

**PENERAPAN ALUR CERITA CAMPURAN DALAM
KOMIK SEGARATAWA SEBAGAI PENGENALAN
LEGENDA ASAL USUL KABUPATEN TUBAN
BAGI GENERASI Z**

TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna mencapai derajat Sarjana Strata-1 (S-1)
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain



OLEH:

MUHAMMAD NAFIS ZULFAN

NIM 18151157

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA**

2023

ABSTRAK

PENERAPAN ALUR CERITA CAMPURAN DALAM KOMIK SEGARATAWA SEBAGAI PENGENALAN LEGENDA ASAL USUL KABUPATEN TUBAN BAGI GENERASI Z

Oleh:

MUHAMMAD NAFIS ZULFAN

NIM. 18151157

Budaya mendongeng budaya mendongeng di masyarakat mulai mengalami penurunan sehingga mengakibatkan peran cerita rakyat atau legenda daerah menjadi terkikis oleh banyaknya konten digital yang menyesuaikan tren masa kini, sehingga mengakibatkan turunnya rasa nasionalisme pada generasi Z. Salah satu wilayah yang terdampak adalah Tuban. Oleh karena itu dibuatlah media literasi untuk memperkenalkan legenda asal usul Tuban menggunakan media yang menarik bagi generasi Z yaitu komik. Metode yang digunakan dalam penciptaan ini adalah metode McCloud dalam bukunya yang berjudul “*Making Comics*” (2006) untuk perancangan komik dan Kottler dalam Lupiyoadi & Hamdani pada bukunya “*Manajemen Pemasaran Jasa*” (2011) Hasil penciptaan berupa penerapan alur cerita campuran pada komik beraliran semi realis dengan judul Segaratawa yang terdiri dari lima bagian. Penggunaan alur cerita campuran ini memberikan kesan yang lebih menyenangkan bagi pembaca karena memberikan variasi dalam penceritaan. Visualisasi alur ditampilkan dengan warna putih pada bagian luar panel, sedangkan warna hitam untuk *flashback*, dan gradasi warna hitam ke putih untuk transisi alur mundur ke maju, begitu sebaliknya. Setelah itu komik akan dipromosikan lewat Instagram menggunakan tahapan AIDCA yaitu, *Attention, Interest, Desire, Conviction*, dan *Action*. Guna menunjang keberhasilan promosi, dibuatlah *merchandise* yang sering digunakan oleh generasi Z.

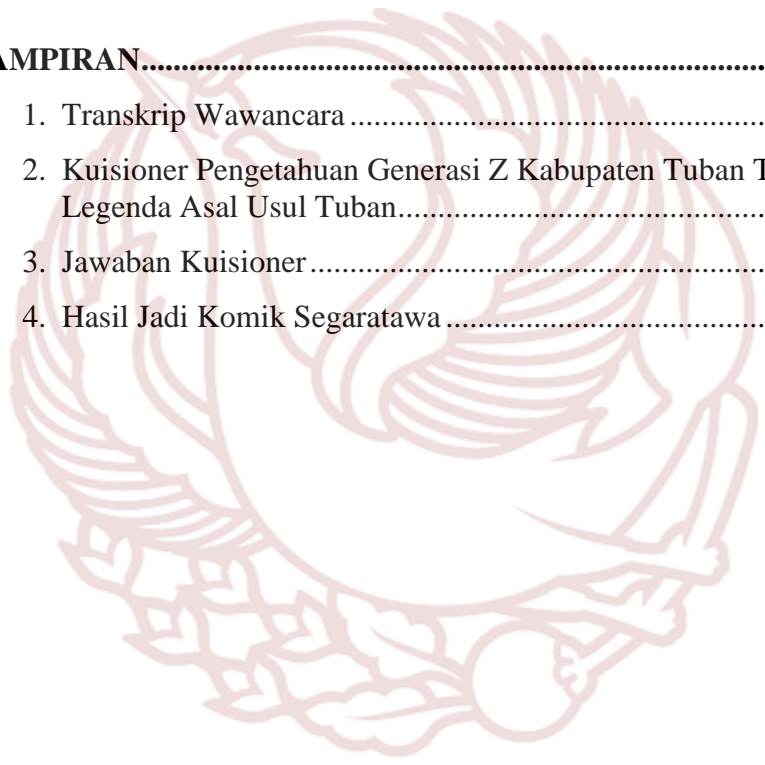
Kata kunci: *Legenda Kabupaten Tuban, Komik Segaratawa, Alur Cerita Campuran, Pengenalan, Generasi Z.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Ide/Gagasan Penciptaan.....	8
C. Tujuan Penciptaan.....	9
D. Manfaat Penciptaan.....	9
E. Tinjauan Sumber Penciptaan	11
F. Landasan Penciptaan.....	14
1. Literasi Tentang Tuban.....	15
2. Pengertian Komik	17
3. Jenis Komik	18
4. Alur Dalam Komik	20
5. Komik Sebagai Media Edukasi.....	21
6. Fungsi Komik	22
7. Komik Sebagai Iklan	26
8. Peran Generasi Z Dalam Pelestarian Budaya	28
9. Pola Penggunaan Media Literasi oleh Generasi Z.....	34
10. Pengertian promosi	37

11. Media promosi	38
G. Metode Perancangan	38
1. Pengumpulan Data	39
2. Metode Perancangan	43
H. Sistematika Penulisan	53
BAB II	55
A. Profil Kabupaten Tuban	55
B. Buku Catatan Sejarah 700 Tahun Tuban	56
BAB III	63
A. Ide Dasar Perancangan	63
B. Konsep Kreatif Perancangan	64
1. Konsep Cerita	64
2. Konsep Visual	65
C. Konsep Perancangan Promosi	98
D. Tema dan Sinopsis	101
1. Tema	101
2. Sinopsis	101
E. Elemen Visual Komik	104
1. Karakter	104
2. Desain Properti	117
3. Gaya Gambar	118
4. Sampul	119
F. Metode Visualisasi Komik	127
G. Proses Visualisasi Komik	135
H. Proses Visualisasi Alur Komik	137
I. Metode Perancangan Pesan Promosi	139
J. Visualisasi Pesan Promosi	149
K. Media Pendukung Promosi	151
BAB IV	157
A. Visualisasi Komik	157
1. Sampul	157
2. Isi Komik	159

3. Penjelasan Versi Asal Usul Tuban.....	161
B. Media Promosi Instagram.....	162
C. Media Pendukung Promosi.....	166
BAB V	173
A. Kesimpulan	173
B. Saran	178
Daftar Pustaka	180
LAMPIRAN.....	185
1. Transkrip Wawancara	185
2. Kuisisioner Pengetahuan Generasi Z Kabupaten Tuban Terkait Legenda Asal Usul Tuban.....	187
3. Jawaban Kuisisioner.....	189
4. Hasil Jadi Komik Segaratawa.....	200



Daftar Pustaka

- Andriyanti, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *Ethos : Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IBI Kosgoro 1957 Jakarta*, 7(2). <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4694>
- Anggraini, L., & Kirana, N. (2018). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Anugrah, S. P., & Indrojarwo, B. T. (2018). Perancangan Komik Digital Legenda Singo Ulung sebagai Media Pelestarian Cerita Rakyat Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i1.29513>
- Arvanitha, Siti. (2019). *Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). *Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management*. ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016, 42.
- Erlianti, G. (2020). Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Z Berperspektif Ellisian. *AL Maktabah: Kajian Ilmu dan Kepustakaan Universitas Negeri Padang*, 5(1). <https://doi.org/10.29300/mkt.v5i1.3135>
- Estidianti, Brigitta Rena. (2014). *Perancangan Game Visual Novel 'Tikta Kavya' dengan Konsep Visual Bishonen*. Skripsi. Surabaya: Institut Negeri Sepuluh Nopember. <http://dx.doi.org/10.12962/j23373520.v3i2.7552>
- Hariyono, H. (2017). Sejarah Lokal: Mengenal yang Dekat, Memperluas Wawasan. *Sejarah Dan Budaya : Jurnal Sejarah, Budaya, Dan Pengajarannya*, 11(2). <https://doi.org/10.17977/um020v11i22017p160>
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kisno & Sianipar, O. L. (2019). Perbandingan Efektivitas Buku Digital Versus Buku Cetak dalam Meningkatkan Performa Belajar Mahasiswa. *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Sekolah Tinggi Akuntansi Manajemen Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.49>
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, Rendya Adi (2017). *Kebudayaan Lokal dalam Komik Superhero*

- Indonesia. *INVENSI (Jurnal Penciptaan dan Pengkajian Seni)*, Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2(1). <https://doi.org/10.24821/invensi.v2i1.1803>
- Kurniawan, Rendya Adi (2019). Kemunculan Komik Adipahlawan Indonesia dan Faktor yang Mempengaruhinya. *Texture: Art & Culture Journal*, Institut Seni Indonesia Surakarta, 2(1). <https://doi.org/10.33153/texture.v2i1.2628>
- Lupiyoadi, R. dan A. Hamdani (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mannheim, K. (1952). *The Problem of Generations*. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-320). London: Routledge and Kegan Paul.
- McCloud, S. (1993). *Understanding Comics*. New York: Harper Collins Publisher Inc.
- McCloud, S. (2006). *Making Comics*. New York: Harper Collins Publisher Inc.
- Meissner, Widma Primordian. (2011). *Busana dan Perhiasan pada Relief Sudamala dan Sri Tanjung di Candi-Candi Jawa Timur Masa Majapahit*. Skripsi. Depok: Universitas Indonesia
- Mudlaafar, K., Setiawan, E., & Al Muflih, I. K. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Komik Sejarah Berwaktu (Komik Ratu) Sebagai Alternatif Pembelajaran. *Inventa: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, 3(1). <https://doi.org/10.36456/inventa.3.1.a1807>
- Musliaty, M. (2018). Media Pembelajaran Visual Sejarah Kebudayaan Islam dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa Madrasah. *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, IAIN Parepare, 11(1). <https://doi.org/10.35905/kur.v11i1.720>
- Nawawi, Hadari. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nisrina, M. (2015), *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta :Kobis.
- Nurgiyantoro, Burhan. (2015). *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Oktaviani, E., Zunnita, O., & Handayani, M. (2020). Efek Edukasi Melalui Brosur Terhadap Kontrol Tekanan Darah Dan Kepatuhan Pasien Hipertensi. *Fitofarmaka: Jurnal Ilmiah Farmasi*, Universitas Pakuan Bogor, 10(1). <https://doi.org/10.33751/jf.v10i1.2060>

- Rachman, F., & Widowati, Y. S. (2018). Perancangan Media Pembelajaran Komik Digital Laboratorium Sejarah Rumah Arca Sebagai Upaya Pengenalan Sejarah Lokal. *Jurnal Komunikasi Pendidikan, Universitas Veteran Bangun Nusantara*, 1(2). <https://doi.org/10.32585/jkp.v1i2.28>
- Rahmi, A., Novenuno, A., Prastowo, B., Christian, D., Biwono, C., & Hana, R. (2021). Kepedulian Mahasiswa Terhadap Pelestarian Budaya Indonesia di Masa Pandemi. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan, Institut Teknologi Bandung*, 1(11), 8–14. <https://doi.org/10.56393/decive.v1i11.303>
- Rismawan, Novika (2013) *Kerja Sama Pengelolaan Buah Siwalan di Desa Manunggal Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban: Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)*. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Risnawati, R., Alimuddin, A., & Nurabdiansyah, N. (2020). Perancangan Komik Ilustrasi Cerita I Makdi Daeng Ri Makka. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 7(1). <https://doi.org/10.26858/tanra.v7i1.12553>
- Santoso, Edy (2003). *Cerita Rakyat Dari Tuban*. Jakarta. Grasindo
- Saputra, V. D. (2020). Membangun Literasi Budaya Lokal Kepada Generasi Z Melalui Tradisi Weh-Wehan di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal. *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi), Universitas Selamat Sri*, 6(1). <https://doi.org/10.52447/promedia.v6i1.4086>
- Soedarso, N. (2015). Komik: Karya Sastra Bergambar. *Humaniora, Bina Nusantara University*, 496-506. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i4.3378>
- Soekmono, R. (1973). *Pengantar Sejarah Kebudayaan Indonesia 2*. Yogyakarta: Kanisius
- Soeparmo, R. (1983). *Catatan Sejarah 700 Tahun Tuban*. Tuban. Pemda Kabupaten Tuban
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujana, I. W. C. (2019). Fungsi Dan Tujuan Pendidikan Indonesia. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar, Institut Dharma Negeri Denpasar*, 4(1). <https://doi.org/10.25078/aw.v4i1.927>

- Susanto, E. H., & Hadiq, H. (2019). Pengembangan Startup Guna Meningkatkan Penjualan Beras Organik di Kabupaten Banyuwangi Memanfaatkan Metode Design Sprint. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, *STIKOM PGRI Banyuwangi*, 4(1). <https://doi.org/10.21067/jpm.v4i1.3038>
- Swie, Tan Khoen. (1936). *Serat Babat Toeban*. Kediri. Kediriische Snelpers Drukkerij
- Tribinuka, Tjahja. (2014). Rekonstruksi Arsitektur Kerajaan Majapahit dari Relief dan Situs Bersejarah. *Temu Ilmiah IPLBI. Institut Negeri Sepuluh Nopember*. 19-24
- Wibowo. (2019). Komik Iklan Komik. *Jurnal DEKAVE, Institut Seni Indonesia Yogyakarta*, Vol. 12, 52-64. <https://doi.org/10.24821/dkv.v12i2.3524>
- Wulandari, W. ., Furnamasari, Y. F. ., & Dewi, D. A. . (2021). Urgensi Rasa Nasionalisme pada Generasi Z di Tengah Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai, FIP Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*, 5(3), 7255–7260. <https://orcid.org/0000-0001-8590-9341>
- Yasa, A. D., Chrisyarani, D. D., Akbar, S., & Mudiono, A. (2018). Keefektifan Modul Komik Tematik Berbasis Multiple Intelegence (MI) Untuk Siswa Kelas V Sd. (*JP2SD*) *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Sekolah Dasar, Universitas Negeri Malang*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/jp2sd.v6i2.7148>
- Zpalanzani, A., & Piliang, Y. A. (2009). Framing, Pencitraan, dan Panduan Grafis dalam Image Sekuensial pada Komik Perempuan & Komik Perempuan Indonesia Kontemporer. *Wimba, Jurnal Komunikasi Visual. Institut Teknologi Bandung*, 1(2). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2009.1.2.2>

Internet

- Dwi, Arlina. (2021). “Sejarah Pelabuhan Tuban dan Pengaruhnya Bagi Perniagaan Nusantara di Era Majapahit”. Retrieved October 5, 2022 from: <https://narasisejarah.id/sejarah-pelabuhan-tuban-dan-pengaruhnya-bagi-perniagaan-nusantara-di-era-majapahit/>
- Hutapea, Erwin. (2019, Juni 23). Kompas. Retrified from Kompas: <https://edukasi.kompas.com/read/2019/06/23/07015701/literasi-baca-indonesia-rendah-akses-baca-diduga-jadi-penyebab>
- Napoleon Cat. (2022). "Instagram Users in Indonesia 2022". Retrieved August 15, 2022. from: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-inindonesia/2022/01/>
- Paquettee, Holly. (2013). *Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review*. Retrieved August 17, 2022. from: https://digitalcommons.uri.edu/tmd_major_papers/2/

- Pusaka Jawatimuran. (2022). Jelajahi Jejak Destinasi Pantai Boom Tuban Jawa Timur. Retrieved December 29, 2022. From: <https://jawatimuran.disperpusip.jatimprov.go.id/2018/03/13/jelajahi-jejak-destinasi-pantai-boom-tuban-jawa-timur/>
- Riyanto, Andi Dwi. (2022). “Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022”. Retrieved August 15, 2022. from: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Susilo, R. (2013, November 29). *Tribun Lifestyle*. Retrieved from Tribun News: <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/11/29/indonesia-peringkat-ke-2-pembaca-manga-terbanyak-di-dunia>

