

Perancangan Komik Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap *Self-Love* dan *Social Media Positivity* untuk Generasi Z

Jade Victoria Fortuna

Jvictoria01@student.ciputra.ac.id
Universitas Ciputra Surabaya

Shienny Megawati Sutanto

shienny.megawati@ciputra.ac.id
Universitas Ciputra Surabaya

ABSTRAK: Generasi Z dikenal sebagai generasi tanpa batas, generasi global, dan generasi teknologi. Namun saat ini generasi Z mengalami permasalahan seperti ketergantungan pada media sosial dan kurangnya kepercayaan diri hingga menyebabkan tingkat stress yang tinggi di usia muda. Tulisan ini akan berfokus pada perancangan komik digital Hello it's Mondu di media sosial Instagram. Penelitian dilakukan dengan pengumpulan data berupa wawancara dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komik digital yang ditujukan pada generasi Z untuk media hiburan dan edukasi, membutuhkan gaya ilustrasi dan desain karakter yang menarik, memberikan edukasi dengan storytelling, dan menggunakan gaya bahasa yang populer. Kesimpulan dari tulisan ini yaitu merancang komik Hello it's Mondu dengan gaya ilustrasi dan visual karakter yang menarik, gaya bahasa yang modern dan populer, serta cerita ringan dengan tetap mempunyai impresi mendalam sebagai media edukasi self-love dan menerapkan social media positivity bagi generasi Z.

Kata kunci: Komik, Character Design, Storytelling, Generasi Z, Media Sosial

ABSTRACT: Generation Z is known as the borderless generation, the global generation, and the tech generation. However, Generation Z is currently facing problems such as social media addiction and lack of self-confidence, leading to higher stress levels at a young age. This article will focus on creating a digital comic at Instagram titled Hello it's Mondu. The research method is carried out by collecting data through interviews and literature studies. The results showed that digital comic media aimed at generation Z for entertainment and education, requires an attractive illustration style and character design, provides education through storytelling, and uses a popular language style. The conclusion of this article shows that designing Hello it's Mondu comics with attractive illustration styles and character visuals, modern and popular language styles, and light stories while still having a deep impression as a self-love education media and applying social media positivity for generation Z.

Keywords: Comic, Character Design, Storytelling, Generation Z, Social Media

Pendahuluan

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Hasil Sensus Penduduk tahun 2020 telah menunjukkan komposisi penduduk Indonesia didominasi Generasi Z sebanyak 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,9 persen dari seluruh populasi penduduk di Indonesia (kompas.com,2021). Generasi Z dikenal sebagai generasi tanpa batas, generasi global, dan generasi yang mampu memanfaatkan teknologi. Teknologi dan dunia maya menjadi hal yang tidak terpisahkan, Generasi Z mengalami tantangan seperti ketergantungan pada media sosial.

Penelitian mengungkapkan kecanduan media sosial berhubungan positif dengan depresi, penurunan

interaksi sosial, kesepian, dan harga diri yang rendah sehingga menyebabkan kurangnya vitalitas subjektif pada individu (Adityaputra & Salma, 2022). Munculnya perilaku ketergantungan dalam penggunaan media sosial disebabkan oleh ketidakmampuan individu untuk mengelola waktu luang yang tersedia sehingga menghasilkan rasa bosan dan memutuskan untuk mengakses media sosial. Masalah kecanduan ini berlanjut dengan mudahnya akses generasi Z terhadap konten yang kurang edukatif hingga konten negatif seperti konten pornografi, kekerasan, *prank*, dan *cyberbullying*. Generasi Z yang mengakses konten tersebut berada dalam fase *emerging adulthood*, individu dengan rentang usia 18

Kajian Teoritis

a. Komik

Dalam buku *Understanding Comics*, definisi dari komik merupakan kumpulan beberapa gambar dan lambang yang saling berdekatan dalam urutan tertentu, yang bertujuan untuk memberikan informasi maupun untuk mencapai tanggapan estetis dari pembacanya (McCloud, 2022). Sebagai sebuah Media, Komik mempunyai tujuan menyampaikan sebuah informasi yang serupa dengan televisi, radio, koran, dan majalah. seperti penggunaan media lainnya, komik dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai topik informasi selain hiburan seperti iklan, propaganda, pelayanan publik, hingga edukasi (Sutanto & Wardaya, 2020). Scott McCloud (2022) mengatakan, Penggunaan gambar simpel pada komik tidak dapat menyimpulkan bahwa cerita yang disampaikan juga simpel. Berdasarkan hasil observasi, gaya kartun yang simpel lebih mudah diterima secara universal dibandingkan gaya realis. hal ini dikarenakan semakin simpel sebuah *icon* atau gambar yang diberikan dapat mempermudah penyerapan informasi dan kesimpulan dari pembaca. kemudian berdasarkan pembagian jenis kemasan, komik terbagi menjadi empat jenis yaitu: komik strip, komik buku, komik humor dan petualangan. Komik strip hanya terdiri dari beberapa panel dengan gagasan isi yang utuh. gagasan yang disampaikan tidak terlalu banyak dan hanya melibatkan satu fokus pembicaraan. Komik buku dikemas dalam bentuk buku berseri, ceritanya menggambarkan satu cerita utuh yang berkelanjutan namun juga ada yang tidak berkelanjutan. Komik humor menampilkan komik yang mengundang pembaca untuk tertawa melalui gambar maupun kata-kata. Berdasarkan jenis ceritanya, komik terbagi menjadi empat jenis yaitu: Komik edukasi berfungsi sebagai hiburan sekaligus media edukatif. Komik promosi digunakan untuk keperluan promosi sebuah produk maupun jasa. komik wayang mengangkat cerita pewayangan untuk melestarikan budaya, dan Komik silat merupakan jenis cukup populer yang menampilkan adegan laga dari tokoh utama.

b. Desain Karakter

Pembuatan desain karakter, dimulai dari pembuatan konsep, artstyle, kemudian kepribadian hingga penampilan sebuah karakter (Nicolay & Wardaya, 2021). Menurut Bryan Tillman melalui buku *Creative Character Design*, desain karakter yang baik terdiri atas pola dasar, cerita, originalitas, dan bentuk. Pola dasar disebut juga archetype yang merupakan struktur, tema, representasi individu dalam mengekspresikan keinginan dasar,

motivasi, dan tujuan hidup. hal ini diperlukan untuk mendorong keberlanjutan cerita dan cerita personal tiap karakter dapat menghasilkan perkembangan kepribadian karakter yang menarik. Desain karakter yang baik dapat dihasilkan melalui gabungan berbagai inspirasi dan keunikan yang dimiliki desainer itu sendiri. Terakhir merupakan bentuk. Bentuk karakter dapat mendominasi impresi sebuah karakter karena setiap bentuk dasar memiliki arti masing-masing. Desain karakter yang kuat merupakan desain yang mudah dipercaya dan diingat, dipercaya yaitu karakter biasa yang memiliki situasi yang tidak biasa, sehingga target audiens dapat merasakan refleksi pada dirinya. sedangkan mudah diingat yaitu secara visualnya menarik dan dapat menggerakkan emosi. menurut (thomas & johnston, 1981) selama karakter memiliki appeal/ daya tarik maka audiens akan selalu ingin mengetahui tentang karakter tersebut. Terdapat empat prinsip desain untuk membuat karakter : *silhouette*, *outline* sebuah karakter harus tampak berbeda dari karakter yang telah ada, selain itu juga siluetnya dapat dikenali dengan mudah seperti contoh karakter Mickey Mouse. kedua, *shape*, menentukan bentuk sesuai dengan makna karakter seperti bentuk segiempat kesan dapat diandalkan dan berpendirian kuat, lingkaran memberi kesan friendly dan terbuka, dan segitiga memberi kesan agresif dan tajam (Beiman, 2017). Ketiga, *proportion* ditentukan melalui ladder effect, proporsi menyesuaikan sifat yang di represent karakter. Terakhir pose, berfungsi untuk mengempis desain dan membuat karakter terlihat lebih hidup.

c. Storytelling

Manusia mengkomunikasikan perasaan dan pengalaman mereka melalui *storytelling* (Greene, 1996:1) *storytelling* merupakan komunikasi lisan yang terstruktur dalam rangkaian peristiwa, dengan memanfaatkan karakter manusia atau hewan, dengan kepribadian dan emosi dan disajikan dengan suara, gerakan dan ekspresi wajah tertentu (Madura & Nowacki, 2018) Storytelling telah menjadi salah satu elemen utama pengaruh di bidang edukasi, leadership, marketing, sejarah, kultur, dan beragam bidang lainnya. berdasarkan penelitian dalam jurnal *Storytelling And Its Impact On Effectiveness Of Advertising*, Storytelling yang logis dan jelas terdiri atas beberapa fakta yang disusun dalam pendahuluan, orientasi, klimaks, dan kesimpulan atau penyelesaian. Hasilnya, informasi kompleks dapat dijelaskan dengan lebih mudah dan terstruktur dengan melalui pendekatan emosional bukan rasional. *storytelling* memiliki daya persuasi yang lebih efektif dibandingkan

informasi kuantitatif maupun pernyataan singkat. hal ini dikarenakan manusia menyimpan memori dalam bentuk suatu cerita pendek bukan fragmentaris. Saat ini, *storytelling* telah bergeser dari tradisional menuju *storytelling* digital dimana penyampaian cerita dilakukan melalui platform media sosial. *Storytelling* melalui media digital mempermudah pembuatan konten kreatif dan persuasif yang informal serta terdapat relasi penulis dan pembaca yang lebih interaktif. Dalam dunia edukasi, *storytelling* dalam sosial media juga telah memberi jembatan antara edukasi formal dan non formal (Al-Zaman & Puja, 2021).

d. Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995 hingga 2012 dan terlahir di tengah perkembangan teknologi dan internet (Hastini & Fahmi, 2020). menurut buku *Generation Z : A Century in The Making*, generasi Z mempunyai karakter yang open minded, peduli, memiliki kegigihan dan integritas tinggi. mengutamakan kestabilan finansial, keluarga, relasi, kebahagiaan, passion, dan pencapaian. Salah satu faktor utama yang membedakan dengan generasi sebelumnya adalah penguasaan informasi dan teknologi. Generasi Z terbiasa berkomunikasi dalam media online menggunakan gadget dan media sosial sehingga tingkat ketergantungan terhadap smartphone tergolong tinggi. Penggunaan teknologi dan internet dalam keseharian membuat generasi Z terbiasa untuk tertarik pada berbagai topik atau permasalahan sekaligus, hal ini dikarenakan sinkronisasi keterampilan motorik generasi Z lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. dengan ini, generasi Z mampu mengkonsumsi informasi di internet dengan sangat cepat, menggunakan teknologi secara efisien dan inovatif. Generasi Z mempunyai ketergantungan terhadap mesin pencari yang tinggi, namun disisi lain kurang bisa mengkritisi validasi informasi yang diperoleh karena kecenderungan mudah puas (instan). (Mosca, dkk, 2019) mengatakan generasi Z rentang memiliki perhatian yang pendek, mereka cenderung lebih memahami gambar visual dibandingkan teks, sehingga pembelajaran yang sesuai untuk generasi Z dengan menggunakan gambar, animasi, dan video. berdasarkan penelitian Hastini, Fahmi, dkk (2020) kebosanan dan demotivasi mudah dirasakan generasi Z saat teknologi, sistem, dan fasilitas pembelajaran tidak mendukung jalannya pembelajaran.

e. Media Sosial

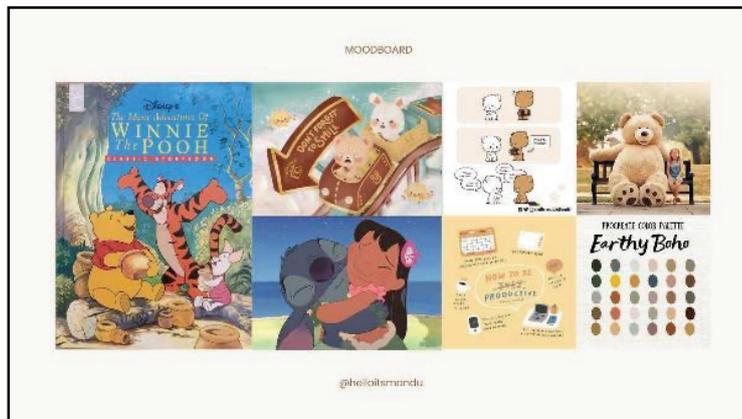
Media sosial merupakan sebuah platform bagi pengguna internet untuk membuat dan membagikan berbagai bentuk

informasi. seperti jurnal online, situs jejaring sosial, game online, situs audio dan video, grup online, dan beragam media lainnya. pengguna media dapat diklasifikasi menjadi kontributor sebagai creator dan konsumen konten (yadav & Rai, 2017). Jurnal *The Generation Z and their Social Media Usage: A Review and a Research Outline* (2017) menemukan dampak yang terlihat pada generasi Z akibat penggunaan media sosial antara lain kepribadian sosial, kesejahteraan fisik dan mental, perilaku konsumsi, komunikasi dalam dunia nyata. Penggunaan media sosial telah mengubah pasar, bidang pekerjaan, dan persepsi masyarakat. kedepannya media sosial juga dapat menjadi pembuka jalur inovasi produk dan jasa baru. Berdasarkan data yang diperoleh CNBC Indonesia tahun 2022, aplikasi yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z yaitu Youtube, Tiktok dan Instagram. dalam berita Kompas juga membahas karakteristik generasi Z di media sosial seperti melakukan koneksi antar pengguna melalui fitur reels dan instagram story. selanjutnya empat topik utama yang paling dicari yaitu komedi, fashion, makanan, dan gaya hidup sehat. diikuti dengan lingkungan & sustainability, otentik & menjadi diri sendiri, pemberdayaan perempuan, kesehatan mental.

Hasil dan Pembahasan

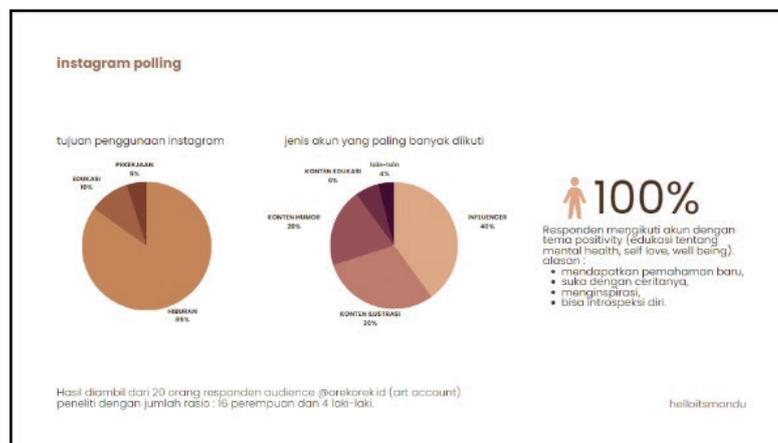
Hello it's Mondu adalah seri komik digital Instagram online yang mempunyai misi untuk memberikan hiburan, edukasi, dan kesadaran pada generasi Z terhadap *self love* dan *social media positivity*. Mondu akan hadir memberikan beragam konten cerita yang *relatable*, menghibur sekaligus mengedukasi para generasi Z usia 18-24 tahun untuk lebih meningkatkan kesadaran penggunaan media sosial untuk tujuan yang positif dan bermanfaat, serta meningkatkan kesadaran untuk lebih percaya dan mencintai diri mereka sendiri. Selanjutnya merupakan *brand keywords* Hello it's Mondu : Komik, Hiburan, Edukasi *Self-love, Positivity*. Untuk memberikan pengenalan pada audiens tentang komik digital Hello it's Mondu digunakan *brand line* : *A daily life of a warm and loving teddy bear*.

Pada gambar 1.2, terpapar gaya desain dan ilustrasi yang akan digunakan untuk perancangan komik Hello it's Mondu mengambil gaya ilustrasi kartun yang dapat mempermudah penyampaian ilustrasi dibandingkan gaya realis (McCloud, 2020) dan gaya *Anthropomorphism* yang artinya pemberian atribut karakteristik, perasaan, dan fisik manusia kepada hal yang bukan manusia



Gambar 2.
Moodboard perancangan Hello it's Mondu

Sumber:
dokumentasi karya peneliti



Gambar 4.
hasil survei responden melalui
instagram polling

Sumber:
dokumentasi karya peneliti

seperti hewan, tumbuhan, dan benda mati. berdasarkan penelitian, manusia memiliki kecenderungan melihat karakter fisik dan emosi manusia dalam benda sekitar, seperti contoh melihat visualisasi mata dan mulut pada awan, melambangkan burung jantan dan betina sebagai pasangan pengantin baru, dan masih banyak lagi. (Deligoz & Unal, 2021).

Karakter utama yang dipilih merupakan *Teddy Bear*, *Teddy Bear* atau boneka merupakan mainan anak yang cukup populer dan mayoritas dari generasi Z mempunyai satu boneka masa kecil. *Teddy Bear* merupakan tempat mengekspresikan diri yang sebenarnya bagi seorang anak untuk memahami situasi melalui beberapa sisi, *Teddy Bear* juga menjadi salah satu benda psikologis yang ideal untuk menjadi teman dan partner yang memahami dan tidak menghakimi (Kokkinaki, 2023).

Selanjutnya untuk mendukung tema Self-love dan positivity, penggunaan warna berfokus pada paduan warna cerah, hangat, dan warna alami. Menurut penelitian warna hangat meningkatkan merangsang stimulasi, dan

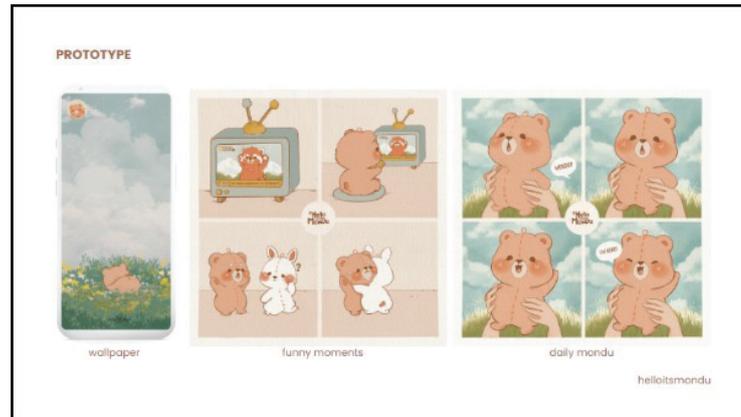
warna *weak contrast & low saturation* memberikan efek *calm* dan *soft feeling* (kurt & ousuke, 2014).

Topografi yang akan menggunakan *handwritten typeface*, penelitian menyebutkan *handwritten typeface* dapat dilihat sebagai ekstensi dari diri seseorang. sehingga produk yang menggunakan *typeface* ini memiliki nilai kualitas manusiawi yang lebih tinggi. sisi manusiawi ini dapat menarik perhatian, emosi, dan rasa terhubung dengan produk (komik) terhadap diri sendiri (Schroll & Schnurr, 2018).

Berdasarkan hasil survei yang dipaparkan pada gambar 2, terlihat bahwa tujuan penggunaan instagram yang utama untuk media hiburan, dan pada posisi kedua responden banyak mengikuti konten seni dan ilustrasi, serta seluruh responden mengikuti minimal satu akun dengan tema positivity dan edukasi terkait mental health dengan tujuan mendapatkan informasi baru dengan mudah, mendapat inspirasi, dan beberapa responden mengikuti topik positivity diawali ketertarikan pada karakter atau gaya desain konten tersebut.

Gambar 5.
VICIDI, Volume 12 No. 1 Juni
2022 Z. *prototype focus group
discussion*

Sumber:
dokumentasi karya peneliti



Feedback prototype Hello it's Mondu

Briggite Wu	bentuk komik sesuai dengan konten yang ingin memberi kesan reminder
Fery	sesuai untuk target market yang menyukai ilustrasi dan positivity
Ivania F.	Aku suka style nya, tapi untuk kedepan bisa diperhatikan untuk gesture yang perlu dipertegas supaya pesan tersampaikan.
Tania Lia	Karakternya lucu, visual layout nya juga menarik, tidak terlalu kecil waktu dilihat di instagram. Buat cerita topiknya mungkin coba jadi beruang edukasi jadi walaupun lucu tetep bermanfaat buat audience
Patrick A.	Coba dibuat variasi konten seperti animasi
Samantha H.	Karakternya pesan dan karakteristiknya sudah kuat. Mungkin bisa mulai dipikirkan untuk bahasanya mau seperti apa.
Agnes D	Karakternya unik banget dan gampang banget diingat. setuju juga, perlu diberi brand sifat masing-masing untuk karakternya.
Samuela I.	karakternya sangat lucu dan konsepnya juga sudah jelas banget, menurutku untuk konsep ini tuh warming banget eksekusi designnya.

Tabel 1. Hasil *Focus Group Discussion*

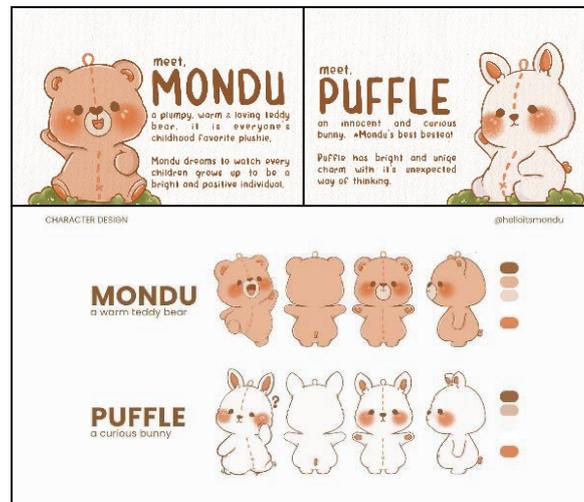
Sumber: dokumentasi peneliti

Berdasarkan hasil penelitian kajian pustaka, survei, dan Focus Group Discussion yang telah dilakukan, berikut ini hasil perancangan desain menyeluruh untuk Komik Hello it's Mondu,

Gaya desain karakter/maskot

Desain karakter yang digunakan dalam perancangan desain komik Hello it's Mondu menggunakan gaya kartun dengan proporsi tubuh 1:2 seperti terlihat pada Gambar 4., untuk memberikan kesan lucu dan simpel. Karakter Mondu menggunakan gambar karakter boneka beruang yang familiar bagi mayoritas audiens, teddy bear mempunyai stigma yang kuat sebagai teman di masa kecil. sedangkan karakter Puffle merupakan penggambaran sebuah kelinci putih, Kelinci merupakan hewan dengan figur kecil dan rentan sehingga menunjukkan sisi diperlukan bimbingan dan pengajaran. Alasan penggunaan kedua karakter ini didasari manusia memiliki ketertarikan alami

pada hal lucu yang terlihat seperti bayi, sehingga manusia yang lebih besar atau dewasa cenderung mempunyai sisi protektif dan rasa ingin melindungi bayi tersebut. aspek lucu dapat menghasilkan stimulasi otak untuk menghasilkan perilaku karakter yang empatik dan lebih mudah iba (Kringelbach & Stark, 2016). Sifat dan Karakter juga diberikan pada kedua karakter, Mondu memiliki sifat yang mudah berteman, tenang, objektif, dan suka menolong. sifat-sifat ini diberikan untuk menunjukkan bahwa karakter Mondu yang lucu dapat menjadi teman yang baik dan bisa diandalkan oleh pembaca. Kemudian untuk karakter Puffle, memiliki sifat yang polos, ceroboh, dan mudah tertarik dengan sesuatu yang baru. karakter Puffle kurang lebih merepresentasikan para remaja generasi Z yang cukup tertarik akan tantangan baru. Melalui dua sifat karakter yang cukup kontras dapat memberikan keseimbangan sinergi dalam cerita untuk menghasilkan komik yang menarik dan edukatif.



Gambar 6.

Gaya desain karakter Hello it's Mondu

Sumber:

dokumentasi karya peneliti

Palette warna

Palette warna yang digunakan dalam perancangan desain komik Hello it's Mondu menggunakan *warm earth-tone*. warna-warna ini memiliki ciri turunan dari warna alam seperti pohon, matahari, pasir, batu, dan sebagainya. warna *earth tone* memberikan kesan nyaman, hangat, stabil, lembut, dan *friendly* sehingga cocok dengan tema komik Hello it's Mondu yang membahas topik *self-love* dan *positivity*. warna utama pada Desain Karakter didominasi dengan warna *orange* pudar (coklat muda), putih, dan oranye cerah sebagai aksent. warna hangat memberi energi ceria dan kegembiraan dan optimisme. sedangkan bagian background komik menggunakan warna biru dan hijau untuk menambah kontras pada desain komik sehingga pembaca dapat fokus pada pose dan intensi karakter.



Gambar 7.

Palette warna Hello it's Mondu

Sumber:

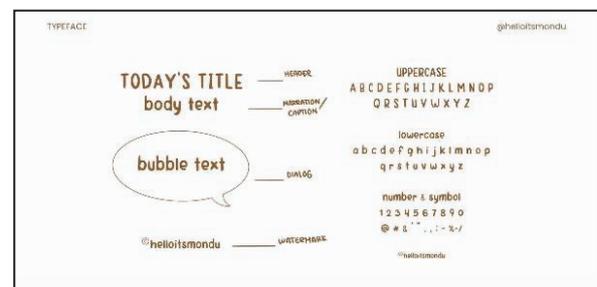
dokumentasi karya peneliti

Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan desain komik Hello it's Mondu menggunakan Mondu Letter yang merupakan desain typeface tulisan tangan peneliti. Desain tulisan tangan menambah nilai unik dan original pada komik, bentuk *rounded* pada *corner* typeface memberikan kesan *friendly* dan lembut sehingga cocok dengan tema komik Hello it's Mondu.

Hasil Komik

Berikut ini merupakan hasil rancangan desain komik yang terbagi menjadi dua bagian: *Hello Monday* dan *Hello Mondu*. *Hello Monday* merupakan segmen komik pendek yang berfokus sebagai media edukasi *self-love*. Topik-topik yang diangkat pada segmen ini berhubungan dengan hasil riset dan observasi peneliti terkait edukasi, ide, dan



Gambar 6.

Tipografi Hello it's Mondu

Sumber:

dokumentasi karya peneliti



Gambar 8.
Hasil komik : Hello Monday

Gambar 9.
Hasil komik : Hello Mondu

Sumber:
dokumentasi karya peneliti



motivasi cara menerapkan *self-love* kepada diri pembaca menggunakan interpretasi kejadian yang terjadi di sekitar kehidupan generasi Z saat ini. Desain panel komik *Hello Monday* menggunakan fitur *carousel* pada Instagram yang terdiri atas *slide* pertama merupakan judul, diikuti dengan tiap *slide* dengan tiga panel dengan penggunaan cerita singkat dan *to the point*, desain panel sesuai untuk audiens generasi Z yang memiliki *short attention span* namun tertarik mempelajari hal secara cepat.

Selanjutnya pada gambar 3. terdapat panel komik dengan format *carousel* yang menjadikan 1 *slide* sebagai 1 panel komik. pada tipe komik ini, gambar segmen *Hello Monday* lebih simple dan lebih mengutamakan kemudahan membaca teks.

Segmen kedua merupakan konten *Hello Mondu*. Segmen ini berfokus pada alur cerita utama yaitu perspektif kehidupan karakter *Mondu* bersama dengan temannya *Puffle*. Plot diangkat dari hasil observasi dan pengalaman pribadi peneliti sebagai seorang generasi Z. Gaya bahasa yang digunakan karakter dalam komik juga mengikuti cara bicara generasi Z sehingga memberikan koneksi antara karakter dan pembaca. melalui setiap plot, terdapat makna cerita yang positif dan inspiratif bagi generasi Z untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Konten Promosi

Selain menampilkan komik dengan jumlah *slide* yang banyak, *Hello it's Mondu* juga menerapkan segmen *Mondology* sebagai *filler* dalam akun Instagram. Berdasarkan hasil FGD, narasumber Patrick mengatakan variasi konten dalam bentuk animasi dan ilustrasi selain

komik akan membantu audiens untuk tertarik pada karakter *Mondu* selain melalui cerita komik. *Mondology* merupakan konten *single panel* yang bereksperimen dengan ilustrasi dan *copywriting* dalam bentuk *puns* (permainan kata-kata) dan ilustrasi kartun humor. tujuan adanya segmen ini untuk memberi variasi konten yang menghibur dan tidak monoton bagi audiens. gaya ilustrasi yang digunakan *mondology* juga lebih detail dari segmen komik sehingga meningkatkan keseluruhan *aesthetic value* akun *Hello it's Mondu* menghasilkan konten design yang lebih solid untuk memikat audience agar feeds tidak terlihat membosankan.

Simpulan

Mempunyai pemahaman yang baik terkait edukasi *self-love* dan penggunaan media sosial yang positif menjadi hal yang sangat penting untuk pertumbuhan psikologis dan cara berpikir generasi Z saat ini. Dengan adanya pemahaman yang baik tentang topik ini, generasi Z dapat merefleksikan diri dan lebih bertanggung jawab terhadap cara mereka berpikir, berekspresi, dan menggunakan media sosial. Untuk mendukung generasi Z agar tertarik dengan topik tersebut, di rancanglah komik digital *Hello it's Mondu*, yang memberikan informasi edukasi terkait *self-love* dan *social media positivity* untuk para generasi Z pada rentang usia 18 hingga 24 tahun di media sosial Instagram. Dari hasil penelitian dan perancangan komik digital *Hello it's Mondu*, peneliti menemukan bahwa media sosial Instagram yang merupakan platform dengan dominasi generasi Z terbanyak saat ini dapat menjadi



Gambar 10.
Hasil konten promosi : Mondology

Sumber:
dokumentasi karya peneliti

tempat utama media penanaman edukasi terkait *self-love* dan *social media positivity*. untuk merancang sebuah komik dengan target generasi Z memerlukan gaya desain yang menarik, unik, dan sesuai dengan tema utama komik. Gaya bahasa dan yang digunakan perlu mengikuti *trend* untuk meningkatkan efektivitas pemahaman informasi atau edukasi yang ingin disampaikan terutama pada generasi Z. Dalam sebuah pembuatan komik digital terutama di Instagram, diperlukan beberapa konten variasi lainnya dalam bentuk video pendek dan segmen lain untuk meningkatkan engagement dari seluruh fitur aplikasi Instagram. Diharapkan dengan adanya komik digital Hello it's Mondu, generasi Z dapat memiliki bekal pemahaman terkait self-love, improvisasi diri, dan menggunakan media sosial untuk hal yang lebih positif di masa depan.

Daftar Pustaka

- Adityaputra, A. & Salma (2022). Regulasi Diri Dan Kecanduan Dalam Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Generasi Z Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. 11. 386-393. 10.14710/Empati.0.36827.
- Austine, C. (2022) Apa Yang Disukai Gen Z Indonesia Di Media Sosial? Kompas.Com. https://Lifestyle.Kompas.Com/Read/2022/12/07/144259320/Apa-Yang-Disukai-Gen-Z-Indonesia-Di-Media-Sosial?Utm_source=Various&Utm_medium=Referral&Utm_campaign=Top_desktop
- Beiman, N. (2017). Prepare To Board! Creating Story And Characters For Animated Features And Shorts (3rd Ed.). Crc Press. <https://Doi.Org/10.1201/9781315156248>
- Bestari, N.P. (2022) Bukan Tiktok Dan Instagram, Ini Media Sosial Favorit Gen Z. Cnbc Indonesia. <https://www.CnbcIndonesia.Com/Tech/20220812094708-37-363204/Bukan-Tiktok-Dan-Instagram-Ini-Media-Sosial-Favorit-Gen-Z>
- Deligoz, K. & Ünal, S. (2021). The Effect Of Anthropomorphic Mascot On The Purchasing Intention Of Consumers: An Experimental Study . *Sosyoekonomi* , 29 (50) , 229-254 . Doi: 10.17233/Sosyoekonomi.2021.04.11
- Hastini, L., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (Jamika)*, 10(1), 12-28. <https://Doi.Org/10.34010/Jamika.V10i1.2678>
- Idris, M. (2021). Generasi Z Dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk Indonesia. Kompas.Com. <https://Money.Kompas.Com/Read/2021/01/22/145001126/Generasi-Z-Dan-Milenial-Dominasi-Jumlah-Penduduk-Indonesia>
- Almirana, A. A., & Megawati, S. (2022). The Role Of Digital Comics About Rani's Introverted Personality Through The Story Of Rani's Main Character. *Jurnal Vicidi*, 12(1), 68-90. <https://Doi.Org/10.37715/Vicidi.V12i1.2938>
- Kokkinaki, K. (2023). The Soft Toys As A Consolation Play Object In School After The Covid Period. The "Teddy Bear Project" In Primary Art Classroom. *European Journal Of Education Studies*. Doi: 10.46827/Ejes.V10i4.4786
- Kurt, S., & Osueke, K. K. (2014). The Effects Of Color On The Moods Of College Students. *Sage Open*, 4(1). <https://Doi.Org/10.1177/2158244014525423>

- Kringelbach, M. L., Stark, E. A., Dkk (2016). On Cuteness: Unlocking The Parental Brain And Beyond. *Trends In Cognitive Sciences*, 20 (7), 545–558. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.05.003>
- Mccloud, S. (2022b). Understanding Comics - Memahami Komik. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Nicolay, J. & Wardaya, M. (2021). Mencari Model Desain Karakter Dan Visualisasi Penokohan Disc Team Dalam Pembuatan Komik. *Jurnal Vicidi*. 11. 22-40. [10.37715/Vicidi.V11i1.1985](https://doi.org/10.37715/Vicidi.V11i1.1985).
- Pujiono, Andrias. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal Of Christian Education*. 2. 1. [10.46445/Djce.V2i1.396](https://doi.org/10.46445/Djce.V2i1.396).
- Putra, G.L.K., & Yasa, G.P.P.A. (2019). Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.35886/Nawalavisual.V1i1.1>
- Schroll, R., Schnurr, B., & Grewal, D. (2018). Humanizing Products With Handwritten Typefaces. *Journal Of Consumer Research*, 45, 648-672.
- Sutanto, S. M., & Wardaya, M. (2021). The Paradigm Shift Of Comic As Storytelling Media. *Vcd (Journal Of Visual Communication Design)*, 5(1), 57–70. <https://doi.org/10.37715/Vcd.V5i1.2685>
- Thomas, F. , Johnston, O. (1981). The Illusion Of Life : Disney Animation.
- Yadav, G., & Rai, J. (2017). The Generation Z And Their Social Media Usage: A Review And A Research Outline. *Global Journal Of Enterprise Information System*. 9. 110. [10.18311/Gjeis/2017/15748](https://doi.org/10.18311/Gjeis/2017/15748).
- Z.Madura, Beata & Nowacki, Robert. (2018). Storytelling And Its Impact On Effectiveness Of Advertising.

Biografi Penulis

Jade Victoria Fortuna, lahir Di Surabaya, 25 Juli 2001. Mahasiswi tingkat akhir jurusan Visual Communication Design Universitas Ciputra Surabaya. Seorang *freelance illustrator* dan *designer* yang berfokus pada gaya kartun. Selain itu juga merupakan ilustrator dan penulis brand komik digital Hello it's Mondu di Instagram.