

## KOMIK DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAMPUNG MANDIRI SURABAYA

Naufan Noordyanto<sup>1\*</sup>, Sayatman<sup>2</sup>, Wisnu Wijaya<sup>3</sup>, Michele Grace Angelina<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Departemen Desain Komunikasi Visual (DKV), Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital (F-DKBD),  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Surabaya

e-mail: [noordbita@gmail.com](mailto:noordbita@gmail.com)<sup>1</sup>, [sayatasik@its.ac.id](mailto:sayatasik@its.ac.id)<sup>2</sup>, [wisya@its.ac.id](mailto:wisya@its.ac.id)<sup>3</sup>

\*corresponding author: Naufan Noordyanto<sup>1</sup>

### Abstrak

Kampung Mandiri RW 5 Wisma Kedung Asem Indah, Surabaya, menjadi kampung percontohan dalam pembangunan berkelanjutan, namun promosi kampung ini masih terbatas dan belum maksimal memanfaatkan potensi media sosial, terutama dalam melibatkan generasi muda. Minimnya partisipasi generasi muda, terutama usia 15-21 tahun, dalam pembangunan kampung menjadi tantangan serius yang dapat menghambat keberlanjutan program-program kampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi masalah tersebut dengan menyelidiki bagaimana merancang komik digital sebagai media promosi yang efektif untuk mengenalkan Kampung Mandiri kepada generasi muda; menginspirasi generasi muda untuk terlibat dalam kegiatan pemberdayaan lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan berbasis perancangan/penciptaan desain (*desain-based research*). Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data, definisi masalah, ideasi, *prototyping*, dan strategi distribusi komik. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Proses desain komik melibatkan tahapan eksperimen, validasi, dan produksi. Hasil penelitian berupa 25 *chapter* komik digital empat panel yang mempromosikan aspek positif dan inspiratif tentang Kampung Mandiri agar menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda. Komik ini memanfaatkan *platform* Instagram untuk menjangkau audiens. *Paper* ini mendokumentasikan proses kreatif dan tahapan penciptaan komik digital sebagai bentuk kontribusi dalam bidang Desain Komunikasi Visual.

**Kata Kunci:** komik, promosi, Kampung Mandiri

### Abstract

*RW 5 Wisma Kedung Asem Indah, an urban village in Surabaya, has emerged as a model for sustainable community development. However, the village's promotion has been limited and has not fully leveraged the potential of social media, especially in engaging young people. The lack of participation from young people, particularly those aged 15-21, in village development poses a significant challenge that could hinder the sustainability of village programs. This study aims to address this issue by investigating how to design digital comics as an effective promotional medium to introduce Kampung Mandiri to young people and inspire them to participate in environmental empowerment activities. This qualitative research employed a design-based research approach. The research stages included data collection, problem definition, ideation, prototyping, and comic distribution strategy. Data was collected through observation, interviews, and literature review. The comic design process involved experimentation, validation, and production. The research resulted in 25-chapter of four-panel digital comic that promotes the positive and inspiring aspects of Kampung Mandiri in an engaging and accessible manner by young people. The comic was distributed through the Instagram platform to reach a wider audience. This paper documents the creative process and stages of creating digital comics as a contribution to the field of Visual Communication Design.*

**Keywords:** comic, promotion, sustainable village

## 1. PENDAHULUAN

RW 5 Wisma Kedung Asem Indah di Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Surabaya, telah menjadi kampung mandiri percontohan pionir di perkotaan Surabaya sejak diresmikan oleh Gubernur Jawa Timur pada 3 Juni 2023 (Abrijanto, 2023; FA, 2023; Hasana, 2023; Faizal dan Ika, 2023; Hasanah, 2023). Dengan fokus pada konsep berkelanjutan, warga kampung ini telah berhasil membangun berbagai fasilitas ramah lingkungan seperti Green School, kebun hidroponik, rumah kompos, kebun buah dan sayur. Ada pula bank sampah dan area budidaya ikan organik (nila, koi, atau lele organik). Melalui pengelolaan sumber daya ini, masyarakat tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan sendiri, tetapi juga menghasilkan berbagai produk yang bernilai ekonomis yang dikelola bersama, sekaligus melahirkan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang dikelola warga sendiri. Produk-produk hasil pengelolaan lingkungan bersama tersebut tidak hanya dipasarkan kepada warga setempat, namun juga menjadi komoditas yang disiapkan untuk menarik minat konsumen dari luar kampung.

Kampung Mandiri memiliki potensi wisata yang besar namun promosi masih terbatas. Meskipun sudah ada beberapa inisiatif, informasi tentang kampung ini belum tersebar luas ke masyarakat umum, seperti hanya diketahui oleh kalangan pegawai pemerintahan, sivitas akademika, baik dosen/peneliti atau mahasiswa yang seringkali mengambil data, atau tamu dari salah satu warga. Informasi mengenai kampung lebih banyak tersebar melalui jaringan pertemanan dan pemberitaan media massa yang bersifat sporadis. Minimnya promosi yang terencana dan masif menjadi kendala utama dalam menarik minat pengunjung secara lebih luas. Padahal upaya promosi destinasi (suatu wilayah), menurut Calero & Turner (2020), berpotensi mengembangkan kepariwisataan dan ekonomi warga. Promosi yang efektif akan mendorong masyarakat untuk mengunjungi dan membeli produk-produk dari usaha bersama kampung. Temuan lebih lanjut menunjukkan bahwa promosi Kampung Mandiri belum memanfaatkan *platform* digital secara optimal. Promosi Kampung Mandiri melalui media sosial, seperti Instagram, belum optimal. Unggahan yang ada kurang terstruktur dan tidak efektif dalam menyampaikan informasi yang jelas dan menarik. Akibatnya, potensi media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas belum dimanfaatkan secara maksimal.

Minimnya partisipasi generasi muda dalam pembangunan Kampung Mandiri juga menjadi tantangan serius. Informasi dari pengurus kampung, Generasi Z, khususnya usia 15-21 tahun, yang seharusnya menjadi aset penting kampung justru cenderung kurang terlibat dalam kegiatan sosial di lingkungan sekitar. Fenomena ini sejalan dengan tren global di mana generasi muda, khususnya pelajar dan mahasiswa Gen Z, lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dengan perangkat dan mengonsumsi konten digital (Chan & Lee, 2023), selain karena tuntutan mengerjakan tugas sekolah/kuliah (Park & Park, 2021). Akibatnya, keberlanjutan program-program kampung terancam dan potensi ide-ide segar dari generasi muda tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.

Jika permasalahan tersebut dibiarkan, minimnya keterlibatan generasi muda dalam pembangunan kampung berpotensi menimbulkan sejumlah konsekuensi serius. Pertama, terputusnya proses transfer pengetahuan dan keterampilan dari

generasi tua ke generasi muda dapat menghambat keberlanjutan program-program pembangunan kampung. Kedua, tanpa regenerasi kepemimpinan, keberhasilan yang telah dicapai saat ini berisiko tidak dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Ketiga, hilangnya kesempatan bagi generasi muda untuk berkontribusi secara aktif dalam pengembangan kampung dapat menghambat munculnya ide-ide inovatif dan segar untuk mengatasi tantangan di masa depan. Lebih lanjut, berdasarkan observasi, ketidakmampuan generasi lanjut dalam mengadopsi teknologi (*platform*) digital, ditambah dengan minimnya partisipasi generasi muda, semakin memperparah permasalahan dalam hal promosi kampung. Akibatnya, potensi Kampung Mandiri untuk dikenal lebih luas dan menarik minat pengunjung menjadi terbatas.

Berpijak dari masalah tersebut, perlu dikembangkan promosi yang efektif untuk mengenalkan Kampung Mandiri dan mendorong partisipasi remaja usia 15-21 tahun, khususnya rentang usia SMA hingga mahasiswa, agar terlibat dalam pembangunan kampung. Komik dipilih sebagai media promosi karena potensinya yang besar dalam menarik minat generasi muda. Komik, media dengan gambar terjuktaposisi dan berurutan (McCloud, 2008), cenderung lebih menarik minat baca dibandingkan teks biasa, terutama bagi generasi muda (Bonneff & Marcell, 1998; Iriane et al., 2022). Melalui cerita yang menarik dan visual yang kuat sebagai *visual story telling* (Tilley, 2013) atau karya sastra bergambar (Soedarso, 2015), komik tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tapi juga sarana informasi secara menarik dan efektif yang mempengaruhi pembaca (Letterman & Pekar, 2011). Dalam hal ini, komik, dengan format visual yang menarik dan dialog ringkas, dipakai untuk mengenalkan kampung mandiri dan produknya dengan cara yang mudah dipahami. Dengan menciptakan karakter figur yang *relatable*, komik dapat membuat pembaca merasa seolah-olah sedang berinteraksi langsung dengan warga Kampung Mandiri. Komik dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk anak muda usia 15-21 tahun yang merupakan target audiens yang potensial. Dengan demikian, komik berpotensi menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pembangunan berkelanjutan dan mendorong partisipasi aktif generasi muda.

Berdasarkan studi perilaku remaja, komik yang akan dibuat adalah format digital sesuai dengan perilaku konsumsi media remaja saat ini. Komik digital adalah komik yang diproduksi dan dipublikasikan dengan perangkat dan *platform* digital (Budiarti, 2018; Sung & Putra, 2018; Aggleton, 2018) dan dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk dari edukasi hingga promosi (Rafi'i & Syafuddin, 2023; Zhao, 2021; Iriane et al, 2022; Hidayah & Istiqlal, 2022). Selain dapat diakses secara luas melalui *platform* digital, seperti Instagram (Syafuddin, 2020), unggahan komik digital juga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dengan pembaca.

Instagram dipilih sebagai *platform* distribusi komik digital karena memiliki basis pengguna yang besar, terutama generasi muda, dan paling banyak digunakan di Indonesia, dengan rata-rata waktu penggunaan 15 jam 24 menit per bulan (Laporan We Are Social, 2023). Sebagian besar pengguna Instagram mencari konten yang menarik, mengikuti tren, dan ingin terhubung dengan komunitas yang memiliki minat

serupa. Selain itu, fitur-fitur Instagram seperti *slide*, *hashtag*, dan interaksi pembaca sangat mendukung penyebaran dan promosi komik. Pilihan fitur *slide* pada Instagram memungkinkan presentasi komik yang lebih menarik dan mudah diikuti. Fitur *hashtag* memudahkan pengguna untuk menemukan konten yang relevan, termasuk komik tentang Kampung Mandiri. Selain itu, fitur interaktif seperti komentar, *like*, *direct message*, dan fitur interaktif lainnya memungkinkan terjadinya interaksi (Jang et al, 2015 dan Kim et al 2021) antara pembuat komik dan pembaca, serta antara pembaca dengan sesama pembaca. Hal ini dapat menciptakan rasa keterlibatan yang lebih mendalam dan membangun komunitas berkaitan dengan Kampung Mandiri. Instagram juga memungkinkan kita untuk membangun komunitas dan mempromosikan *brand values* (Risanti & Hani, 2020, dan Casaló et al, 2020; Kurniawati, 2017), dalam hal ini, nilai-nilai Kampung Mandiri. Instagram juga digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan potensi pariwisata daerah (Kurniawati, 2017), termasuk produk atau jasa, terutama hasil usaha Kampung Mandiri.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana merancang komik digital sebagai media promosi hasil pemberdayaan lingkungan dan kegiatan usaha Kampung Mandiri Surabaya. Fokus konten komik, yaitu: 1) Mengenalkan/mempromosikan dan menginspirasi anak muda tentang pemberdayaan sumber daya alam, fasilitas umum, dan kegiatan usaha bersama warga di tingkat Rukun Warga (RW) sehingga kampung lain dapat mereferensi Kampung Mandiri Surabaya (kampung percontohan); dan 2) Mengubah pandangan dan mengajak partisipasi anak muda dalam kegiatan pemberdayaan sumber daya alam di Kampung Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mendokumentasikan proses kreatif dan tahapan penciptaan komik digital sebagai bentuk kontribusi dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Penelitian ini sejalan dengan visi Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya Tujuan ke-11 yang berfokus pada pembangunan kota dan permukiman yang inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif, berbasis perancangan/penciptaan desain (*design-based research*) (Reinmann, 2010) untuk mengembangkan komik digital sebagai media promosi Kampung Mandiri. Metode ini melibatkan praktik artistik sebagai bentuk penelitian dalam mengembangkan dan mengevaluasi solusi desain untuk pemecahan masalah. Metode ini juga melibatkan proses kreatif iteratif, di mana peneliti (penulis) berperan sebagai desainer yang melakukan eksperimen dan evaluasi secara berulang.

Penelitian ini mengikuti tahapan *design thinking* (Ambrose dan Harris, 2010), meliputi: 1) pengumpulan data; 2) definisi masalah; 3) ideasi; 4) *prototyping*; dan 5) distribusi (lihat Gambar 1).

### Tahap 1: Pengumpulan data

#### Teknik:

- 1) Mengobservasi dan mendokumentasikan berulang (Maret-Juni 2024) di Kampung Mandiri, RW 5 Wisma Kedung Asem Indah, Surabaya;
- 2) Mewawancarai Ketua RW dan Pembina Karang Taruna.

#### Hasil:

- a. Data kondisi (fasilitas) kampung, aktivitas warga, dan isu di kampung (diuraikan untuk mengonstruksi latar belakang di subbab 1 Pendahuluan dan diimpor di Tabel 1, baris Masalah);
- b. Data visual: hasil dokumentasi terpilih menjadi data visual (*scene materials*) yang dimasukkan pada komik (lihat Tabel 5);
- c. Data yang terkumpul memberikan gambaran mengenai keberhasilan kampung sebagai Kampung Mandiri percontohan dalam mengelola potensi kampung dan pemberdayaan sumber daya alam; tantangan promosi yang dihadapi, serta minimnya partisipasi generasi muda.

#### Teknik:

Mewawancarai orang luar kampung untuk mengetahui kesadaran dan pengetahuan mereka pada Kampung Mandiri Surabaya

#### Hasil:

- a. Informasi tentang Kampung Mandiri Surabaya diketahui belum tersebar luas ke masyarakat umum, seperti hanya diketahui oleh kalangan pegawai pemerintahan, sivitas akademika, baik dosen/peneliti atau mahasiswa yang seringkali mengambil data, atau tamu dari salah satu warga.
- b. Informasi mengenai kampung lebih banyak tersebar melalui jaringan pertemanan dan pemberitaan media massa yang bersifat sporadis.

#### Teknik:

Melakukan studi literatur, mencakup teori penyokong, hasil penelitian sebelumnya, dan mengumpulkan material berita media massa soal Kampung Mandiri.

#### Hasil:

- a. Data mengenai perilaku konsumsi media generasi muda, preferensi *platform* digital, dan potensi komik sebagai media komunikasi yang menarik juga dikumpulkan untuk mendukung pemilihan komik digital sebagai solusi promosi yang tepat;
- b. Teori tentang pemasaran wilayah; karakter Gen Z sebagai audien target; karakter komik (digital), jenis dan gaya, cerita, penokohan, dan potensinya; karakter Instagram dalam mempromosikan wilayah;
- c. Media massa yang memberitakan peresmian Kampung Mandiri (subbab 1 Pendahuluan).

### Tahap 2: Definisi masalah

#### Teknik:

- 1) Menganalisis data;
- 2) Mengidentifikasi masalah utama;
- 3) Menetapkan tujuan desain komik;
- 4) Merinci (*break down*) segmentasi audien target

#### Hasil:

- a. Rumusan masalah dan tujuan perancangan (3.1.1)
- b. Segmentasi audien target (3.1.2)

**Tahap 3: Ideasi****Teknik:**

Menyusun:

Strategi kreatif → unsur verbal dan unsur visual;

Strategi media → rencana distribusi via Instagram

**Hasil:**

## a. Strategi kreatif:

- 1) Kerangka konseptual perancangan sebagai panduan mengembangkan narasi verbal dan visual relevan;
- 2) Unsur verbal → genre/jenis cerita yang akan disampaikan (3.2.2); gaya percakapan dan bahasa yang digunakan (3.2.3); Pengembangan Narasi/Cerita (3.2.4.) yang memuat konsep cerita, tema cerita, pesan moral, struktur cerita, *storyline* atau plot dan pembabakan;
- 3) Unsur visual → konsep visual dan teknik visualisasi (3.2.5) yang memuat bentuk/format komik; tokoh dan penokohan; gaya gambar karakter; ilustrasi latar belakang dan teknik visualisasi; warna; desain balon kata; dan tipografi;

## b. Strategi media → penyesuaian format penyajian komik untuk unggahan Instagram (3.2.6.): dimensi, sajian persalinan/slide, dan hierarki/urutan konten.

**Tahap 4: Prototype****Teknik:**

- 1) Melakukan eksperimen bentuk & sketsa karakter;
- 2) Membuat sketsa komik;
- 3) Melakukan digitalisasi & pewarnaan;
- 4) Melakukan pemeriksaan oleh tim peneliti dan ahli/dosen di luar tim;
- 5) Melakukan validasi *stakeholder* pengurus kampung (karakter, cerita, dan visualisasi latar belakang kampung dalam komik);
- 6) Melakukan revisi (minor);
- 7) Melakukan validasi lanjutan dengan *stakeholder* pengurus kampung;
- 8) Memperoleh persetujuan akhir;
- 9) Memproduksi komik final.

**Hasil:**

Komik final yang disetujui.

**Tahapan 5: Distribusi****Teknik:**

- 1) Mendistribusikan komik kepada pengurus Kampung Mandiri (pimpinan kampung dan karang taruna);
- 2) Menyusun panduan teknis distribusi komik bagi pengurus kampung.

**Hasil:**

- a. Melakukan serah terima komik dari penulis pada *stakeholder* (pengurus kampung) yang akan bertindak sebagai distributor/penyebarkan komik;
- b. *Draft* panduan teknis singkat rencana distribusi komik.

Gambar 1. Diagram alur penelitian  
[Sumber: Penulis, 2024]

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, pembahasan difokuskan pada hasil yang diperoleh dari tahapan kedua hingga kelima penelitian, yaitu mulai dari pendefinisian masalah, ideasi, *prototyping*, hingga distribusi. Tahap pertama penelitian, yaitu pengumpulan data, telah dideskripsikan secara teknis pada subbab 2, Metode Penelitian, dan hasilnya telah diuraikan pada Subbab 1, Pendahuluan, sebagai latar belakang penelitian yang komprehensif dalam memaparkan perancangan komik Kampung Mandiri di RW 5 Wisma Kedung Asem Indah, Surabaya. Data yang terkumpul memberikan gambaran mengenai keberhasilan kampung sebagai percontohan, tantangan promosi yang dihadapi, serta minimnya partisipasi generasi muda. Informasi ini menjadi landasan untuk mengidentifikasi permasalahan mendasak, yaitu kebutuhan akan media promosi yang efektif dan relevan bagi generasi muda. Data mengenai perilaku konsumsi media generasi muda, preferensi *platform* digital, dan potensi komik sebagai media komunikasi yang menarik juga dikumpulkan untuk mendukung pemilihan komik digital sebagai solusi promosi yang tepat. Dengan demikian, pengumpulan data memainkan peran krusial dalam merumuskan latar belakang yang kuat dan relevan, yang mengarah pada pencapaian tujuan penelitian (subbab 3.1.1), yaitu merancang komik digital sebagai media promosi yang efektif bagi Kampung Mandiri.

#### 3.1 Definisi Masalah

##### 3.1.1. Rumusan Masalah dan Tujuan (Objektif)

Rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagaimana dipaparkan dalam Subbab 1 Pendahuluan, adalah bagaimana merancang komik digital yang efektif sebagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi generasi muda dalam pembangunan Kampung Mandiri RW 5 Wisma Kedung Asem Indah, dengan fokus pada pengenalan potensi kampung dan pemberdayaan sumber daya alam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendokumentasikan proses kreatif dan tahapan penciptaan komik digital Kampung Mandiri yang menarik dan relevan bagi audiens target, serta untuk mengeksplorasi potensi komik digital sebagai sarana edukasi dan promosi yang efektif melalui *platform* Instagram, dengan harapan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan desain komunikasi visual yang mendukung pembangunan berkelanjutan (SDGs).

##### 3.1.2. Audiens Target

- a. Demografis: remaja usia 15-21 tahun, pelajar SMA atau mahasiswa,
- b. Geografis: tinggal di kampung desa atau perkotaan, di Surabaya maupun nasional;
- c. Psikografis: sadar sosial/peduli pada lingkungan dan masyarakat sekitar; tertarik untuk mencoba sesuatu yang baru; suka mengeksplorasi dan menegaskan identitas pribadi mereka, terutama keterlibatan dengan masyarakat; memegang prinsip gotong royong, guyup rukun, dan toleransi;
- d. *Behaviour*: menggunakan media sosial (Instagram), aktif mencari informasi dan sarana hiburan, di samping memposting foto/gambar; sering membaca komik;

### 3.2. Ideasi dan *Prototyping*

Dalam menjabarkan gagasan utama dan konsep desain yang didasarkan pada rumusan masalah desain, subbab ini menyajikan hasil tahap ideasi yang dipadukan dengan hasil tahap *prototyping*, khususnya dalam memvisualisasikan konsep yang telah diuraikan pada subbab 3.2.5. Konsep Visual dan Teknik Visualisasi. Penggabungan pembahasan *prototyping* dalam subbab ini didasarkan pada sifat *prototyping* yang lebih menekankan pada tahapan teknis dalam merealisasikan konsep desain dari tahap ideasi. Oleh karena itu, penyajian visual komik (*prototyping*) ditampilkan secara beriringan dengan uraian konsep sebagai bentuk realisasinya. Setiap tahapan ini telah divalidasi oleh pengurus kampung (lihat Gambar 1), mencakup pemetaan cerita yang relevan dengan permasalahan penelitian, penggunaan bahasa, pengembangan karakter/figur dan penokohan, serta ilustrasi latar belakang Komik Kampung Mandiri.

#### 3.2.1 Konsep dan Objektif/Tujuan Perancangan

Penulis mengembangkan kerangka konseptual perancangan sebagai panduan mengembangkan narasi verbal dan visual relevan, meliputi bedah masalah, pendekatan, dan deskripsi rencana penerapan dalam komik, dan potensi/harapan dampaknya, dijabarkan lebih lanjut dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kerangka konseptual dan tujuan perancangan  
[Sumber: Penulis, 2024]

	Kerangka Konseptual	Tujuan Perancangan
<b>Masalah</b>	Minimnya promosi fasilitas umum dari hasil pemberdayaan sumber daya, kegiatan, dan komoditas.	Minim keterlibatan anak muda dalam pembangunan kampung
<b>Pendekatan</b>	<p>Mengenalkan dan menginspirasi anak muda tentang pemberdayaan sumber daya alam dan kegiatan usaha bersama warga di tingkat RW sehingga kampung lain dapat mereferensi Kampung Mandiri Surabaya (kampung percontohan), dengan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengenalkan fasilitas umum dari hasil pemberdayaan sumber daya, kegiatan, dan komoditas kampung beserta operasionalnya.</li> <li>Menyebarkan nilai inti dalam membangun kampung mandiri: gotong royong, guyup rukun, dan toleransi.</li> </ol>	Mengubah pandangan dan mengajak partisipasi anak muda dalam kegiatan pemberdayaan sumber daya alam di Kampung Mandiri: memberikan pemahaman tentang potensi anak muda untuk teribat dalam karang taruna (di tempat tinggalnya).



	Kerangka Konseptual	Tujuan Perancangan
<b>Penerapan dalam komik (deskripsi rincian)</b>	Mencipta dan menghadirkan kisah anak muda (remaja usia SMA) sebagai figur/tokoh utama yang baru pindah tinggal ke Kampung Mandiri. Tokoh utama ini, diberi nama "Kaman" yang terinspirasi dari kependekan nama Kampung Mandiri, mewakili target audiens/sasaran yang dikenalkan tentang lingkungan kampung dan diajak keterlibatan dan kontribusinya pada kampung.	Menampilkan komplikasi cerita karakter utama mulai penasaran dan tertarik dengan fasilitas umum di kampung mandiri yang berbeda dengan kampung lain di daerah perkotaan (Surabaya) umumnya, namun ia tidak mengetahui tujuan, manajemen produksi-distribusi, serta manfaatnya untuk kampung. Tokoh utama juga tidak berminat diajak berkontribusi untuk kampung yang ia tinggali dan sukai saat ini. Karena itu, tokoh utama dikenalkan dan disadarkan tentang fasilitas kampung dan kontribusi remaja untuk membangun kampung.
<b>Potensi dampak pada audiens: masyarakat (anak muda atau remaja)</b>	a) Teredukasi dalam membangun kampung berkonsep kemandirian dan peningkatan kesejahteraan; b) Terdampak <i>softselling</i> agar tertarik berkunjung ke kampung tersebut, karena ke depan ingin jadi desa dg pariwisata edukasi yang masif; c) Terdampak <i>softselling</i> agar orang luar tertarik membeli hasil produksi pengolahan sumber daya kampung.	1) Mengetahui potensinya dalam pembangunan kampung; 2) Mendukung dan terlibat dalam pengorganisasian kampung.

### 3.2.2. Genre komik

Mengingat fokus penelitian adalah menggambarkan kehidupan sehari-hari di Kampung Mandiri, genre "*slice of life*" dipilih sebagai genre utama. Genre ini memungkinkan penggambaran yang realistis dan sederhana tentang aktivitas warga, fasilitas umum, serta kontribusi karang taruna. Konsep "*slice of life*" dapat diartikan sebagai "potongan kehidupan" yang tidak berfokus pada plot yang rumit atau konflik yang besar, melainkan lebih menyoroti momen-momen kecil dalam kehidupan sehari-hari tokohnya. Selain itu, untuk menambah kedalaman cerita dan menarik minat pembaca remaja (Annisa *et al*, 2020), dipadukan juga unsur drama yang ringan dan komedi.

### 3.2.3. Gaya percakapan dan bahasa

Sesuai segmentasi audiens target (sub 3.1), percakapan (dalam balon kata) menggunakan kosakata Bahasa Indonesia, bercampur dengan bahasa gaul yang diucapkan oleh remaja sehari-hari, disertai dengan ungkapan sederhana bahasa Jawa ala Surabaya (*Suroboyoan*), seperti pertanyaan diakhiri dengan akhiran "... ta?"; pengucapan kata "*ndak*"; penggunaan frasa tanya penekanan "*yaopo seh?*", "*yo kan?*"; atau penggunaan kata "*cangkruk*" (nongkrong), "*ngerewangi*" (membantu), "*arek*" (anak/remaja), dan sebagainya.

### 3.2.4. Pengembangan Narasi/Cerita

#### 1) Konsep Cerita

Tabel 2. Konsep cerita Komik  
[Sumber: Penulis, 2024]

<b>Tokoh utama (protagonis)</b>	Kaman, anak SMA yang baru pindah ke Kampung Mandiri
<b>Tokoh antagonis</b>	Pengurus dan anggota Karang Taruna: Aan, Akmal, Sayap, Yasmin, dan Fany
<b>Tokoh pembantu (Tritagonis)</b>	Pak Didik, Ketua RW 5 dan Bu Lisa, Pembina Karang Taruna
<b>Motif tokoh utama</b>	Kaman, seorang remaja SMA yang baru pindah ke Kampung Mandiri dan belum mengenal lingkungan barunya. Awalnya, ia menolak ajakan untuk bergabung dengan Karang Taruna, organisasi pemuda di kampung tersebut. Namun, rasa ingin tahunya tentang pengelolaan sumber daya alam di kampung membangkitkan minatnya. Pertemuannya dengan pengurus kampung memperdalam pengetahuannya dan membulatkan tekadnya untuk berkontribusi dalam membangun kampung.
<b>Halangan/Konflik</b>	Perkenalan Kaman dengan pengurus Kampung Mandiri berujung pada ajakan untuk terlibat dalam membangun kampung. Namun, Kaman tidak berminat diajak untuk berkontribusi untuk kampung. Ia tidak mengetahui konsep Kampung Mandiri, tujuan, dan pengelolaan hasil yang berasal dari pemberdayaan dan kerja sama warga dan remaja.
<b>Premis</b>	Kaman mulai penasaran dan tertarik dengan fasilitas umum di Kampung Mandiri yang berbeda dengan kampung lain di daerah perkotaan (Surabaya) umumnya. Ia berkeliling Kampung dan bertemu dengan pengurus Kampung.
<b>Logline</b> (kalimat tunggal, merangkum singkat plot, karakter utama, dan konflik cerita (Aristo, 2017)). <i>Logline</i> , oleh penulis, dirumuskan dari objektif/tujuan desain.	Seorang remaja SMA yang baru tinggal di Kampung Mandiri harus dikenalkan tentang Kampung Mandiri dan diajak untuk terlibat membangun kampung.

#### 2) Tema Cerita

Berdasarkan uraian konsep desain di atas, tema "Kampung Mandiri Berseri di Surabaya" dipilih sebagai tema sentral komik dengan rincian konsep:

- Keberlanjutan: menyoroti pentingnya pembangunan berkelanjutan, yaitu Kampung Mandiri sedang berupaya mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dengan pelestarian lingkungan.
- Pemberdayaan: menekankan peran aktif masyarakat dalam membangun kampungnya dengan menyorot kisah inspiratif tentang hasil usaha bersama warga.
- Inovasi: menyoroti inovasi-inovasi yang dilakukan warga dalam mengelola sumber daya dan memberdayakan masyarakat.
- Potensi wisata: mempromosikan hasil pemberdayaan lingkungan dan kegiatan usaha di Kampung Mandiri.
- Peran generasi muda: mengajak generasi muda untuk terlibat aktif dalam pembangunan kampung.

Dari tema itu kemudian dibuat *headline* atau judul komik (lihat Gambar 3), sekaligus tagar #KampungMandiriBerseri #KampungMandiriSurabaya yang dapat disertakan pada *caption* postingan Instagram. Dari tema itu, komik ini mengangkat cerita dengan rincian:

- a. Menampilkan pencapaian kampung: menunjukkan keberhasilan penerapan berbagai inisiatif pengelolaan sumber daya alam, usaha bersama warga, dan fasilitas umum di Kampung Mandiri.
- b. Menyebarkan informasi tentang Kampung Mandiri: menjelaskan dampak positif Kampung Mandiri bagi masyarakat, termasuk peningkatan kelestarian lingkungan, pemberdayaan ekonomi, dan kohesi sosial.
- c. Mempromosikan nilai-nilai inti Kampung Mandiri: pentingnya gotong royong, guyup rukun, dan toleransi dalam membangun komunitas yang kuat dan tangguh.
- d. Mendidik dan menginspirasi generasi muda: mendorong generasi muda untuk mengambil peran aktif dalam mengembangkan komunitas kampung dan berkontribusi pada penciptaan masa depan yang lebih berkelanjutan dan adil.
- e. Menarik pengunjung dan mempromosikan produk lokal: membangkitkan minat terhadap Kampung Mandiri sebagai destinasi wisata potensial dan mendorong pembelian produk lokal yang dihasilkan, sehingga dapat mendukung ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### 3) Pesan Moral

Berdasarkan Tabel 1, pesan dalam promosi Kampung Mandiri mencakup nilai gotong royong, guyup rukun, toleransi, inovasi, dan pentingnya menjaga lingkungan.

### 4) Struktur Cerita

- a. *Set up*/prolog atau pengantar cerita (Endraswara, 2013): pengenalan tokoh utama yang pindah tinggal ke Kampung Mandiri Surabaya. Sebagai permulaan, diceritakan, kondisi suhu Surabaya yang relatif panas, membuat Kaman enggan bepergian. Kendati demikian, kampung yang ia tinggali saat ini membuatnya penasaran untuk dijelajahnya.
- b. Konfrontasi/komplikasi/konflik: tokoh utama menunjukkan ketertarikannya dengan fasilitas umum yang ada di Kampung Mandiri namun menolak diajak bergabung membangun kampung, sehingga ia diajak keliling menjelajahi kampung.
- c. Resolusi: tokoh utama memahami fasilitas umum dari hasil pemberdayaan sumber daya, kegiatan, dan komoditas; serta tertarik ikut karang taruna sebagai cara membangun kampung yang ia tinggali. Tokoh utama disambut baik oleh anggota Karang Taruna.
- d. Epilog: tokoh utama turut mempromosikan sumber daya; dan mengajak remaja lain untuk terlibat dalam pembangunan Kampung Mandiri.

### 5) Plot cerita dan pembabakan

Plot atau alur cerita adalah kerangka dari keseluruhan skenario/cerita (Ueno, 2019). Sebagaimana konsep cerita (Tabel 2) dan struktur cerita (sub 3.5.4), komik Kampung Mandiri ini diskenariokan dengan alur maju dan linear, yaitu berjalan secara kronologis dari awal hingga akhir. Pembabakan dibagi menjadi 25 *chapter*. Istilah "*chapter*" yang akan ditulis dan dibubuhkan beserta judulnya di komik, oleh penulis, diganti dengan

padanan istilah lokal “lakon”, yang berarti “skenario” atau “sandiwara”, agar lebih berkesan lokal (Jawa) sesuai latar sosio kultural cerita.

Tabel 3. Plot Komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya”  
[Sumber: penulis, 2024]

Struktur	Chapter (Lakon)	Deskripsi
Prolog	<b>Lakon 1:</b> Kaman dan Kampung Mandiri	Pengenalan tokoh utama yang pindah tinggal ke Kampung Mandiri Surabaya. Sebagai permulaan, diceritakan, kondisi suhu Surabaya yang relatif panas, membuat Kaman enggan bepergian. Kendati demikian, kampung yang ia tinggali saat ini membuatnya penasaran untuk dijelajahnya.
	<b>Lakon 2:</b> Tempat Misterius di Kampung	Kaman melihat-lihat sebagian fasilitas umum yang ada di Kampung Mandiri, seperti Green House dan kolam budidaya ikan, ia merasa kagum, namun tidak mengetahui profil kampung.
	<b>Lakon 3:</b> Orang Pingsan	Kaman melihat beberapa anak muda yang sedang tidur-tiduran di gazebo Green School.
	<b>Lakon 4:</b> Rapat Karang Taruna	Kaman menjumpai sejumlah remaja anggota Karang Taruna Kampung Mandiri yang sedang berkumpul.
	<b>Lakon 5:</b> Orang baru	Kaman menjadi orang baru di Kampung Mandiri, sehingga ia kemudian berkenalan dengan beberapa anggota Karang Taruna yang duduk-duduk di gazebo Green School.
	<b>Lakon 6:</b> Berkenalan dengan Anggota Karang Taruna	
	<b>Lakon 7:</b> Karang Taruna?	Para anggota Karang Taruna mengenalkan Karang Taruna pada Kaman dan mengajaknya masuk, tapi Kaman menolak.
	<b>Lakon 8:</b> Kegiatan Karang Taruna	Anggota Karang Taruna berusaha meyakinkan Kaman untuk ikut Karang Taruna, sedangkan ia tidak mengetahui kegiatan dan kontribusi karang Taruna untuk kampung; merasa keberatan, serta berkesan menambahi pekerjaan dalam hidupnya.
	<b>Lakon 9:</b> Pengurus Kampung Mandiri	Perkenalan dengan Ketua RW dan Bu Nisa (pembimbing Karang Taruna) dan ringkasan kontribusi Karang Taruna pada Kampung
Komplikasi atau Konflik	<b>Lakon 10:</b> Fasilitas Umum	Kaman dipersilakan mengamati keliling dan melihat kolam ikan dan kebun di Green School dan terlihat tertarik.
	<b>Lakon 11:</b> Strategi pengenalan kampung	Ketua RW mengajak Kaman untuk menjelajahi kampung sehingga bisa memberi pertimbangan dirinya bergabung untuk berkontribusi pada kampung melalui karang taruna.
	<b>Lakon 12:</b> Green School	Pengenalan Green School: tanaman dan hewan yang dipelihara warga.
	<b>Lakon 13:</b> Pemanasan Global	Tujuan dan rencana kegiatan Green School setelah beroperasi.
	<b>Lakon 14:</b> Warga menangkal perubahan iklim	
	<b>Lakon 15:</b> Rumah Kompos	Pengenalan Rumah Kompos: proses singkat pembuatan pupuk kompos dan alat-alatnya.
	<b>Lakon 16:</b> Hidroponik	Pengenalan Kebun Hidroponik: sistem hidroponik dan kontribusi warga dalam merawat kebun tersebut.
	<b>Lakon 17:</b> Kolam budidaya ikan	Pengenalan ternak Lele: cara merawat lele.
	<b>Lakon 18:</b> Jawaban salah	Tokoh utama tidak mengetahui akan tujuan usaha bersama ternak ikan dan usaha kampung lainnya.

Struktur	Chapter (Lakon)	Deskripsi
	<b>Lakon 19:</b> Orang baru (2)	Tokoh berkenalan dengan remaja putri anggota Karang Taruna tetapi mereka kurang respek pada tokoh utama karena tokoh utama tidak berminat diajak bergabung ke dalam Karang Taruna.
	<b>Lakon 20:</b> Ternak lele	Remaja anggota Karang Karuna menjelaskan distribusi hasil panen lele.
	<b>Lakon 21:</b> Usaha Bersama Warga	Ketua RW menjelaskan alur pemasaran produk kampung dan serapan hasilnya untuk warga
	<b>Lakon 22:</b> Bank Sampah	Pengenalan Bank Sampah dan tata kelolanya di Kampung Mandiri
	<b>Lakon 23:</b> Jenis Sampah	Pengenalan sistem pemilahan sampah dan sampah yang ditabung di Bank Sampah.
Resolusi	<b>Lakon 24:</b> Bergabung dalam Karang Taruna	Tokoh utama menjadi tahu fasilitas umum dari pemberdayaan sumber daya, kegiatan, dan komoditas warga Kampung Mandiri sehingga tertarik bergabung ke dalam karang taruna. Ia disambut baik oleh anggota Karang Taruna, Ketua RW, serta Bu Nisa.
Epilog	<b>Lakon 25:</b> Mengenalkan Kampung Mandiri (Kesimpulan dan Pesan)	Panggilan untuk menyebarkan profil Kampung Mandiri Surabaya agar dikenal luas dan agar orang luar tertarik membeli hasil pengolahan sumber daya kampung yang diproduksi. Juga, panggilan untuk mengajak remaja lain untuk berkontribusi untuk membangun kampung.

### 3.2.5. Konsep Visual Dan Teknik Visualisasi

#### 1) Bentuk/Format Komik

Format komik yang diadopsi adalah komik strip 4-koma (*Yonkoma*) atau komik empat panel (Madill, A., 2015) yang membungkus drama sederhana dan singkat per-chapter/pembabakan. Draft komik empat panel ini bisa diakses melalui: <https://its.id/KomikKampungMandiriSBY>. Format komik ini dipilih karena kesederhanaannya, ringkas dan padat, memungkinkan pembaca dapat dengan cepat menangkap pesan yang disampaikan. Guna optimalisasi mempromosikan kampung di platform Instagram, setiap *chapter* komik empat panel ini kemudian dibagi dua *slide* (*carousel*) dengan dua panel per-*slide*. Dalam penciptaan panel berdasar plot cerita (Tabel 3), dominan digunakan transisi subjek ke subjek (*subject-to-subject*) dan adegan ke adegan (*scene-to-scene*) (meminjam istilah dari McCloud, 1993). Transisi subjek ke subjek memungkinkan eksplorasi berbagai aspek dalam satu adegan (percakapan atau interaksi tokoh) memungkinkan pembaca untuk mengeksplorasi berbagai aspek dari suatu adegan atau situasi. Sedangkan transisi adegan ke adegan memungkinkan peralihan antar lokasi, efektif untuk memperkenalkan berbagai fasilitas di Kampung Mandiri.

#### 2) Tokoh dan Penokohan

Karakter dalam komik terinspirasi dari tokoh nyata di Kampung Mandiri, terutama ketua RW 5 dan pembina Karang Taruna yang berperan sebagai tritagonis yang membantu tokoh utama (Jung et al., 2013). Tokoh utama (protagonis) dan antagonis merupakan karakter fiktif yang dirancang untuk memicu konflik dan perkembangan cerita. Tokoh protagonis dan antagonis bukan hanya dilihat dari perspektif baik atau buruk saja. Tokoh utama (protagonis) adalah karakter atau figur/tokoh utama/pemimpin, pusat narasi, yang menjalankan cerita, memiliki tujuan, dan mengantarkan pembaca pada konflik cerita, yang mengalami pergolakan batin dan fisik (Kamisin & Achin, 2020). Sedangkan

tokoh antagonis, dalam hal ini, merupakan tokoh yang memicu pergolakan batin dan fisik tokoh protagonis (Frazer & Moyer-Gusé, 2021).



Gambar 2. Proses validasi komik dengan pengurus Kampung Mandiri yang menjadi karakter/tokoh dalam komik, yaitu: (a) Ketua RW; dan (b) Pembina Karang Taruna  
[Sumber: penulis, 2024]

Pembagian peran dan deskripsi peran masing-masing tokoh dapat dilihat pada Tabel 4, sedangkan visualisasi karakter bisa dilihat pada papan karakter (*character board*) (lihat Gambar 2).

Tabel 4. Tokoh dalam komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya”  
[Sumber: penulis, 2024]

Jenis karakter	Nama karakter	Profil (deskripsi)
Protagonis	Kaman	<ul style="list-style-type: none"><li>●Pelajar SMA kelas XI yang baru pindah di Kampung Mandiri;</li><li>●Memiliki keingintahuan tinggi, menyukai alam dan tempat sejuk</li></ul>
Antagonis	Aan	<ul style="list-style-type: none"><li>●Wakil ketua Karang Taruna;</li><li>●Menggantikan ketua Karang Taruna yang sering tidak ada di Kampung;</li><li>●Paling tahu mengenai seluk beluk Kampung, kenal semua warga kampung</li><li>●Humble, dan terbuka</li></ul>
	Akmal	<ul style="list-style-type: none"><li>●Anggota sepuh Karang Taruna (membantu Aan);</li><li>●Pencari anggota baru Karang Taruna;</li><li>●Mahasiswa semester delapan yang memiliki banyak waktu senggang;</li><li>●Memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai alam</li></ul>
	Sayap	<ul style="list-style-type: none"><li>●Anggota Karang Taruna, Ketua Remaja Masjid;</li><li>●Mengenakan sarung;</li><li>●Dikenal suka bercanda</li></ul>
	Yasmin	<ul style="list-style-type: none"><li>●Anggota Karang Taruna;</li><li>●Mahasiswa;</li><li>●Anak Bu Lisa;</li><li>●Aktif dalam kegiatan Karang Taruna</li></ul>
	Fany	<ul style="list-style-type: none"><li>●Anggota muda Karang Taruna;</li><li>●Anak usia SMA, kelas X;</li><li>●Tahu sedikit tentang fasilitas-fasilitas di Kampung Mandiri;</li></ul>

Jenis karakter	Nama karakter	Profil (deskripsi)
Tritagonis	Pak Didik	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Ceria dan banyak ingin tahu</li> <li>●Ketua RW 05 (Kampung Mandiri);</li> <li>●Memimpin pengelolaan seluruh fasilitas umum di Kampung Mandiri;</li> <li>●Inovatif, memiliki banyak rencana untuk pembangunan kampung</li> </ul>
	Bu Lisa	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Pembina Karang Taruna;</li> <li>●Membimbing remaja di Kampung Mandiri;</li> <li>●Tahu mengenai kegiatan Wanita Tani;</li> <li>●Aktif dalam kegiatan Ibu PKK Kampung</li> </ul>

### Desain Karakter



Gambar 3. Papan karakter komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya”  
[Sumber: penulis, 2024]

### 3) Gaya Gambar Karakter

Gaya gambar kartun dengan ilustrasi karakter bercorak semi-realistik (Gambar 2), dipilih untuk menggambarkan karakter/tokoh komik dengan karakteristik:

- Proporsi tubuh dideformasi (Zaharia, *et al*, 2008): kepala umumnya lebih besar dibandingkan tubuh, rambut diilustrasikan sederhana dan polos, dan ekspresi wajah yang dilebih-lebihkan (Liu, *et al*, 2019).
- Detail fisik yang sederhana (Fujiwara *et al*, 2002; Breazeal, 2003), memprioritaskan pada bentuk dasar dan ekspresi yang lebih cepat dikenali (Ikeda, 2020; Wessler & Hansen, 2021).

c. Garis (*simplified lines*): garis yang digunakan cenderung tegas.

Gaya gambar kartun ini dipilih karena kesederhanaan dan ekspresi yang kuat. Gaya ini memungkinkan pembaca, terutama generasi muda, untuk dengan mudah memahami dan terhubung dengan cerita. Selain itu, gaya kartun memungkinkan ekspresi emosi yang lebih bebas dan dramatis, sehingga pesan tentang Kampung Mandiri dapat disampaikan secara efektif dan menarik.

4) Ilustrasi Latar Belakang dan Teknik Visualisasi

Ilustrasi latar belakang dalam komik ini menggabungkan teknik *drawing* dan fotografi untuk menghadirkan gambaran aktual dan realistis tentang Kampung Mandiri, sehingga visualisasi realistik ini membantu pembaca untuk menerima informasi (Skulmowski & Rey, 2021). Foto-foto yang diambil dari lokasi dijadikan sebagai latar belakang utama dalam panel komik (lihat Tabel 5). Teknik penyuntingan seperti *posterize* dan efek *watercolor* diterapkan untuk memberikan tampilan visual yang menarik dan konsisten. Pendekatan ini, yang disebut "rekontekstualisasi foto dalam komik" oleh Shim (2017), telah digunakan dalam karya-karya seperti Webtoon "Next Door Country" (karya akun "Mas Aditya"), "Lazy Cooking" (karya akun "Sibbil"), serta komik Sains Kuark (terbitan PT Kuark Internasional, Jakarta).

Tabel 5. Sampel visualisasi Komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya”  
[Sumber: Penulis, 2024]

Chapter (Lakon)	Deskripsi (visualisasi)	Material foto pada latar belakang	Ilustrasi dengan teknik drawing dan fotografi
Lakon 3: Orang Pingsan	Panel 1: (Sudut lebar, mata normal) Kaman di antara pepohonan.		
	Panel 2: (Sudut lebar, mata normal) lansekap gazebo (sudut pandang Kaman).		





5) Warna

Pemilihan palet warna pada elemen visual komik ini didasarkan pada karakteristik visual lingkungan Kampung Mandiri. Dominasi warna lingkungan yang cerah, merefleksikan kondisi alam tropis Surabaya yang subur dan kaya cahaya matahari, menjadi acuan utama. Palet warna yang cerah dan berenergi ini dipilih untuk menciptakan atmosfer yang ceria dan hidup, sejalan dengan semangat masyarakat Kampung Mandiri.

6) Desain Balon Kata

Tabel 6. Desain balon kata pada komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya”  
[Sumber: penulis, 2024]



Deskripsi desain balon kata	Penerapan
Balon ucapan ( <i>basic bubble</i> ): digunakan untuk dialog sehari-hari yang diucapkan secara langsung. Ragam bentuk balon kata ini beragam, dari basis geometri sederhana, misal kotak, lingkaran, dan heksagonal.	
Balon pikiran ( <i>thought bubble</i> ): digunakan untuk mewakili dialog internal/batin atau pikiran karakter yang tidak diucapkan.	
Balon ledakan ( <i>blast bubble</i> ): digunakan untuk mengekspresikan dialog yang diucapkan dengan suara keras atau dalam keadaan terkejut.	
Balon lilin ( <i>waxy bubble</i> ): digunakan untuk mewakili dialog yang diucapkan dengan suara lemah atau lirih.	

## 7) Tipografi

Penggunaan tipografi pada komik dibagi menjadi:

a. *Headline* komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya” didesain kustom.



**Gambar 4.** Sketsa kasar (pengembangan ide, kiri) dan *final headline* (kanan) komik “Kampung Mandiri Berseri di Surabaya” dengan tipografi kustom  
[Sumber: penulis, 2024]

b. Judul *chapter* (lakon) menggunakan *typeface* “Gluten”, *semibold*, (oleh Tyler Finck dalam Google Fonts).

c. Huruf dialog (balon kata) juga menggunakan *typeface* “Gluten” *regular* dan *semibold*.

d. Huruf efek bunyi menggunakan *typeface* kustom.

### 3.2.6. Penyajian Komik dalam Format *Feed Instagram*

Adapun hierarki postingan *slide* pada Instagram sebagai berikut:

a. Komik berformat empat panel (4-koma/*Yonkoma comic strip*) per-chapter/lakon, dibagi dua panel perhalaman, dengan judul chapter/lakon di halaman awal, dan

- diformat dalam template/pola persegi, yang juga menampilkan logo seri komik dan logo Departemen Desain Komunikasi Visual (DKV), Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) sebagai lembaga mitra Kampung Mandiri yang membuat komik (yang diwakili oleh penulis).
- Menampilkan *slide* lampiran kredit (pihak yang terlibat, sponsor, dan keterangan tentang komik)
  - Menampilkan halaman sampul dengan *headline*.
  - Menampilkan kata-kata ajakan pada publik (terutama audiens) untuk membagikan postingan (komik) ini pada publik secara luas.



Gambar 5. Format unggahan total per-lakon komik melalui Instagram  
[Sumber: penulis, 2024]

### 3.3. Distribusi

Komik digital (final) didistribusikan kepada pengurus kampung atau karang taruna, terutama kalangan remaja, sebagai agen penyebarluasan. Teknis distribusi yang dapat dilakukan Karang Taruna di antaranya:

- Karang Taruna membuat Instagram dan membagikan komik dalam periode tertentu, misalnya berkala, satu *chapter*/lakon per 1-2 hari;





Gambar 6. Contoh hasil karya komik yang diupload di instagram  
[Sumber: penulis, 2024]

- b. Anggota Karang Taruna membagikan komik di akun Instagramnya;
- c. *Hashtag* yang relevan, #KampungMandiriBerseri #KampungMandiriSurabaya, akan digunakan untuk meningkatkan jangkauan publikasi dan memudahkan pengguna menemukan komik.
- d. Menampilkan tautan, QR code komik, di beberapa titik kampung.

Publik atau masyarakat luas juga bisa turut membantu berbagi komik dengan menyebarkan ulang atau membuatnya viral, sehingga audiens target bisa terdampak riak informasi dan promosi Kampung Mandiri dari komik yang dirancang. Hal ini bisa pula dilakukan dengan mengundang *influencer/key opinion leader* untuk memposting dan membagikan komik yang didesain ini.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil merancang komik digital empat panel dengan 25 *chapter* sebagai media promosi yang efektif untuk mengenalkan dan menginspirasi anak muda tentang konsep pemberdayaan lingkungan dan kegiatan usaha bersama di Kampung Mandiri Surabaya. Melalui pendekatan cerita yang inspiratif dan visual yang representatif, komik ini berfokus pada pengetahuan tentang pemberdayaan kampung, mengambil inspirasi dari kehidupan nyata, dan pesan positif tentang pentingnya gotong royong, keberlanjutan, dan inovasi dalam pembangunan komunitas kampung. Komik ini diharapkan dapat mencapai tujuan promosi Kampung Mandiri, dengan mengangkat aspek positif dari Kampung Mandiri, seperti fasilitas umum yang memadai, kegiatan usaha yang inovatif, dan partisipasi aktif warga. Melalui cerita sekelompok anak muda yang berperan penting dalam membangun komunitas yang lebih baik, komik ini juga berpotensi mengubah persepsi, menginspirasi, dan menggerakkan partisipasi anak muda usia 15-21 tahun untuk terlibat aktif dalam kegiatan pemberdayaan lingkungan masing-masing. Komik ini perlu didistribusikan melalui berbagai *platform* digital melibatkan *sharing* berkelanjutan dari publik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa limitasi. Pertama, penelitian ini berfokus pada perancangan komik digital dan belum melakukan evaluasi mendalam mengenai efektivitas komik dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi generasi muda. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada satu studi kasus, yaitu Kampung Mandiri RW 5 Wisma Kedung Asem Indah, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasi ke konteks kampung lainnya. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan evaluasi kuantitatif dan kualitatif mengenai dampak komik digital terhadap audiens target, termasuk pengukuran tingkat kesadaran, perubahan sikap, dan tingkat

partisipasi. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas studi kasus ke beberapa kampung lainnya untuk melihat variasi konteks dan potensi penerapan komik digital sebagai media promosi. Selain itu, penelitian dapat mengeksplorasi penggunaan *platform* digital lain selain Instagram, serta mengembangkan strategi distribusi dan promosi yang lebih komprehensif untuk memaksimalkan jangkauan komik digital.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih atas dukungan dari Departemen Komunikasi Visual (DKV), Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital (F-DKBD), Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, berdasar Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Departemen Batch 1 Tahun 2024 Nomor Kontrak Peneliti: 1066/PKS/ITS/2024, tanggal 29 Februari 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrijanto, J. (2023). *Gubernur Khofifah Resmikan Kampung Mandiri Pertama di Surabaya*. Ketik.co.id. <https://ketik.co.id/berita/gubernur-khofifah-resmikan-kampung-mandiri-pertama-di-surabaya>
- Aditya, M. Next Door Country. [https://www.webtoons.com/id/slice-of-life/next-door-country/list?title\\_no=932](https://www.webtoons.com/id/slice-of-life/next-door-country/list?title_no=932)
- Aggleton, J. (2018). Defining digital comics: a British Library perspective. *Journal of Graphic Novels and Comics*.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Basic Design 08: Design Thinking*. AVA Publishing
- Annisa et al. (2020). Millenials in Visual: Appointment of Educational Issue in Indonesia Through Digital Strip Comic on Instagram, *ESJ (Elementary School Journal)*, 10(4).
- Aristo, S. (2017). Pengantar Penulisan Skenario (Scripwriting). *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1), 24-35.
- Breazeal, C. (2003). Emotion and sociable humanoid robots. *Int. J. Hum. Comput. Stud.* 59, 119–155. doi: 10.1016/s1071-5819(03)00018-1
- Budiarti, K. O. (2018). *Perancangan Buku Komik dengan Teknik Digital Tentang Mengatasi Stres pada Dewasa Awal Sebagai Upaya Meningkatkan Motivasi*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Calero, C., & Turner, L. W. (2020). Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 26(1), 3-26.
- Casaló, L.V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions. *Journal of Business Research*, 130, 416-425.
- Chan, C. K. Y., & Lee, K. K. (2023). The AI generation gap: Are Gen Z students more interested in adopting generative AI such as ChatGPT in teaching and learning than their Gen X and millennial generation teachers?. *Smart learning environments*, 10(1), 60.
- Endraswara, S. (2013). Metodologi penelitian sastra. Media Pressindo.
- FA. (2023). *Dibangun dengan Konsep Out of the Box, Gubernur Khofifah Resmikan Kampung Mandiri di Surabaya*. Media Jatim.

- <https://mediajatim.com/2023/06/06/dibangun-dengan-konsep-out-of-the-box-gubernur-khofifah-resmikan-kampung-mandiri-di-surabaya/>
- Faizal, A., & Ika, A. (2023, June 23) Kampung Mandiri Kedung Asem, Destinasi Baru Wisatawan Kapal Pesiar di Surabaya. *Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2023/06/23/123000026/kampung-mandiri-kedung-asem-destinasi-baru-wisatawan-kapal-pesiar-di-surabaya>
- Frazer, R., & Moyer-Gusé, E. (2021). Engaging the Dark Side: Exploring Identification with Morally Complex Antagonists. *Mass Communication and Society*, 26(2), 177–200.
- Fujiwara, T., Koshimizu, H., Fujimura, K., Fujita, G., Noguchi, Y., and Ishikawa, N. (2002). "A method for 3D face modeling and caricatured figure generation," in *Proceedings of the IEEE International Conference on Multimedia and Expo*, (Lausanne: IEEE), 137–140.
- Hasana, K. (2023). Kampung Mandiri di Surabaya, Panen Durian Sampai Kelola Limbah. *IDN Times Jatim*. <https://jatim.idntimes.com/news/jatim/khusnul-hasana/kampung-mandiri-di-surabaya-panen-durian-sampai-kelola-limbah>
- Hasanah, A. (2023). Resmikan Kampung Mandiri RW 5 Kedung Baruk, Khofifah: Ini Keren Lo Rek. *RRI*. <https://www.rri.co.id/daerah/252722/resmikan-kampung-mandiri-rw-5-kedung-baruk-khofifah-ini-keren-lo-rek>
- Hidayah, N.A.N., Winarno, W., & Istiqlal, M. (2022). Developing Mathematics Comics Through Instagram Themed Local Culture as an Alternative Learning Solution. *Ethnomathematics Journal*, 3(2), 74-85.
- Ikeda, S. (2020). Influence of color on emotion recognition is not bidirectional: an investigation of the association between color and emotion using a Stroop-like task. *Psychol. Rep.* 123, 1226–1239. doi: 10.1177/0033294119850480
- Iriane, R., Saputra, D. I. S., Indarto, D., Handani, S. W., & Indartono, K. (2022). Design of Instagram Comic Strips for Learning Media in Elementary School. *IJECA (International Journal of Education and Curriculum Application)*, 5(3), 317-329.
- Jang, J.Y., Han, K., Shih, P.C., & Lee, D. (2015). Generation Like: Comparative Characteristics in Instagram. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Jung, J. J., You, E., & Park, S. B. (2013). Emotion-based character clustering for managing story-based contents: a cinemetric analysis. *Multimedia tools and applications*, 65, 29-45.
- Kamisin, A. ., & Achin, I. A. (2020). Analisis Personaliti Karakter Protagonis Dan Antagonis Melalui Bentuk Dan Warna Dalam Filem Animasi Wheely (2018). *Jurnal Gendang Alam*, 10(2).
- Kim, E., Park, J.E., Kim, J., & Koo, C. (2021). *Information Characteristics on Instagram and Viewer Behavior*. Information and Communication Technologies in Tourism 2021
- Letterman, D., & Pekar, H. (2011). Toward a Theory of Comic Book Communication.
- Liu, K., Chen, J. H., and Chang, K. M. (2019). A study of facial features of American and Japanese cartoon characters. *Symmetry* 11:664. doi: 10.3390/sym11050664
- Madill, A. (2015). *Boys' Love Manga for Girls: Paedophilic, Satirical, Queer Readings and English*. Palgrave Macmillan.

- McCloud, S. (1993). Understanding comics: The invisible art. *Kitchen Sink*.
- McCloud, S. (2008). Memahami Komik (terj. S. Kinanti). Jakarta: KPG.
- Park, S., & Park, J. (2021). *The Characteristics of Generation Z in the Creator Activities of Virgil Abloh*. Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 45, 217-232.
- Risanti, Y.D., & Hani, R. (2020). Brand Value Propositions Campaigns Through Social Media Instagram.
- Shim, D. (2017) Sketching Geopolitics: Comics and the Case of the Cheonan Sinking, *International Political Sociology*, 11(4), 398–417.
- Sibbil. Lazy Cooking. [https://www.webtoons.com/id/slice-of-life/lazy-cooking/list?title\\_no=657](https://www.webtoons.com/id/slice-of-life/lazy-cooking/list?title_no=657)
- Skulmowski, A., & Rey, G. D. (2021). Realism as a retrieval cue: Evidence for concreteness-specific effects of realistic, schematic, and verbal components of visualizations on learning and testing. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3, 283–295.
- Soedarso, N. (2015). Komik: karya sastra bergambar. *Humaniora*, 6(4), 496–506.
- Sung, M. K., & Putra, R. W. (2018). Pengembangan Media Interaktif Komik Elektronik Sebagai Media Edukasi Pada SDN Gandaria Utara 08 Pagi, Jakarta Selatan. *Jurnal IDEALIS*, 1(4), 397–403.
- Syafuddin, K. (2020). Komik Digital sebagai Media Advertising di Dunia Virtual. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(1), 54–68.
- Tilley, C.L. (2013). Superman Says, ‘Read!’ National Comics and Reading Promotion. *Child Lit Educ*, 44, 251–263.
- Ueno, M. (2019). Structure analysis on common plot in four-scene comic story dataset. In *MultiMedia Modeling: 25th International Conference, MMM 2019, Proceedings, Part II 25* (pp. 625-636). Springer International Publishing.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Wessler, J., and Hansen, J. (2021). Facial mimicry is independent of stimulus format: evidence for facial mimicry of stick figures and photographs. *Acta Psychol*. 213:e103249. doi: 10.1016/j.actpsy.2020.103249
- Yuana, L. (2023). Gubernur Jatim Khofifah Resmikan Kampung Mandiri Perkotaan Pertama di Jatim. Surabaya Times. <https://surabaya.times.co.id/news/berita/pc0xo0d8l3/Gubernur-Jatim-Khofifah-Resmikan-Kampung-Mandiri-Perkotaan-Pertama-di-Jatim>
- Zaharia, T., Marre, O., Prêteux, F., and Monjaux, P. (2008). “FaceTOON: a unified platform for feature-based cartoon expression generation,” in *Proceedings of the Three-Dimensional Image Capture and Applications 2008*, (San Jose, CA: International Society for Optics and Photonics), 68050S.