di pasar Indonesia, yang membanjiri pasar komik Indonesia. Sejak saat itu, *manga* mendominasi bacaan

komik di toko buku dan pembaca komik Indonesia. Ahmad (2012) menyatakan bahwa *manga* sangat disukai pembaca Indonesia terutama dalam hal gaya visual dan konten emosional dalam ceritanya, termasuk cerita yang sesuai dengan kultur budaya yang berkembang dalam masyarakat. Pengaruh *manga* tidak hanya berhenti dengan menjadi bacaan yang paling disukai saja, tetapi juga memiliki pengaruh yang luar biasa hingga mampu menenggelamkan komik lokal. Hal ini tidak hanya berlaku di Indonesia saja, melainkan juga hampir di seluruh dunia. Maharsi (2010) juga menjelaskan lebih lanjut bahwa *manga* juga berpengaruh pada gaya gambar anak-anak, yang beberapa di antaranya tentu akan menjadi penerus komikus-komikus lokal Indonesia.

Garudayana memiliki gambar bergaya *manga* namun memiliki cerita yang berdasarkan kisah pewayangan. Hal ini merupakan suatu inovasi dimana suatu komik karya anak bangsa yang menceritakan kisah pewayangan dengan dibalut gaya gambar *manga*. Sebagaimana yang dijelaskan Widy, Mansoor dan Haswanto (2013) bahwa inovasi tersebut terlihat pada identitas visual karakter Garudayana secara umum yang menunjukkan elemen-elemen pewayangan (bahwa ini memang komik tentang wayang) namun elemen-elemen tersebut dikaitkan dengan referensi modern seperti adanya persenjataan tertentu yang digunakan. Oleh karena itu, Garudayana menjadi lebih menarik dan lebih disukai di kalangan pembaca komik Indonesia.

Informan MA juga mengungkapkan hal yang sama dengan keempat informan sebelumnya. MA berpendapat bahwa cerita wayang yang dibawakan dalam bentuk komik seperti ini justru merupakan hal yang bagus karena dapat menjadi sarana untuk menyosialisasikan kembali wayang Indonesia di kalangan anak muda. Adanya arus globalisasi yang seakan menggempur Indonesia produk budaya asing membuat masyarakat Indonesia, khususnya anak muda, menjadi lupa akan budayanya sendiri. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi khusus untuk menumbuhkan kembali minat generasi muda agar lebih dapat mengapresiasi wayang. Sunardi (2013), dalam makalahnya yang berjudul *Model Pengembangan Wayang Untuk Generasi Muda* mengungkapkan bahwa ada tiga model yang dapat dilakukan yaitu: 1) model wacana-verbal pewayangan, 2) model visual-grafis pewayangan, dan 3) model visual-auditif pewayangan. Komik Garudayana yang dibuat oleh Yuniarto merupakan salah satu bentuk pengembangan wayang dengan model visual-grafis pewayangan, yang rupanya sangat diapresiasi oleh para penggemar Garudayana.

Dari uraian para informan tersebut, yaitu AA, AYR, EO, AR dan MA, terlihat bahwa mereka berada pada posisi *dominant-hegemonic reading*, menerima semua informasi yang diberikan dan menyetujui ideologi penulis (Hall 2007). Dalam hal ini, kelima informan tersebut menerima Garudayana sebagai komik bergaya *manga* yang memiliki cerita dengan latar kisah pewayangan. Mereka juga mengakui bahwa komik ini memiliki gambar yang meniru gaya gambar *manga*, namun hal ini bukanlah masalah untuk mereka.

Ada pula informan yang memiliki pendapat yang sedikit berbeda dengan kelima informan sebelumnya mengenai komik Garudayana. Salahs seorang informan, FJ,



menganggap bahwa penggambaran tokoh wayang tidak sesuai dengan cerita asli wayang. Lebih lanjut dia mengungkapkan,

Emang sih ceritanya itu pake latar perang Baratayudha dan atribut-atribut karakternya itu mirip *kaya* yang di wayang-wayang. Tokoh wayang *kaya* Gatotkaca, Arjuna, Antareja itu juga muncul. Tapi tetep aja... apa ya... ceritanya itu *kalo* mau dibilang cerita wayang itu masih *nanggung*. Ya masih kurang *gitu lho*. Tokoh-tokoh pewayangan yang di Mahabarata *gitu* itu banyak yang *gak* keluar (FJ 2015).

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, komik Garudayana merupakan komik yang memiliki cerita dengan berlatarkan kisah pewayangan. Cerita di dalamnya mengambil latar waktu saat terjadinya perang Baratayudha. Perang Baratayudha merupakan perang besar antara Pandawa dengan Kurawa. Dalam kisahnya tentu saja ada banyak tokoh yang turut diceritakan, misalnya kelima Pandawa (Yudhistira, Bima, Arjuna, Nakula dan Sadewa), Duryudana dari Kurawa, Karna dan lain sebagainya. Namun dalam Garudayana ini nampaknya belum banyak tokoh wayang dari kisah Baratayudha yang dimunculkan. Hal ini rupanya membuat salah satu informan tidak sepatutnya dengan pemunculan tokoh secara terbatas seperti yang dilakukan Yuniarto dalam komiknya.

Kekurangan ini juga dirasakan oleh EN, yang lebih meyoroti tokoh punakawan. Menurutnya,

Aku ngerasa *fail*-nya itu di karakter punakawan itu lo. Masa di sini punakawan cuma tiga, *trus* digambar pake topeng kaya ninja lagi. Jadi menurutku *udah gak* sesuai *gitu sama* punakawan yang di cerita wayangnya. Tapi kalo buat gambar, desain, karakter *sama* ceritanya *se* menurutku *udah* bagus. Ya cuma masalah punakawan ini aja *lo* yang *fail* menurutku (EN 2015).

Dalam cerita wayang, punakawan terdiri dari empat orang karakter, yaitu Semar, Gareng, Petruk dan Bagong. Dalam pertunjukan wayang, punakawan ini muncul untuk memberi selingan kepada penonton dengan memberikan guyonan yang lucu. Namun dalam komik ini hanya ada tiga orang punakawan yang dimunculkan, yaitu Gareng, Petruk dan Bagong. Tidak ada tokoh Semar yang justru merupakan tokoh penting dalam wayang. Selain itu, dalam komik Garudayana punakawan berperan seperti layaknya ninja. Hal inilah yang membuat informan EN merasa kurang nyaman dengan penggambaran tokoh komik Garudayana.

Berdasarkan uraian pernyataan dua orang informan tersebut, FJ dan EN, mereka berada dalam posisi *negotiated position*, atau menerima hanya sebagian dari ideologi yang disampaikan penulis (Hall 2007). Dalam hal ini, kedua informan dapat menerima gambar dengan gaya *manga* Garudayana, juga desain karakternya yang mengenakan atribut seperti yang ada pada tokoh pewayangan. Namun ada beberapa hal yang tidak dapat mereka terima yaitu kurangnya tokoh dari kisah pewayangan

yang dimunculkan dalam komik, dan kehadiran punakawan yang tidak sesuai dengan yang diceritakan dalam kisah pewayangan.

### Memaknai Garudayana dengan *Cosplay*

Rupanya konsumsi yang dilakukan informan terhadap komik Garudayana tidak berhenti sampai mengoleksi komiknya saja. Informan juga melakukan *cosplay* dari karakter-karakter dalam kisah pewayangan Indonesia. *Cosplay*, salah satu budaya populer Jepang yang juga *booming* di seluruh dunia, adalah kegiatan menirukan kostum serta gaya dari tokoh-tokoh manga, anime, game, tokusatsu atau pun artis penyanyi yang berasal dari Jepang (Lotecki 2012). Ada lima orang informan yang melakukan *cosplay* tersebut, yaitu informan AA, informan EO, informan AR, informan EN dan informan MA. Ketika penulis menanyakan alasan melakukan *cosplay*, beberapa informan menjawab sebagai berikut:

Ingin memopulerkan *hero* Indonesia (EN 2015).

...

Masa harus anime Jepang terus. Indonesia juga bisa. Biar orang juga *tau* wayang *gak gitu-gitu* aja (EO 2015).

...

Paling *enggak* biar yang lain *tau* kan, bisa melihat. Kan anak-anak sekarang juga *gak tau* wayang juga. Paling *nggak* kan biar mereka *tau* kalo wayang masih bisa dibentuk sedikit modern...Yaa, mumpung belum dicuri dan belum diakui lagi sama negara lain (MA 2015).

...

Apa ya..karena..*kepingin*. Ya maksudnya menonjolkan budaya dari nusantara sendiri itu kan banyak. Contohnya *soalnya* aku pernah lihat itu kayak misalnya *eh*, contohnya di *game* lah. Di *game* itu ada kisah-kisah yang di Jepang itu. Tokoh-tokoh di Jepang kayak Tokugawa Ieyasu, *macem-macem*, ya itu kan di jadikan game Samurai Warrior. Itu. dan kalo di China itu Three Kingdoms. Three Kingdoms itu yang Suhu dan Wei itu. Itu mereka dijadikan *game* namanya Dynasty Warrior. Nah, ini anak-anak juga mau menggerakkan itu. *Kalo* misal bisa *gitu* kita mau *bikin* karakter-karakter yang dari Indonesia. Karakter yang di Indonesia apa? Ya kita punya wayang (AR 2015).

Jenkins (2005:214) menyatakan bahwa fans adalah konsumen yang juga turut memproduksi, pembaca yang juga menulis, dan *spectator* yang ikut serta. Fans bukan hanya memosisikan diri sebagai audiens yang pasif, namun juga sebagai audiens yang aktif. Apa yang diproduksi oleh fans adalah suatu pemahaman dan interpretasi. Dengan kata lain, fans memproduksi karya seni, komunitas dan identitas alternatif. Mengacu pada ungkapan Jenkins tersebut, bisa dipahami bahwa kelima informan penggemar komik Garudayana ini tidak hanya menjadi penikmat dari komik itu saja, namun mereka juga secara aktif memproduksi karya seni, membentuk suatu komunitas dan identitas baru atas dirinya. Produksi karya seni dilakukan informan dengan melakukan *cosplay* wayang, yang membuat mereka harus mendesain dan membuat sendiri kostum untuk *cosplay* tersebut. Mereka juga tergabung dalam suatu

komunitas *cosplay*, dan mereka membentuk satu tim *cosplay* dimana seluruh anggota tim tersebut melakukan *cosplay* wayang.

*Cosplay* karakter-karakter yang ada dalam *manga*, anime atau *game* pada umumnya dilakukan seorang *cosplayer* sebagai suatu pelarian dari kehidupan sehari-hari mereka. Melalui *cosplay*, identitas seseorang dapat berubah dari siswa SMA menjadi pahlawan, dari seorang wanita menjadi seorang lelaki cantik, dari orang biasa menjadi selebriti (Rahman, Wing-Sun, dan Cheung 2012). Lebih lanjut mereka menjelaskan bahwa *cosplay* merupakan bentuk seni visual yang mengubah identitas individu melalui reproduksi karakter yang diidealkan. *Cosplayer* dapat menikmati saat-saat menyenangkan dipandang oleh penonton. Dengan kata lain, *cosplay* memungkinkan *cosplayer* untuk sejenak mengubah identitas mereka dalam rangka menciptakan pribadi yang lebih menarik dan luar biasa, sehingga perubahan identitas melalui *cosplay* ini dapat menawarkan kegembiraan, kepuasan, dan pelarian. Sama halnya dengan para *cosplayer* dalam penelitian ini, kostum para tokoh Garudayana bermakna layaknya sebuah tongkat ajaib yang menjadi sarana untuk mengubah identitas *cosplayer* atau pelakunya dan menawarkan kegembiraan dan kepuasan, sebagaimana diakui oleh kelima informan yang melakukan *cosplay*. Namun mereka melakukan *cosplay* bukan untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari, berbeda dengan temuan Peirson-Smith (2013), yang berargumen bahwa praktik *cosplay* dilakukan dengan tujuan untuk melepaskan diri dari tekanan di tempat kerja, sekolah, kehidupan social, dan tatanan birokrasi. Para *cosplayer* Garudayana mengatakan bahwa mereka dapat melakukan *cosplay* kapan saja mereka inginkan, bukan pada saat mereka stress atau merasa tertekan dengan kehidupan pribadi atau sosial mereka.

Disisi lain, *cosplay* bersama dengan *manga* dan anime, juga menjadi salah satu instrumen Jepang dalam menjalankan politik luar negerinya, sebagaimana disampaikan oleh Menteri Luar Negeri Jepang, Koichiro Gamba (Ministry of Foreign Affairs of Japan 2014). *Cosplay* merupakan salah satu soft power Jepang dalam melakukan diplomasi budaya dengan negara-negara lain. Diplomasi budaya, menurut Cummings, merupakan seperangkat aktivitas-aktivitas budaya yang dilakukan oleh suatu negara dalam merepresentasikan budayanya untuk mempengaruhi atau menginspirasi masyarakat internasional yang memiliki keberagaman pandangan politik (dalam Kim 2011:5). Dengan kata lain, Jepang menggunakan *cosplay* sebagai soft power untuk mempengaruhi negara-negara lain, termasuk Indonesia, agar warga Indonesia khususnya para generasi muda memiliki pandangan yang positif terhadap Jepang, sebagaimana telah dikonfirmasi oleh penelitian Wardana, Fasisaka, dan Dewi yang berjudul *Penggunaan Budaya Populer dalam Diplomasi Budaya Jepang Melalui World Cosplay Summit* (2015). *World Cosplay Summit* atau WCS sendiri merupakan satu-satunya ajang lomba *cosplay* internasional paling bergengsi yang dilakukan di Jepang. Seiring dengan menguatnya citra positif Jepang melalui event WCS, beberapa keuntungan lain juga akan didapatkan oleh Jepang seperti memudahkan Jepang untuk bekerja sama dengan negara lain, meningkatnya penggunaan Bahasa Jepang, berkembangnya industri kostum di Jepang dan yang pasti adalah sektor pariwisata Jepang yang berkembang karena meningkatnya kunjungan wisatawan (Wardana, Fasisaka, dan Dewi 2015).

Dalam penelitian ini, *cosplay* wayang yang dilakukan oleh kelima informan penggemar Garudayana berbeda dengan *cosplay* pada umumnya yang menirukan karakter dari *manga*, anime atau *game* Jepang. *Cosplay* wayang yang dilakukan informan jelas tidak dimaksudkan untuk menguatkan citra positif akan Jepang, sebagaimana disampaikan AR (2015). Dalam *cosplay* wayang yang dilakukan oleh kelima informan, mereka menampilkan simbolisasi budaya Indonesia dengan cara menggunakan kain batik sebagai salah satu bahan untuk kostum *cosplay* wayang mereka. Tujuannya adalah untuk menunjukkan pada masyarakat, khususnya para generasi muda yang melihat *cosplay* mereka, bahwa mereka sedang merepresentasikan karakter Indonesia. *Cosplay* wayang justru dilakukan informan untuk mengingatkan masyarakat Indonesia khususnya generasi mudanya akan seni tradisional wayang agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat. Jika komik Garudayana yang dibuat oleh Yuniarto merupakan salah satu bentuk pengembangan wayang dengan model visual-grafis pewayangan menurut Sunardi dalam makalahnya yang berjudul *Model Pengembangan Wayang Untuk Generasi Muda* (2013), penelitian ini menemukan bahwa *cosplay* wayang merupakan salah satu bentuk pengembangan wayang dengan model visual-auditif pewayangan dimana wayang dihadirkan kembali dalam bentuk yang lebih modern dan dapat ditonton dalam suatu bentuk pertunjukkan dalam suatu kegiatan *cosplay*.

## SIMPULAN

Penelitian ini berusaha untuk mengungkapkan penerimaan anak muda dan pemaknaan mereka terhadap komik Garudayana. Praktik konsumsi komik Garudayana tidak hanya berupa pengoleksian komik, tetapi juga kegiatan *cosplay* sebagai bentuk kepuasan diri, rasa bangga dan bahagia dapat turut memberikan kontribusi dan dukungan bagi komikus kesukaannya. *Cosplay* tersebut juga sebagai sarana atau media untuk menyebarluaskan kisah pewayangan khususnya di kalangan anak muda, dan juga sebagai wujud kecintaan terhadap warisan budaya Indonesia. Lebih lanjut dapat disimpulkan bahwa *cosplay* wayang yang dilakukan anak muda penggemar komik Garudayana telah menciptakan identitas baru atas diri mereka yaitu sebagai agen pelestari seni budaya tradisional Indonesia, wayang. Anak muda penggemar *manga* tidaklah seburuk yang sering disangkakan orang, yang hanya bersenang-senang dan mengonsumsi budaya asing secara pasif. Penelitian ini menunjukkan bagaimana penggemar komik *manga* Garudayana dapat berdaya untuk mengekspresikan kecintaan dan idealisme mereka untuk melestarikan budaya Indonesia, selain mendapatkan kesenangan dalam mengonsumsi budaya populer. Namun penelitian ini belum membahas secara mendalam mengenai konstruksi identitas dalam praktik konsumsi tersebut, yang tentunya menarik untuk dikaji di penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- AA, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (15 Mei).
- Ahmad, HA. 2012. *The Impacts of Visuals of Manga on Indonesian Readers*. Chiba: Chiba University.

- AR, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (15 Mei).
- Ariesta, Oliviyanda, 2014. "Kebudayaan Lokal sebagai Potensi dalam Berkarya Komik." *Bercadik* 1 (1): 96-110.
- Appadurai, Arjun. 2003. *Modernity at Large Cultural Dimension*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- AYR, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (20 Juni).
- Creswell, John W. 2013. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: Sage Publications.
- EN, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (20 Juni).
- Enlivena, Dhevi. 2013. "Gaya Manga dalam Komik Garudayana Karya Is Yuniarto." *Dewa Ruci* 8 (3): 412-426.
- EO, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (20 Juni)
- FJ, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (15 Mei).
- Garcia, Hector. 2010. *A Geek in Japan: Discovering the Land of Manga, Anime, Zen, and the Tea Ceremony*. Tokyo: Tuttle Publishing.
- Gierlang, A. 2015. "Menelusuri Perkembangan Komik Indonesia Masa ke Masa." *Indonesia Kreatif*. 1 September. <http://www.news.indonesiakreatif.net/menelusuri-perkembangan-komik-indonesia-masa-ke-masa/>
- Hall, S. 2007. "Encoding and Decoding in Television Discourse." in *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, edited by S Hall, D Hobson, A Lowe, and P Willis. Birmingham: Routledge.
- Jenkins, Henry. 2005. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Kim, Hwajung. 2011. "Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age." *Cultural Diplomacy*. [http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/Hwajung\\_Kim\\_Cultural\\_Diplomacy\\_as\\_the\\_Means\\_of\\_Soft\\_Power\\_in\\_the\\_Information\\_Age.pdf](http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/Hwajung_Kim_Cultural_Diplomacy_as_the_Means_of_Soft_Power_in_the_Information_Age.pdf)
- Lotecki, Ashley. 2012. "Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play." Toronto: Ryerson University.
- MA, wawancara oleh R Puspa Kirana. 2015. *Resepsi terhadap Komik "Garudayana"* (8 Agustus).

- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2012. "Foreign Minister Gamba's Speech on Japan's Diplomacy in the Future at "A Talk with Foreign Minister Gamba." April 5. <http://www.mofa.go.jp/announce/jfpu/2012/04/0405-01.html>
- Maharsi, Indiria. 2011. *Komik Dunia Kreatif Tanpa Batas*. Yogyakarta: Kata Buku.
- McCloud, Scott. 1994. *Understanding Comic: The Invisible Art*. New York: Harper Perennial.
- McCudden, ML. 2011. "Degrees of fandom: Authenticity dan Hierarchy in the Age of Media Convergence." Kansas: The University of Kansas.
- Otmazgin, Nissim Kadosh. 2007. "Budaya Populer Jepang di Asia Timur dan Tenggara: Saatnya untuk Sebuah Paradikma Regional?" *Kyoto Review of Southeast Asia*. 3 September. <http://kyotoreview.org/issue8-9/budaya-populer-jepang-di-asia-timur-dan-tenggara-saatnya-untuk-sebuah-paradigma-regional/>
- Peirson-Smith, Anne. 2013. "Fashioning the Fantastical Self: An Examination of the *Cosplay* Dress-up Phenomenon in Southeast Asia." *Fashion Theory* 17 (1): 77-112.
- Rahman, Osmud, Liu Wing-sun, dan Brittany Hei-man Cheung. 2012. "'Cosplay': Imaginative Self and Performing Identity." *Fashion Theory* 16 (3): 317-342.
- Ridho, LF, HP Santosa, T Suprihatini, dan T Lukmantoro. 2014. "Memahami Identitas Hibrida pada Komik Indonesia Kontemporer (Analisis Semiotika Komik Garudayana)." Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Ryuzen, B. 2011. "Garudayana: Budaya Indonesia dalam Bentuk *Manga*," *Duniaku Network*. 1 September. [www.duniaku.net/2011/05/06/garudayana-budaya-indonesia-dalam-bentuk-manga/](http://www.duniaku.net/2011/05/06/garudayana-budaya-indonesia-dalam-bentuk-manga/)
- Storey, John. 2009. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London: Longman
- Strinati, Dominic. 2010. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Jogjakarta: Ar-Ruz Media
- Sugimoto, Yoshio. 1997. *An Introduction to Japanese Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sunardi. 2013. "Model Pengembangan Wayang untuk Generasi Muda." Seminar Wayang World Puppet Carnival 2013. Surabaya.
- Wardana, I Made Wisnu Seputera, Idin Fasisaka, dan Ratih Kumala Putu Dewi. 2015. "Penggunaan Budaya Populer dalam Diplomasi Budaya Jepang Melalui World *Cosplay* Summit." *Jurnal Hubungan Internasional* 1 (3): 95-110.
- Widy, Mikha, Alvanov Zpalanzani Mansoor, dan Naomi Haswanto. 2013. "Kajian Visualisasi Karakter dalam Seri Komik Garudayana." *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia* 5 (2): 58-72.

# GAYA SELINGKUNG MOZAIK HUMANIORA

## A. Panduan menyiapkan naskah publikasi

Redaksi menerima kiriman artikel dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Artikel belum pernah dipublikasikan oleh media lain.
2. Artikel orisinal tentang kajian ilmu humaniora, baik sastra, linguistik, sejarah, filsafat, filologi maupun kajian-kajian kebudayaan dan kemasyarakatan.
3. Artikel diketik dengan huruf Times New Roman ukuran 12, spasi 1 pada kertas ukuran A4 dengan pias kiri 3,5 cm, pias kanan 3 cm, pias atas dan bawah 3 cm. Panjang artikel tidak lebih dari 7000 kata, termasuk gambar, grafik, tabel, dan daftar pustaka.
4. Judul, abstrak, dan kata-kata kunci ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.
5. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
6. Sistematik penulisan artikel disusun dengan urutan sebagai berikut: (a) **judul**: komprehensif, jelas, dan singkat. Judul dibatasi tidak lebih dari 15 kata. Judul artikel, judul bagian, dan judul subbagian dicetak tebal. Huruf kapital digunakan untuk mengawali setiap kata dalam judul kecuali kata depan; (b) **nama dan institusi penulis**: nama ditulis lengkap tanpa gelar. Nama institusi ditulis di bawah nama penulis, disertai alamat lengkap institusi, nomor telepon institusi, dan alamat surel penulis; (c) **abstrak**: merupakan intisari artikel, terdiri atas 150–250 kata, dan dituangkan dalam satu paragraf; (e) **kata kunci**: di bawah abstrak dicantumkan kata-kata kunci (*keywords*) paling banyak lima kata dan ditulisurut secara alfabetis. Kata-kata kunci harus mencerminkan konsep penting yang ada di dalam artikel; (f) **pendahuluan** (tanpa subbagian): berisi latar belakang masalah, tujuan, tinjauan pustaka, dan signifikansi artikel (jika ada); (g) **metode**; (h) **hasil dan pembahasan**: disajikan dalam subbagian-subbagian; (i) **perujukan atau pengutipan**: ditulis menggunakan sistem pengarang-tahun (*author-date*) dan disarankan mencantumkan nomor halaman; (j) **gambar, grafik, dan tabel**: diberi nomor, judul, dan keterangan serta dikutip di dalam teks. Perujukan atau pengutipan gambar, grafik, dan tabel menggunakan penomoran, bukan dengan kata-kata seperti *di bawah ini*, *sebagai berikut*, atau *berikut ini*. Contoh: Struktur penulisan judul berita pada rubrik ekonomi harian *Kompas* disajikan dalam Tabel 4. Untuk gambar dan grafik, nomor dan judulnya diletakkan di bawahnya, sedangkan untuk tabel, nomor dan judulnya diletakkan di atasnya. Gambar, grafik, dan tabel merupakan data yang sudah diolah. Pencantuman tabel atau gambar yang terlalu panjang (lebih dari 1 halaman) sebaiknya dihindari. Tabel harus disajikan tanpa garis vertikal. (k) **simpulan** (bukan ringkasan atau pengulangan hasil); (l) **daftar pustaka** (bukan bibliografi): berisi pustaka-pustaka yang diacu dalam artikel, ditulis secara alfabetis dan kronologis menurut nama penulis tanpa mencantumkan gelar. Jika seorang penulis menulis lebih dari satu artikel/buku dalam tahun yang sama, di belakang tahun baik di dalam teks maupun di dalam daftar pustaka dibubuhi huruf kecil (a, b, dan c). Dalam daftar pustaka, penulisan nama depan pengarang boleh ditulis lengkap atau disingkat, misalnya Storey, John atau Storey, J.
7. Artikel yang ditulis dalam Bahasa Inggris dapat menggunakan ejaan *British English* atau *American English* dan harus konsisten di keseluruhan artikel.
8. Artikel dapat dikirim melalui surel ke up2dfibunair@yahoo.co.id

9. Kepastian pemuatan atau penolakan artikel akan diberitahukan secara tertulis kepada penulis. Artikel yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan.
10. Penulis bersedia melakukan revisi artikel jika diperlukan.
11. Penulis yang artikelnnya dimuat akan menerima sepuluh cetak lepas tanda bukti pemuatan.
12. Bahasa yang digunakan dalam penulisan Daftar Pustaka mengikuti bahasa artikel.
13. Penulis disarankan menggunakan *software* Mendeley dalam penulisan sitasi dan daftar pustaka (bisa diunduh secara gratis di [www.mendeley.com](http://www.mendeley.com)) dan memilih gaya selingkung *Turabian style (author-date)*. Jika menyusun sitasi dan daftar pustaka secara manual, perujukan ditulis dengan tata cara seperti contoh berikut.

### **Buku**

Pengutipan dalam teks:

(Arivia 2003:25)

Penulisan dalam Daftar Pustaka:

Nama belakang penulis, Nama depan atau Inisial. Tahun. *Judul*. Kota tempat terbit: Penerbit.

Arivia, Gadis. 2003. *Filsafat Berspektif Feminis*. Jakarta: Yayasan Jurnal Perempuan.

### **Bunga rampai/antologi dan prosiding konferensi yang ber-ISBN**

Pengutipan dalam teks:

(Roth 2008)

Penulisan dalam Daftar Pustaka:

Nama belakang penulis, Nama depan atau Inisial. Tahun. "Judul." Dalam *Judul Buku Antologi*, disunting oleh Nama Lengkap (atau dengan Inisial) Penulis. Kota terbit: Penerbit.

Roth, Paul. 2008. "The Epistemology of Science after Quine." Dalam *The Routledge Companion to Philosophy of Science*, disunting oleh Stathis Psillos dan Martin Curd. London and New York: Routledge.

Jika yang dirujuk adalah bunga rampai secara keseluruhan, maka dituliskan sebagai berikut:

Psillos, S, dan Martin Curd (eds). 2008. *The Routledge Companion to Philosophy of Science*. London and New York: Routledge.

### **Jurnal cetak**

Pengutipan dalam teks:

(Istanti 2001)

Penulisan dalam Daftar Pustaka:

Nama belakang penulis, Nama depan atau Inisial. Tahun. "Judul." *Nama Jurnal* volume (nomor jika ada): rentang halaman.

Istanti, Kun Zachrun. 2001. "Hikayat Amir Hamzah: Jejak dan Pengaruhnya dalam Kesusastraan Nusantara." *Humaniora* 13 (1): 23-37.



### **Artikel surat kabar cetak**

Pengutipan dalam teks:  
(Santoso 2004)

Penulisan dalam Daftar Pustaka:

Nama belakang penulis, Nama depan atau Inisial. Tahun. "Judul." *Nama Surat Kabar*, tanggal dan bulan diterbitkan.

Santoso, Iwan. 2004. "Meruntuhkan Prasangka Menjalin Kebersamaan." *Kompas*, 22 Mei.

### **Makalah dalam pertemuan ilmiah**

Pengutipan dalam teks:  
(Sartini 2011)

Penulisan dalam Daftar Pustaka:

Nama belakang penulis, Nama depan atau Inisial. Tahun. "Judul." Nama Pertemuan Ilmiah. Nama Kota.

Sartini, Ni Wayan. 2011. "Strategi Linguistik dalam Wacana Politik." Seminar Nasional Politik Bahasa dan Bahasa Politik. Surabaya.

### **Laporan penelitian, skripsi, tesis, atau disertasi**

Pengutipan dalam teks:  
(Saputra 2003)

Penulisan dalam Daftar Pustaka:

Nama belakang penulis, Nama depan atau Inisial. Tahun. "Judul." Kota: Nama Institusi.

Saputra, Heru. 2003. "Mantra Sabuk Mangir dan Jaran Goyang dalam Budaya Using di Banyuwangi." Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Panduang lengkap gaya selingkung Mozaik Humaniora bisa dilihat di <http://journal.unair.ac.id/panduan-informasi-314-19.html>

## **B. Etika Penulisan**

Ketika menyerahkan artikel, penulis harus mengirimkan juga formulir penyerahan naskah berisi:

1. Formulir Pernyataan, bahwa a) artikel tersebut adalah asli/bebas plagiarisme, belum pernah dipublikasikan, dan tidak sedang dipertimbangkan untuk publikasi di jurnal/media lain, b) tidak memiliki permasalahan hak cipta untuk gambar atau tabel yang disajikan, dan c) semua penulis telah menyetujui urutan kepengarangan, isi naskah, dan publikasi naskah.
2. Formulir Perjanjian Hak Cipta, bahwa penulis memberikan lisensi bebas royalti kepada penerbit yang ditunjuk manajemen Mozaik untuk menerbitkan, mereproduksi, menyimpan, dan mendistribusikan naskah dalam bentuk cetak dan digital kepada khalayak, dan bahwa penulis tetap memegang hak cipta atas naskah.

Informasi lebih lanjut bisa dilihat di <http://journal.unair.ac.id/pernyataan-penulis-informasi-315-19.html>