

# jurnal desain komunikasi visual nirmana

Journal of visual communication design nirmana

Volume 21, Nomor 2, Juli 2021

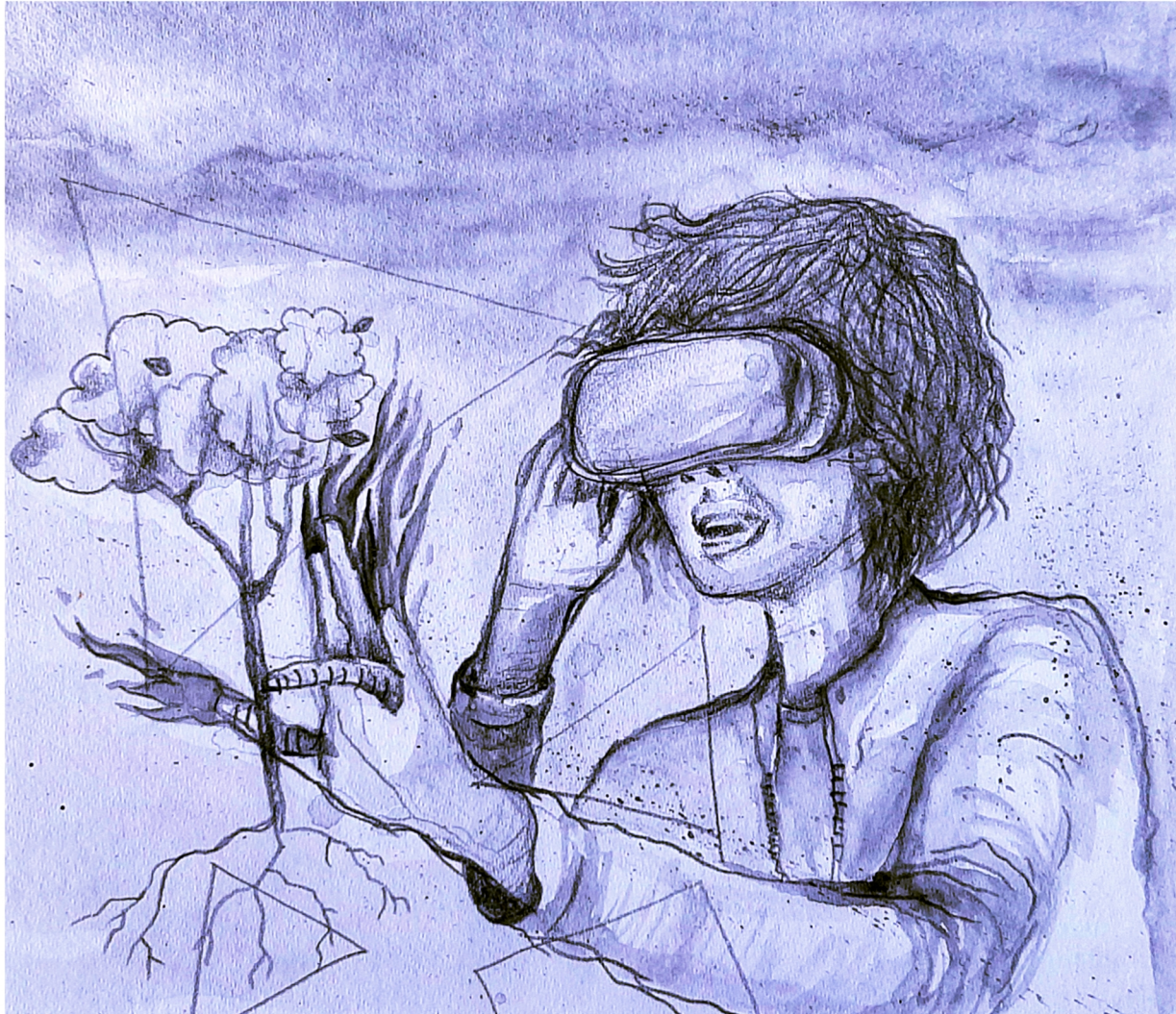
Jurusan Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 142-144, Surabaya 60236

Telp. (031) 2983416, Fax. (031) 8417658

e-mail : jurnal-dkv@petra.ac.id

<https://nirmana.petra.ac.id/>



Perancangan *Video Game* sebagai Media Edukasi Tentang Pandangan Kontra dari Amnesty International Terhadap Pelaksanaan Hukuman Mati

Strategi Perancangan *Digital Comic* sebagai Media Edukasi Cerita Rakyat Jawa Timur bagi Remaja Usia 12-18 Tahun

Perancangan Aplikasi *Augmentative and Alternative Communication (AAC)* bagi Anak-Anak Autis di ACTS Surabaya

*Sustainable Fashion*, Investasi pada Produk *Fashion* yang Berkualitas untuk Mengurangi Limbah *Fashion* yang Menumpuk

Permainan atau Penghujatan: Tinjauan Kritis Terhadap *Video Game* "Fight of Gods"

Illustrator Cover  
Obad Bima Wicandra

# jurnal desain komunikasi visual nirmana

Jurnal of visual communication design nirmana

Jurusan Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 142-144, Surabaya 60236  
Telp.(031)2983416 , Fax.(031) 8417658  
e-mail : jurnal-dkv@petra.ac.id  
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv>

## Daftar Isi

### **Perancangan *Video Game* Sebagai Media Edukasi Tentang Pandangan Kontra dari Amnesty International Terhadap Pelaksanaan Hukuman Mati**

*Liana Atmaja, Denny Tri Ardianto, Paulus Benny Setyawan* 63-72

### **Strategi Perancangan *Digital Comic* sebagai Media Edukasi Cerita Rakyat Jawa Timur bagi Remaja Usia 12-18 Tahun**

*Jonathan Indrawan Susanto, Ryan Pratama Sutanto* 73-79

### **Perancangan Aplikasi *Augmentative and Alternative Communication* (AAC) bagi Anak-Anak Autis di ACTS Surabaya**

*Jacqueline Kezia Christjahja, Vanessa Yusuf* 80-86

### ***Sustainable Fashion*, Investasi pada Produk Fashion yang Berkualitas untuk Mengurangi Limbah *Fashion* yang Menumpuk**

*Shafira Qiddist Sayyida, Marina Wardaya* 87-91

### **Permainan atau Penghujatan: Tinjauan Kritis Terhadap Video Game “Fight of Gods”**

*Samuel Soegiarto, Ezra Iskandar* 92-101

[Home](#) / [Editorial Team](#)

## Editorial Team

### Editor in Chief

[Obed Bima Wicandra, S.Sn., M.A.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

### Deputy Editor

[Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M.Hum.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

### Editorial Boards

[Dr. Heru Dwi Waluyanto, M.Pd.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

[Aristarchus Pranayama K., B.A., M.A.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

[Rika Febriani, S.Sn., M.A.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

[Vanessa Yusuf, S.Ds., M.Ds.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

[Daniel Kurniawan S., S.Sn., M.Med.Kom.](#) (*Universitas Kristen Petra Surabaya*)

Focus and Scope
Peer Reviewers
Author Guidelines
Peer Review Process
Publication Ethics
Author Fees
Open Access
Plagiarism Check
Journal Template



### **Abstracting and Indexing**



### **Tool**



### **Editor and Administration Address:**

Institute of Research and Community Outreach  
Petra Christian University  
Jl. Siwalankerto 121-131  
Surabaya 60236



Indonesia  
Phone: +62-31-2983147  
E-mail:  
[puslit@petra.ac.id](mailto:puslit@petra.ac.id)  
Homepage:  
<https://nirmana.petra.ac.id/>

---

**00289544** View My Stats

Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana is published by Institute of Research & Community Outreach - Petra Christian University, Surabaya, Indonesia

©All right reserved 2022. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, e-ISSN: 2721-5695

Platform &  
workflow by  
**OJS / PKP**

Get More with  
SINTA Insight

Go to Insight



JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL NIRMANA

JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI DAN DESAIN UNIVERSITAS KRISTEN  
PETRA SURABAYA

P-ISSN : 02150905 <> E-ISSN : 27215695 Subject Area : Humanities, Art



0.70967  
7  
Impact Factor



1897  
Google Citations



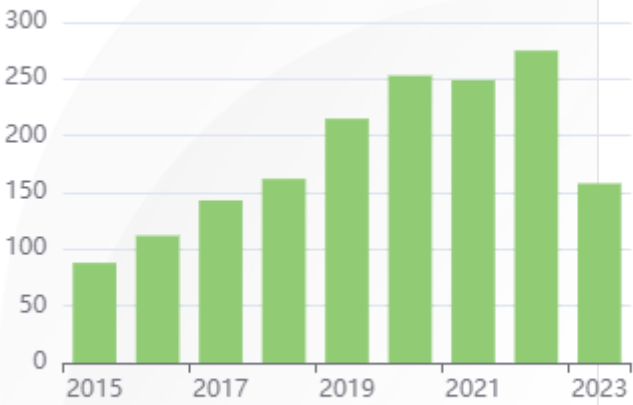
Sinta 4  
Current  
Acreditation

Google Scholar Garuda Website Editor URL

History Accreditation

2018 2019 2020 2021 2022 2023

Citation Per Year By Google Scholar



Journal By Google Scholar

	All	Since 2018
Citation	1897	1314
h-index	18	14
i10-index	34	23

Garuda Google Scholar

Perancangan Media Kreatif â Brainlliantâ untuk Anak Penderita Epilepsi

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University Jurnal Desain  
Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 (2023): JANUARY 2023 19-31

2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.19-31 Accred : Sinta 4

Perancangan Strategi Branding Stationery â Tiftiâ untuk Mendukung  
Produktivitas

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University Jurnal Desain  
Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 (2023): JANUARY 2023 1-8

2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.1-8 Accred : Sinta 4

The Construction of the Representation based on Product, Brand Advertisement, and  
Cause-related Marketing: Aqua Case

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University Jurnal Desain  
Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 (2023): JANUARY 2023 9-18

2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.9-18 Accred : Sinta 4

Reinterpreting Bedouin Shaabook Weaving Techniques and Materials through the Co-  
Creation of Omani Contemporary Jewellery

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University Jurnal Desain  
Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 (2023): JANUARY 2023 40-49

2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.40-49 Accred : Sinta 4

Perancangan Poster Augmented reality Dampak Sampah Plastik bagi Lingkungan

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University Jurnal Desain  
Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 (2023): JANUARY 2023 59-66

2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.59-66 Accred : Sinta 4

[Perancangan Game Visual Novel â Freshmenâ sebagai Media Edukasi Etika Bermedia Sosial Sekolah Menengah Atas](#)

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University. [Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 \(2023\): JANUARY 2023 32-39](#)  
2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.32-39 Accredited : Sinta 4

[Bamboo for Beverage Containers of Legen and Tuak as a Reflection of Local Wisdom of Tuban Society.](#)

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University. [Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 \(2023\): JANUARY 2023 50-58](#)  
2023 DOI: 10.9744/nirmana.23.1.50-58 Accredited : Sinta 4

[Front Matter \(Cover, Editorial, Table of Content\)](#)

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University. [Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Vol. 23 No. 1 \(2023\): JANUARY 2023](#)  
2023 DOI: - Accredited : Sinta 4

[Analisis Dramatisasi Shot Video pada Iklan Sampo â Panteneâ.](#)

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University. [Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Vol. 22 No. 1 \(2022\): JANUARY 2022 1-7](#)  
2022 DOI: 10.9744/nirmana.22.1.1-7 Accredited : Sinta 4

[Fetisme Samurai pada Desain Budaya Populer Mecha](#)

Institute of Research and Community Outreach - Petra Christian University. [Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Vol. 22 No. 1 \(2022\): JANUARY 2022 18-26](#)  
2022 DOI: 10.9744/nirmana.22.1.18-26 Accredited : Sinta 4

[View more ...](#)

Get More with  
SINTA Insight

[Go to Insight](#)

Citation Per Year By Google Scholar

Journal By Google Scholar

	All	Since 2018
Citation	1897	1314
h-index	18	14
i10-index	34	23

## Strategi Perancangan *Digital Comic* sebagai Media Edukasi Cerita Rakyat Jawa Timur bagi Remaja Usia 12-18 Tahun

Jonathan Indrawan Susanto<sup>1</sup>, Ryan Pratama Sutanto<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia

\*Penulis korespondensi; Email: ryan@petra.ac.id

### Abstrak

Cerita rakyat Jawa Timur merupakan bagian dari budaya bangsa yang kaya akan nilai, moral, norma, dan sejarah yang berguna bagi remaja di era sekarang. Di era kemajuan teknologi dan internet ini, cerita rakyat dapat menolong remaja mempertahankan identitas mereka sebagai bangsa Indonesia dalam masa pencarian identitas mereka. Kenyataannya sekarang, remaja di Surabaya dan sekitarnya kurang menyukai cerita rakyat karena cerita rakyat dinilai memiliki cerita dan penyajian yang kurang menarik. Strategi perancangan *digital comic* ini dibuat agar cerita rakyat dapat disajikan secara menarik bagi para remaja agar mereka bisa kembali tertarik untuk mengetahui cerita rakyat, secara khusus cerita rakyat Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang akan berfokus pada data tentang cerita rakyat, remaja Surabaya dan sekitarnya, media edukasi, dan *digital comic*.

**Kata kunci:** *Digital Comic*, Media edukasi, Cerita Rakyat, Jawa Timur, Remaja.

### Abstract

*East Java folklore is part of the nation's culture which is rich in values, morals, norms, and history that are useful for teenagers in today's era. In this era of technological progress and the internet, folklore can help teenagers maintain their identity as Indonesians in the search for their identity. The reality now is that teenagers in Surabaya and its surroundings do not like folklore because folklore is considered to have stories and presentations that are less attractive. This digital comic design strategy is made so that folklore can be presented attractively for teenagers so that they can be interested again in knowing folklore, specifically East Java folklore. The research method used is a descriptive qualitative method that will focus on data about folklore, youth in Surabaya and its surroundings, educational media, and digital comics.*

*Keywords:* *Digital comic, educational media, folklore, East Java, youth.*

### Pendahuluan

Indonesia merupakan bangsa yang sangat kaya dengan adat, tradisi, budaya, dan nilai-nilai yang terus diwariskan dari generasi ke generasi. Salah satu cara yang digunakan adalah melalui cerita rakyat. Secara definisi, cerita rakyat dapat dimengerti sebagai cerita yang berasal dan berkembang dalam masyarakat di suatu daerah di masa lampau sehingga di dalamnya terdapat budaya, nilai, dan sejarah yang dimiliki oleh bangsa tersebut (*Cerita Rakyat Adalah*, 2020).

Cerita rakyat memiliki beberapa fungsi, yaitu fungsi sebagai sarana hiburan, sebagai sarana penggalang rasa kesetiakawanan antara warga pemilik cerita rakyat tersebut, sebagai pengokoh nilai-nilai sosial budaya, dan juga sebagai sarana pendidikan, termasuk pendidikan nilai-nilai dan budaya (*Cerita Rakyat Adalah*, 2020). Penjelasan ini menunjukkan bahwa cerita rakyat penting

untuk diketahui dan dipelajari oleh para remaja Indonesia pada masa kini.

Ada dua alasan mengapa cerita rakyat adalah sesuatu yang penting untuk diketahui dan dipelajari oleh remaja. Yang pertama adalah karena masa remaja adalah masa pencarian identitas. Menurut teori *Psychosocial Development* milik Erik Erikson, pada masa ini remaja akan merasa kebingungan tentang siapa mereka dan bagaimana mereka akan masuk ke dalam masyarakat. Kebingungan ini membuat para remaja akan mencoba berbagai macam hal dan rentan terhadap berbagai pengaruh di sekitar mereka, baik dari yang dekat dengan mereka seperti keluarga atau teman, hingga yang lebih luas seperti tren dan budaya populer di sekitar mereka (Cherry, 2019).

Alasan kedua adalah karena kemajuan teknologi dan internet yang sudah sangat dekat dengan para remaja, bahkan telah menjadi bagian dari



keseharian mereka. Remaja sekarang menjadi generasi global yang terkoneksi dengan seluruh penjuru dunia (Putra, 2016). Hal ini membuat remaja Indonesia terekspos pada pengaruh dari seluruh penjuru dunia, baik pengaruh positif mau pun negatif. Kedua hal ini membuat pada masa ini, penting untuk remaja mempelajari budaya dan nilai bangsa Indonesia agar mereka bisa bijak dalam menyikapi pengaruh dari luar. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah melalui cerita rakyat.

Kenyataannya sekarang, sedikit cerita rakyat yang diketahui oleh remaja dan mereka juga cenderung tidak menyukai cerita rakyat bahkan yang berasal dari daerah asal mereka, walau mereka tahu itu penting. Berdasarkan survei yang dilakukan, hanya sekitar 4 dari 13 orang remaja yang masih tertarik pada cerita rakyat dan aktif mencari tahu tentang cerita rakyat saat mereka remaja.

Alasan utama yang diberikan adalah cerita dan penyajian cerita rakyat yang kurang menarik. Bagi mereka cerita rakyat memiliki cerita yang membosankan, pendek-pendek, kurang pendalaman karakter, dan tidak *relate* dengan mereka. Secara penyajiannya, kebanyakan dibuat untuk anak-anak atau dibuat sebagai FTV yang memiliki CGI yang kurang baik. Hal ini menyebabkan dibutuhkan sebuah media yang mampu menarik remaja untuk mengetahui dan juga mempelajari cerita rakyat sehingga mereka kembali mengenal cerita rakyat di daerah mereka.

Perancangan ini akan secara khusus berfokus pada pembuatan *digital comic* yang menceritakan cerita rakyat Jawa Timur sebagai solusi dari permasalahan ini. Cerita rakyat Jawa Timur dipilih karena berdasarkan survei yang dilakukan, *target audience* kurang mengetahui cerita rakyat Jawa Timur walau mereka berasal dari daerah di Jawa Timur. Kebanyakan dari responden hanya mengetahui cerita-cerita rakyat Jawa Timur yang terkenal seperti asal usul Surabaya, Asal Usul Banyuwangi, dan Keong Emas. Padahal, Jawa Timur memiliki lebih dari 20 cerita rakyat. *Digital comic* dipilih karena mampu menyampaikan cerita dengan baik dan menarik karena merupakan bentuk narasi yang divisualkan, dan efektif untuk menjangkau *target audience* yang mengakses banyak hal melalui internet dan *smartphone* mereka. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan remaja di Surabaya dan sekitarnya semakin tertarik dengan cerita-cerita rakyat, secara khusus cerita rakyat di Jawa Timur.

## Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah metode deskriptif kualitatif, di mana metode ini akan digunakan untuk menelaah dan memahami secara utuh tentang subyek penelitian sesuai dengan kenyataan yang ada (Moleong, 2018). Metode ini akan digunakan untuk menggali fenomena tentang media edukasi cerita rakyat bagi remaja usia 12-18 tahun serta tentang remaja itu sendiri yang merupakan *target audience* dari perancangan ini. Pencarian data akan difokuskan pada data seputar cerita rakyat, remaja di Surabaya, media edukasi dan *digital comic*. Metode pengumpulan data akan menggunakan wawancara, survei, observasi, dan kajian pustaka.

Data seputar remaja akan dikumpulkan menggunakan metode survei, observasi, dan wawancara pada remaja Surabaya dan sekitarnya. Data akan direkam dan disimpan menggunakan laptop, *smartphone*, catatan, perekam suara, dan foto. Data seputar media edukasi, *digital comic*, dan cerita rakyat akan dikumpulkan menggunakan metode kajian pustaka yang diakses baik dari buku, jurnal, maupun internet.

Metode analisis yang akan digunakan adalah metode analisis data 5W+1H. Metode ini digunakan karena perancangan ini membutuhkan analisis yang mampu mendeskripsikan kondisi yang sedang terjadi agar perancangan ini tepat sasaran dan dapat menjawab masalah yang ada

## Hasil dan Diskusi

Perancangan ini dibuat untuk remaja di Surabaya dan sekitarnya yang berusia 12-18 tahun dan sedang berada dalam rentang pendidikan SMP-Kuliah. Mereka hidup dalam keluarga yang memiliki SES A-B, sehingga mereka sudah memiliki gawai mereka sendiri dan telah sangat dekat dengan internet.

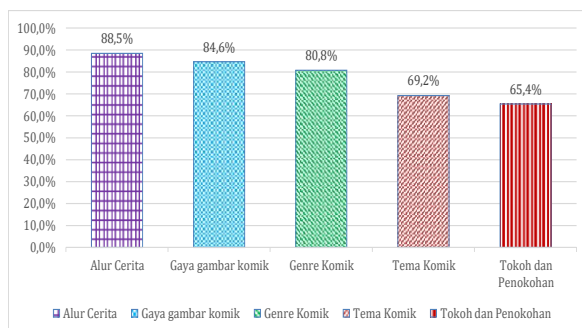
Mereka adalah bagian dari Generasi Z yang telah melek teknologi dan fasih dalam menggunakan gawai. Sebagian besar waktu senggang mereka mereka habiskan untuk menggunakan gawai, salah satunya dengan mencari hiburan. Hiburan biasanya mereka dapat pada media sosial ataupun *platform* hiburan lainnya, seperti *platform* video, *game*, dan *digital comic*.

Berdasarkan ulasan tentang teori perbedaan generasi dalam jurnal *Theoretical Review*: Teori Perbedaan Generasi oleh Yanuar Surya Putra (2016), Generasi Z merupakan generasi yang lahir

di tengah kemajuan teknologi yang pesat. Sejak kecil, generasi ini sudah mengenal dan akrab dengan teknologi, *gadget* canggih, dan dunia maya yang secara tidak langsung berpengaruh pada kepribadian mereka, membuat mereka menjadi generasi yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. Secara umum, generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y (millennial), namun mampu untuk melakukan berbagai macam kegiatan secara *multitasking*.

Karakteristik penggunaan teknologi dan internet Generasi Z yang terangkum dalam jurnal ini sesuai dengan temuan tentang karakteristik perilaku konsumsi media dan perilaku online remaja Indonesia yang terangkum dalam *Tirto Visual Report: Masa Depan di tangan Generasi Z*. Survei ini menunjukkan bahwa remaja Indonesia juga sangat dekat dengan teknologi dan internet. Hal ini dapat dilihat melalui seringnya penggunaan internet mereka, yang mencapai lebih dari 2 jam sehari. Survei ini menunjukkan bahwa 34,1% responden menggunakan internet 3-5 jam sehari, 19,3% menggunakan internet 6-8 jam sehari, 6,9% menggunakan internet 9-11 jam sehari, dan 7,3% menggunakan internet lebih dari 12 jam sehari. Survei ini juga menunjukan kalau sebanyak 89,1% dari Generasi Z di Indonesia memilih untuk menggunakan *smartphone* sebagai gawai utama mereka.

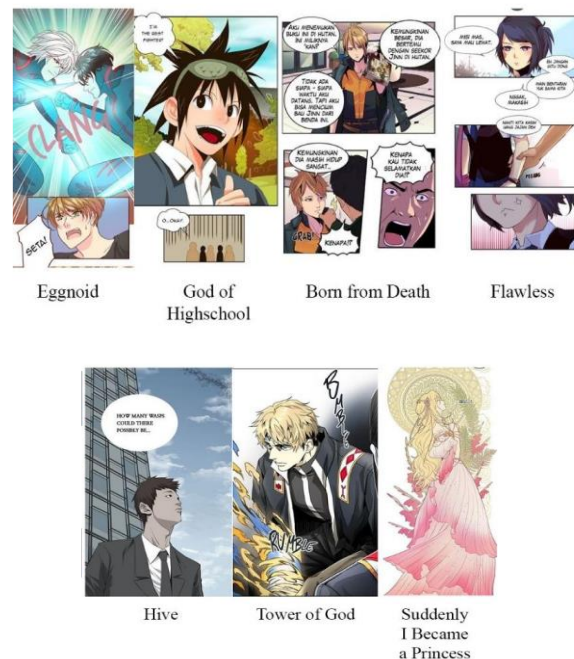
Perancangan ini juga secara khusus menyasar remaja yang menyukai *digital comic* dan sering mengaksesnya via *Line Webtoon*. Berdasarkan survei yang dilakukan pada *target audience*, terdapat beberapa faktor yang membuat *target audience* menyukai sebuah *digital comic* pada platform *Line Webtoon*. Faktor-faktor ini adalah alur ceritanya (23 dari 26 responden), gaya gambar komiknya yang menarik (22 dari 26 responden), genre komiknya (21 dari 26 responden), tema komiknya (18 dari 26 responden), dan tokoh dan penokohan komik tersebut (17 dari 26 responden).



**Gambar 1.** Column chart alasan mengapa *target audience* menyukai sebuah *Webtoon*.

Bagi *target audience*, alur cerita yang menarik adalah alur cerita yang seru, mengalir, sulit ditebak, memiliki pengembangan cerita yang jelas

dan tidak berbelit, memiliki *plot twist* yang tidak tertebak, dan memiliki akhir tiap *chapter* yang membuat orang penasaran untuk membaca lanjutannya. Gaya gambar yang menurut mereka menarik adalah gaya gambar yang ekspresif, memiliki detail gambar yang menarik, dan unik. Tema cerita yang mereka suka adalah tema yang menarik dan unik, tema kehidupan sehari-hari, dan tema kerajaan, seperti yang dijawab oleh salah satu responden, “di *Webtoon* saya menemukan berbagai macam komik dengan keunikan yang berbeda-beda. Komik yang paling saya sukai adalah komik yang memiliki gaya gambar yang menarik untuk dilihat dan ekspresif, alur cerita yang tidak tertebak, serta tema yang bertema fantasi, kerajaan” (C. Tenata, personal communication, September 30, 2020). Untuk genre, yang paling menarik bagi mereka adalah fantasi, drama, romantis, komedi, *thriller* dan aksi. Sedangkan untuk penokohan, tokoh dan penokohan yang mereka suka adalah tokoh yang “...tidak terasa 2 dimensinya, setiap tokoh memiliki *depth* dan *backstory* yang *convincing*. Meskipun tokohnya ada banyak, tidak susah untuk diingat” (M.M. Zega, personal communication, September 30, 2020).



**Gambar 2.** Contoh *Webtoon* dengan gambar yang menarik bagi responden

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada *target audience*, ditemukan fakta bahwa *target audience* kurang menyukai cerita rakyat. Ada beberapa alasan yang membuat mereka kurang meminati cerita rakyat, seperti “...soalnya bacaan yang lebih menarik itu banyak... Aku kan suka baca novel jadi biasanya bacanya novel. Jarang *pol* sih dan hampir *ga* pernah baca cerita rakyat dengan

kemauan sendiri.... *Soalnya* ceritanya *kan gitu-gitu* terus pendek-pendek terus *ga* ada *kek* pendalaman karakter gitu *sih*, menurutku *mbosein sih overall*" (F. Nova, personal communication, September 2, 2020). Alasan lain yang diberikan adalah "mungkin yang bikin *ga* menarik *soale* eksekusi *ne ya... soale* cerita rakyat kebanyakan eksekusi *ne koyok* buat anak kecil. *Jadie koyok* *gak relate* *mbe* umurku *seng* sekarang..." (Y. Agung, personal communication, September 2, 2020).

Walau *target audience* menganggap cerita rakyat kurang menarik, 10 dari 13 responden menganggap bahwa cerita rakyat penting untuk diketahui. Ada beberapa alasan yang mereka berikan yaitu "... *biar* (cerita rakyat) tetap ada dan *ngga* hilang..." (J. Yolivio, personal communication, September 2, 2020), "*biar* melestarikan legenda-legenda" (S. Theophilia, personal communication, August 30, 2020), "*soalnya* cerita rakyat juga bagian dari sejarah..." (H.I. Kahfi, personal communication, August 30, 2020), "Penting, apalagi yang punya nilai-nilai moral... semangat patriotisme juga *sih*... bangga akan budaya... terbentuk dari situ (cerita rakyat) juga" (E.N. Tedjorahardjo, personal communication, September 2, 2020), dan "*soale* di cerita rakyat itu terkandung nilai-nilai *culture* nya Indo. Dan banyak pesan moralnya juga..." (F.E. Setiawan, personal communication, September 2, 2020).

Walau mereka tahu cerita rakyat itu penting, tidak banyak cerita rakyat yang mereka ingat dan membentuk mereka saat masa remaja karena kurang menarik bagi mereka. Sebagai contoh, di Jawa Timur terdapat lebih dari 20 cerita rakyat, namun untuk kepentingan perancangan ini dipilih 10 cerita rakyat yang kaya akan nilai dan budaya. Dari 10 cerita rakyat Jawa Timur ini, cerita yang mereka tahu adalah cerita Asal Usul Surabaya (7 dari 10 responden), Keong Mas (6 dari 10 responden), Asal Usul Banyuwangi (4 dari 10 Responden), Cindelaras (2 dari 10 responden), Joko Dolog (1 dari 10 responden), dan Asal Mula Reog Ponorogo (1 dari 10 responden). Sementara cerita-cerita seperti Rangka Gading, Asal Mula Ayam Hutan, Jeruk Emas, dan Damar Wulan dan Menakjingga yang juga mengandung nilai-nilai dan budaya kurang diketahui.

Berdasarkan survei yang dilakukan, remaja akan merasa tertarik untuk mengetahui atau membaca cerita rakyat bila cerita rakyat ini dikemas dan diceritakan dengan media dan cara yang lebih menarik. Dari survei yang dilakukan, sebanyak 23 dari 28 responden mengatakan bahwa mereka akan tertarik untuk membaca sebuah komik yang memasukkan cerita-cerita rakyat di dalamnya. Alasan yang mereka berikan adalah tertarik bila

cerita dan visual di eksekusi dengan baik (10 dari 23 responden), dibuat menjadi komik akan membuat cerita rakyat makin menarik untuk dibaca (4 dari 23 responden), menambah wawasan (4 dari 23 responden), penasaran akan hasilnya (2 dari 23 responden), karena jarang yang ada komik yang mengangkat tentang cerita rakyat (2 dari 23 responden), dan alasan lainnya (1 dari 23 responden). Survei ini menunjukkan bahwa faktor eksekusi dan juga media berperan dalam membuat mereka tertarik pada cerita rakyat.

Respon-respon yang diberikan menunjukkan bahwa kurang sesuainya cerita dan pengemasan cerita rakyat itu bagi remaja membuat remaja memandang cerita rakyat sebagai cerita yang kurang menarik. Kebanyakan cerita rakyat yang cocok bagi remaja diceritakan dalam bentuk tulisan artikel yang ada di internet, walaupun ada juga yang telah membuat komik ataupun video di Youtube untuk mengatasi kurang tertariknya remaja terhadap cerita rakyat. Faktor lainnya adalah adanya alternatif lain yang memiliki kualitas yang lebih baik dan juga lebih menarik yang mampu dengan mudah mereka akses dengan bantuan teknologi dan internet. Dari hal ini bisa dikatakan bahwa akar dari permasalahan kurang menariknya cerita rakyat bagi remaja, baik secara cerita dan penyajian, adalah karena kurangnya media yang menyajikan cerita rakyat yang mampu membuat remaja tertarik untuk mendalami cerita-cerita rakyat tersebut seperti bagaimana mereka tertarik untuk membaca cerita, cerita rakyat, atau pun mitologi milik luar negeri.

Sebagai strategi untuk mengatasi hal ini, maka ada beberapa hal yang perlu untuk dilakukan. Yang pertama adalah memilih konsep cerita yang tepat untuk mengatasi kurang tertariknya remaja pada cerita dari cerita rakyat itu sendiri. Menilai dari permasalahan ini, konsep cerita yang hanya mengadaptasi cerita rakyat seperti aslinya tidak bisa digunakan. Dibutuhkan konsep cerita yang lain yang mampu menarik remaja untuk membaca cerita rakyat ini, yaitu konsep cerita orisinal yang menggabungkan elemen-elemen dari beberapa cerita rakyat, dan menceritakan apa yang terjadi setelah cerita-cerita itu tamat.

Konsep cerita ini dipilih karena dengan membuat cerita yang orisinal, maka pembaca akan lebih tertarik karena ada unsur kebaruan dan bukannya hanya mengulang cerita rakyat, yang bagi remaja, kurang menarik. Cerita yang baru ini juga memungkinkan penyampaian cerita rakyat dibuat berbeda dan lebih disesuaikan lagi dengan apa yang remaja ini suka. Dengan begitu, permasalahan bahwa cerita rakyat ini kurang relevan dan kurang *relate* dengan para remaja bisa diatasi.

Pemilihan untuk menceritakan apa yang terjadi setelah cerita rakyat itu tamat juga bertujuan untuk membuat remaja tertarik. Hal ini bertujuan agar pembaca dapat mengetahui cerita rakyat yang diangkat, baik dalam bentuk percakapan atau *flashback*, namun dengan ruang untuk mengembangkan cerita ini ke arah yang menarik dan belum pernah mereka lihat.

Konsep cerita ini juga memungkinkan penggabungan berbagai cerita rakyat dalam satu cerita dengan bebas. Hal ini membuat remaja dapat dapat terkespos pada berbagai cerita rakyat sekaligus, sehingga mereka akan tahu lebih banyak cerita rakyat dengan lebih mudah dari pada membaca cerita rakyat yang diadaptasi secara terpisah-pisah. Konsep cerita ini juga memberikan keluwesan dalam pengembangan ceritanya sehingga cerita ini bisa disesuaikan dengan keadaan kedepannya.

Hal kedua yang perlu dilakukan adalah merancang strategi penyajian cerita rakyat untuk mengatasi kurang menariknya pengemasan cerita rakyat bagi remaja. Secara khusus, hal ini bertujuan untuk menghilangkan anggapan remaja bahwa cerita rakyat itu untuk anak-anak atau untuk orang dewasa dan bukan untuk mereka yang diakibatkan oleh minimnya media cerita rakyat yang dibuat untuk remaja.

Strategi pertama untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan menyesuaikan tema, pesan, dan genre yang diangkat dengan apa yang dekat dengan para remaja dan yang mereka sukai. Dari survei yang dilakukan, para remaja menyukai tema yang menarik dan unik, tema kehidupan sehari-hari, dan tema kerajaan. Selain itu, genre yang mereka sukai adalah fantasi, drama, romantis, komedi, *thriller* dan aksi. Tema-tema dan genre inilah yang kemudian dijadikan dasar dalam pengembangan cerita dan penyajian komik ini.

Komik ini akan menceritakan tentang perjuangan seorang anak remaja yang ingin bisa menerima dan bahagia dengan dirinya sendiri, namun merasa itu tidak mungkin karena merasa dirinya tidak istimewa dan tidak memiliki apapun untuk dibanggakan. Suatu ketika, dia memiliki kesempatan untuk mengubah hidupnya menjadi istimewa dengan cara yang mudah, yaitu dengan menyatukan dunia nyata dan dunia cerita rakyat. Walau begitu, kesempatan ini justru membuatnya menghadapi pilihan yang sulit, yaitu antara memilih menjadi istimewa namun membahayakan dunia nyata, atau menerima diri sendiri sebagai remaja yang biasa saja tapi dunia nyata aman dari ancaman.

Dalam cerita ini, tema besar yang diangkat adalah penerimaan diri apa adanya, bukannya menuntut harus menjadi istimewa dulu baru bisa menerima diri. Hal ini diangkat karena remaja pada umumnya akan mengalami hal ini di masa pencarian identitas mereka, sehingga tema ini adalah tema yang dekat dengan para remaja. Berdasarkan Erik Erikson, agar seseorang dapat berhasil melalui masa remaja mereka dengan baik, dia perlu untuk bisa berkomitmen pada identitasnya (Cherry, 2019). Langkah awal yang bisa diambil adalah dengan menerima diri sendiri dengan segala keadaannya baru dia akan bisa berkomitmen pada identitasnya.

Tema lainnya yang diangkat adalah tema tentang dua dunia, yaitu dunia nyata dan dunia cerita rakyat. Tema ini dipilih karena dunia nyata dapat mencakup tentang kehidupan sehari-hari yang dialami para remaja untuk mengakomodir kesukaan para *target audience* pada komik bertemakan *slice of life*, agar bisa terasa dekat dengan para remaja, dan bisa menyampaikan pesan dengan baik. Dunia cerita rakyat, di sisi lain, dapat mencakup tema kerajaan, serta genre fantasi, drama, aksi, dan *thriller* yang lebih imajinatif, dan mengakomodir cerita rakyat yang diangkat. Tema dua dunia ini juga bisa dimanfaatkan sebagai visualisasi perjuangan tokoh utama dalam menerima dirinya sendiri.

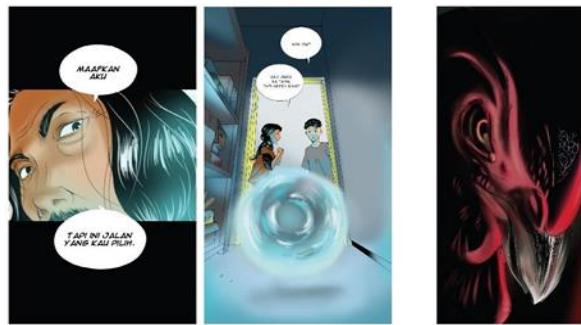
Strategi berikutnya adalah dengan menyajikan cerita rakyat dari sudut pandang yang berbeda. Selama ini cerita rakyat kebanyakan disajikan melalui sudut pandang pihak protagonis, sehingga pada perancangan ini, sudut pandang yang dipilih adalah sudut pandang antagonis atau pihak yang dirugikan. Hal ini bertujuan agar cerita rakyat dapat dilihat secara lebih menyeluruh dan agar remaja bisa menyadari bahwa tidak semua cerita rakyat tidak sesederhana yang terlihat, sehingga anggapan bahwa cerita rakyat itu untuk anak-anak bisa berkurang.

Strategi lainnya adalah dengan menyesuaikan gaya penulisan. Gaya penulisan *digital comic* ini akan dibuat mengalir dan juga tidak terlalu formal dan kaku, mengingat target dari perancangan ini adalah remaja. Walau begitu, cerita ini akan dibuat sebagai cerita serius pada intinya agar tidak terkesan kekanak-kanakan, namun tetap memiliki humor dan aksi agar tetap menarik bagi remaja.

Dari segi visual, komik akan dibuat dengan gaya gambar yang cukup detail, proporsional untuk manusia, tapi tetap dinamis dan ekspresif. Hal ini bertujuan agar komik ini tidak terasa terlalu serius dan tegang walau pesannya adalah hal yang serius, menarik bagi remaja, dan tidak terkesan seperti dibuat untuk anak-anak.



**Gambar 3.** Hasil *digital comic* yang sudah dibuat versi hitam putih



**Gambar 4.** Hasil *digital comic* yang sudah dibuat versi berwarna

Judul yang dipilih untuk komik ini adalah Nara. Nara dipilih karena Nara merupakan nama dari karakter utama komik ini dan juga cukup singkat sehingga judul ini dapat dengan mudah diingat dan diasosiasikan dengan komik ini oleh para remaja. Selain itu, Nara juga memiliki arti manusia, bahagia, dan perasaan puas yang juga adalah bagian penting dari komik ini, sehingga judul Nara dapat merepresentasikan komik ini dengan baik secara singkat bagi remaja.

Untuk memasukan unsur edukasi cerita rakyat, maka secara garis besar, komik ini akan terdiri dari tokoh orisinal yaitu tokoh Nara, Aruna, Kakek di dunia nyata, serta tokoh-tokoh adaptasi dari cerita rakyat seperti tokoh Kakek dalam cerita Jeruk Emas, Jaka Jemput dari cerita Joko Dolog, tokoh Damar Wulan dari Cerita Damar Wulan dan Menakjingga dan tokoh Ayam hutan dari kisah Asal Usul Ayam Hutan sebagai tokoh penting dalam kisah ini. Selain mereka, akan ada tambahan tokoh lain yaitu keluarga Mendong dari kisah Pak Mendong dan Mbok Mendong, dan keluarga Sabar dari Kisah Benda Ajaibnya Kucing sebagai tokoh tambahan dalam cerita ini.

Unsur cerita rakyat lain akan dimasukkan di *digital comic* ini dalam bentuk percakapan dan juga tempat, seperti Sandhekala dan juga Asal Mula Pohon Jati Besar-Besar agar remaja dapat mengetahui sebanyak mungkin cerita rakyat yang ada.



**Nara**

**Aruna**

**Gambar 5.** Hasil desain tokoh Nara dan Aruna saat anak-anak

Desain tokoh Nara dan Aruna akan dirancang seperti remaja pada jaman modern ini, baik dari segi penampilan, cara bicara, hingga barang-barang yang mereka miliki. Hal ini bertujuan agar mereka bisa merepresentasikan remaja sekarang pada komik ini, sehingga pembaca dapat mengasosiasikan diri mereka pada karakter ini.

Tokoh-tokoh yang mengadaptasi tokoh cerita rakyat akan dibuat berdasarkan deskripsi yang ada di cerita rakyat atau dari sumber lain yang tersedia. Bagian yang memiliki deskripsi akan dibuat seakurat mungkin, namun bagian yang tidak memiliki deskripsi akan dibuat sesuai dengan kebutuhan komik ini. Hal ini bertujuan agar *target audience* bisa mengetahui karakter cerita rakyat yang diangkat, namun dengan ruang untuk mengembangkannya secara orisinal untuk menarik minat mereka.

Penyesuaian lainnya yang dilakukan adalah pemilihan media. Melihat para remaja sekarang sangat dekat dengan media digital, maka media yang dipilih untuk mengangkat cerita rakyat ini juga adalah media digital, yaitu *digital comic*. Media *digital comic* ini dipilih karena media ini sudah umum dikonsumsi oleh para remaja. Media ini juga dapat diakses dengan mudah oleh para remaja sekarang, sehingga efektif dalam menjangkau para remaja

Strategi terakhir yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan menggunakan *digital comic* sebagai media utama, dan media sosial sebagai media pendukung edukasi dan promosi. Sebagai media utama, *digital comic* akan lebih difokuskan untuk menyajikan cerita yang menarik dengan sedikit penjelasan tentang cerita tersebut, baik dalam bentuk kata-kata dalam perbincangan ataupun sebagai *flashback* dalam chapternya. Di tiap akhir chapter, akan dimasukkan sedikit penjelasan tentang unsur cerita rakyat yang ada dalam *chapter* tersebut atau *chapter-chapter* sebelumnya agar pembaca tertarik dan penasaran



dengan cerita rakyat yang diangkat. Edukasi lebih lengkap tentang cerita rakyat ini akan ditaruh pada media sosial.

Pembagian ini dirancang untuk memastikan cerita rakyat yang diangkat dapat disajikan dengan semenarik mungkin, dan juga agar edukasi bisa diberikan dengan maksimal. Penjelasan yang dipaksakan lengkap dan panjang bila diselipkan dalam bentuk dialog atau *flashback* dapat membuat pembaca bosan. Selain itu, penjelasan yang diselipkan dalam cerita akan membuat orang-orang yang ingin membaca lagi penjelasan tersebut menjadi cukup kesusahan, mengingat mereka harus mencari kembali pada bagian cerita yang mana penjelasan itu ada. Dengan diletakkannya penjelasan itu pada media sosial, edukasi yang diberikan dapat lebih menyeluruh, lengkap, panjang, yang dapat dengan lebih mudah dicari kembali.

## Simpulan

Cerita rakyat merupakan salah satu dari budaya Indonesia yang seharusnya tetap dilestarikan dan diwariskan secara turun temurun. Tidak hanya sekedar agar tidak hilang dimakan waktu, namun karena cerita rakyat juga memiliki peran dalam membentuk bangsa Indonesia yang memegang teguh nilai-nilai dan identitas bangsanya. Peran cerita rakyat ini antara lain adalah sebagai pedoman dalam memilah berbagai pengaruh dari seluruh dunia yang dapat dengan mudah diakses oleh bangsa Indonesia, terutama remaja.

Remaja kini adalah generasi yang akan memimpin dan mengisi Indonesia kedepannya. Mereka adalah generasi yang akan memegang peran untuk mewariskan budaya Indonesia pada generasi berikutnya, sehingga sudah seharusnya mereka mengetahui berbagai cerita rakyat agar bisa mereka lestarikan dan wariskan. Namun kenyataannya, remaja sekarang justru kurang tertarik dengan cerita rakyat karena dinilai kurang menarik dan kurang sesuai bagi mereka, baik dari segi cerita maupun eksekusi.

Melihat permasalahan ini, maka sekarang diperlukan sebuah media yang mampu mengangkat cerita rakyat dan menyajikannya dengan baik agar para remaja kembali tertarik dengan cerita rakyat. Selain itu, media ini juga harus mampu dengan efektif menjangkau para remaja ini. Salah satunya adalah *digital comic* karena mampu menyajikan cerita rakyat secara menarik dan juga mudah diakses oleh para remaja di era digital ini. Perancangan *digital comic* Nara ini masih jauh dari sempurna dan bisa dikembangkan lagi.

Perancangan atau penelitian berikutnya dapat difokuskan pada cerita rakyat Jawa Timur yang belum diangkat atau cerita rakyat di luar Jawa Timur, lebih mengeksplorasi cara penyampaian dan pemanfaatan media *digital comic*, menggunakan media lain selain *digital comic*, serta menggali lebih dalam lagi tentang kesukaan dan preferensi remaja di daerah masing-masing agar perancangan yang dibuat dapat benar-benar efektif dan bermanfaat.

## Daftar Pustaka

- Aggleton, J. (2018, July). Defining Digital Comics: A British Library perspective. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 10(4), 393-409. Retrieved September 9, 2020 from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21504857.2018.1503189>
- Cerita rakyat. (2020, May). *Dosen Pendidikan*. Retrieved September 2, 2020 from <https://www.dosenpendidikan.co.id/cerita-rakyat/>
- Cherry, K. (2019, December). Identity vs role confusion in psychosocial stage 5. *Verywellmind*. Retrieved September 1, 2020 from <https://www.verywellmind.com/identity-versus-confusion-2795735>
- Moleong, L.J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Putra, Y.S. (2016, Desember). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123-134
- Tirto Visual Report. (2017). Tirto Visual Reports: Masa depan di tangan generasi Z. *Tirto.id*. Retrieved January 26, 2021 from <https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>

## Wawancara

- C. Tenata (September 30, 2020). Personal communication.
- E. N. Tedjorahardjo. (September 2, 2020). Personal communication
- F. E. Setiawan. (September 2, 2020). *Personal communication*
- F. Nova. (September 2, 2020). *Personal communication*
- H. I. Kahfi. (August 30, 2020). *Personal communication*
- J. Yolvio. (September 2, 2020). *Personal communication*.
- M. M. Zega. (September 30, 2020). *Personal communication*
- S. Theophilia. (August 30, 2020). *Personal communication*
- Y. Agung. (September 2, 2020). *Personal communication*.