

**BUKU KOMIK “SUMBANG DUO BALEH”  
SEBAGAI KAMPANYE NORMA SOSIAL UNTUK  
WANITA GENERASI MUDA USIA 17-26 TAHUN  
DI MINANGKABAU BERDASARKAN CERITA  
“KABA SABAI NAN ALUIH”**

**TUGAS AKHIR KARYA**

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



OLEH :  
MUHAMMAD IKHSAN  
18151135

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI RUPA DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
SURAKARTA  
2023**

## ABSTRAK

Generasi muda saat ini khususnya wanita Minangkabau sudah banyak yang *sumbang duo baleh* yang artinya menyimpang dari ajaran tata krama wanita menurut tambo di Minangkabau. Di sisi lain generasi muda juga mulai jauh dari norma-norma yang terdapat dalam tambo. Perubahan zaman membuat generasi muda lupa dengan adat istiadat maupun cerita yang berkembang pada zaman dulunya. Cerita Kaba Sabai Nan Aluih menjadi objek cerita dalam perancangan komik ini dikarenakan dalam cerita tersebut memiliki poin yang dimana mewakili padusi Minangkabau sebagaimana mestinya. Metode penciptaan komik ini adalah metode McCloud dalam bukunya yang berjudul “*Making Comics*” (2006) yang melalui tahapan *Choice of Moment, Choice of Frame, Choice of Image, Choice of Word, dan Choice of Flow*. Hasil perancangan berupa media buku komik berjudul *Sumbang Duo Baleh* sebagai kampanye norma-norma sosial untuk wanita generasi muda di Minangkabau dengan gaya komik semi realis dan berlatar belakang suasana di desa Padang Tarok, Agam, Sumatera Barat. Tahapan promosi buku komik menggunakan model AISAS. Guna meningkatkan keberhasilan dari promosi menggunakan media pendukung promosi berupa *merchandise* yang sering digunakan oleh generasi muda. Perancangan buku komik gaya semi realis di harapkan bisa menjadi kampanye kepada wanita generasi muda di Minangkabau agar tidak menyimpang dari ajaran tata krama wanita.

**Kata Kunci:** *Sumbang Duo Baleh, Buku Komik Ilustrasi Semi Realis, McCloud, AISAS, Generasi Muda*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Ide/Gagasan Penciptaan.....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Penciptaan.....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penciptaan.....</b>	<b>6</b>
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
<b>E. Tinjauan Penciptaan.....</b>	<b>7</b>
<b>F. Landasan Penciptaan.....</b>	<b>14</b>
1. Cerita Kaba Sabai Nan Aluih.....	14
2. Perilaku Padusi (Wanita) Minangkabau.....	15
3. Buku Komik Sebagai Media Edukasi.....	17
4. Fungsi Komik.....	18
5. Komik Sebagai Bagian Dari Desain Komunikasi Visual.....	22
6. Rancangan Media Promosi AISAS.....	23
<b>G. Metode Perancangan.....</b>	<b>24</b>
1. Jenis Data.....	24
2. Metode Pengumpulan Data.....	25
3. Analisis Data.....	29
4. Metode Perancangan Komik.....	32
5. Metode Perancangan Promosi AISAS.....	38
<b>H. Bagan Alur.....</b>	<b>41</b>
<b>I. Sistematika Penulisan.....</b>	<b>43</b>

<b>BAB II .....</b>	<b>45</b>
<b>PAPARAN OBJEK PENCIPTAAN.....</b>	<b>45</b>
<b>A. Profil Provinsi Sumatera Barat .....</b>	<b>45</b>
<b>B. Padusi (Wanita) Minangkabau.....</b>	<b>46</b>
<b>C. Norma-Norma Sosial Wanita Minangkabau.....</b>	<b>48</b>
<b>D. Cerita Kaba Sabai Nan Aluih .....</b>	<b>51</b>
<b>E. Pengertian Komik dan Unsur-Unsur Komik .....</b>	<b>53</b>
1. Pengertian Komik.....	53
2. Jenis-Jenis Komik .....	54
3. Visual Dalam Komik.....	56
<b>F. Komik Sebagai Media Kampanye Norma-Norma Sosial di     Minangkabau.....</b>	<b>63</b>
<b>G. Kuesioner .....</b>	<b>63</b>
<b>J. Analisis Data SWOT .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>68</b>
<b>KONSEP KREATIF PERANCANGAN.....</b>	<b>68</b>
<b>A. Ide Dasar Perancangan.....</b>	<b>68</b>
<b>B. Konsep Kreatif Perancangan Komik .....</b>	<b>69</b>
1. Konsep cerita.....	69
2. Konsep Visual .....	69
<b>C. Tema dan Sinopsis Perancangan Komik .....</b>	<b>77</b>
1. Tema.....	77
2. Sinopsis .....	77
<b>D. Elemen Visual Komik .....</b>	<b>79</b>
1. Karakter.....	79
2. Gaya Gambar .....	91
3. Sampul.....	92
<b>E. Metode Visualisasi Komik.....</b>	<b>102</b>
1. <i>Choice Of Moment</i> .....	102
2. <i>Choice Of Frame</i> .....	117
3. <i>Choice Of Image</i> .....	128
4. <i>Choice Of Word</i> .....	132
5. <i>Choice Of Flow</i> .....	145
<b>F. Proses Visualisasi Komik.....</b>	<b>147</b>
1. <i>Sketching</i> .....	147
2. <i>Inking</i> .....	148
3. <i>Teksting</i> .....	148
<b>G. Konsep Perancangan Promosi Komik .....</b>	<b>149</b>

<b>H. Metode Perancangan Promosi Instagram .....</b>	<b>152</b>
<b>I. Merchandise Sebagai Media Pendukung Promosi .....</b>	<b>169</b>
1. <i>Attention</i> .....	169
2. <i>Interest</i> .....	172
3. <i>Search</i> .....	176
4. <i>Action</i> .....	178
5. <i>Share</i> .....	179
<b>BAB IV .....</b>	<b>181</b>
<b>VISUALISASI KARYA.....</b>	<b>181</b>
<b>A. Visualisasi Komik.....</b>	<b>181</b>
1. Sampul.....	181
2. Isi komik.....	183
<b>B. Media Promosi Instagram.....</b>	<b>185</b>
<b>C. Media Pendukung Promosi.....</b>	<b>189</b>
1. Kaos.....	189
2. Stiker .....	190
3. Pin .....	191
4. <i>Totebag</i> .....	192
5. Pembatas Buku.....	193
6. <i>Mug</i> .....	194
7. <i>Note book</i> .....	195
8. <i>Tarompa Datuak</i> .....	196
9. <i>Backpack / Tas</i> .....	197
<b>BAB V.....</b>	<b>198</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>198</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>198</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>203</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>205</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>208</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim. (2021). *Analisis Data Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (1st ed.). Empatdua Media.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/https://doi.org/DOI:10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Arvanitha, S. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar (Studi Kasus Usaha yang Terdaftar pada Go Food). *Universitas Muhammadiyah Makassar*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-inindonesia/2022/01/>
- Budiarto, M., Yakti, Y. A. K., & Sunarya, L. (2012). Desain media komunikasi visual sebagai penunjang kegiatan promosi kampus. *Jurnal Eksplora Informatika*, 1(2), 112–121. <https://mail.eksplora.stikom-bali.ac.id/index.php/eksplora/article/view/182>
- Diradjo, I. D. S. (2009). *Tambo Alam Minangkabau: Tatanan Adat Warisan Nenek Moyang Orang Minang*. Kristal Multimedia.
- Dwi Koendoro, I. (2009). *Legenda Sawung Kampret*. Cleo Publishing House.
- Dwi Riyanto, A. (2022). Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022. *Tersedia: Htps://Andi. Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian*.
- Firdiansyah, M. S. (2015). Manajemen Pengelolaan Wahana Rekreasi Olahraga Di Wisata Water Blaster Semarang Tahun 2013. *ACTIVE: Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(2). <https://doi.org/10.15294/active.v4i2.4632>
- Ganes TH. (2005). *Si Buta Dari Gua Hantu : Misteri di Borobudur*. Pustaka Satria Sejati.
- Gumelar, M. . (2011). *Comic making : cara membuat komik*. PT Indeks.
- Ibrahim. (2014). *Tambo Alam Minangkabau Tatanan Adat Warisan Nenek Moyang Orang Minang*. Kristal Multimedia.
- Jamil, M. (2015). *PADUSI MINANG “Mencari Identitas Bundo Kandung Ideal Menurut Islam.”* Cinta Buku Agency.
- Jati, R. K., & Nugraha, N. D. (2017). Perancangan Media Komik Webtoon Tentang Mata Pelajaran Sejarah (ips) Kelas 5 Sd Dikota Jogja. *EProceedings of Art &*



*Design*, 4(3).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kusrianto, A. (2006). *Panduan desain komunikasi visual*. Jakarta: Elex-Media Komputindo.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Jakarta. Andi Publisher.
- Lay, R. Y. K. (2022). Penciptaan Komik Berjudul Mengenal Ilustrasi IKJ. *Seminar Nasional Institut Kesenian Jakarta (IKJ)*, 1(1).
- MacCloud, S. (1993). *Understanding Comics*. Harper Collins Publisher Inc.
- MacCloud, S. (2006). *Making Comics*. Inc. Scoot.
- Maharsi, I. (2011). *Komik Dunia Kreatif Tanpa Batas*. Kata Buku.
- Muktadir, A., & Darmansyah, A. (2021). Pengembangan Bahan Ajar Komik Berbasis Cerita Rakyat Bengkulu di SD. *JPGSD: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 14(2), 153–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/pgsd.14.2.153-159>
- Napoleon Cat. (2022). “Instagram Users in Indonesia 2022.” <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-inindonesia/2022/01/>
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Nurgiantoro, B. (2005). *Sastra Anak: Pengantar Pemahaman Dunia Anak*. Gajah Mada University Press.
- Nurgiyantoro, B., & Fiksi, T. P. (2015). *Yogyakarta*. Gajah Mada University Press.
- Phangadi, M. (2019). Peningkatan Pengidap Penyakit Mental pada Generasi Z Periode 2013-2018. *INA-Rxiv*. June, 25. <https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/p6ms3>
- PUJIAMA YUDHA, H. A., & San Ahdi, S. S. (2018). Perancangan Komik Sejarah Perang Padri Di Sumatera Barat” The Heroes Of Padri”. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/dekave.v8i1.100637>
- Putra, A. K., & Kristina, N. (2020). Perancangan Komik Digital Cerita Rakyat Joko Dolog Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(2), 153–165. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Rahardjo, M. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Gramedia pustaka utama.

- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, A., & Siregar, D. I. (2021). Analisis Evaluasi Pengembangan Media Komik Digital Pada Mata Pelajaran Ipa Sekolah Dasar. *Jurnal Sistem Informasi (JASISFO)*, 2(1).
- Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. *Humaniora*, 5(2), 561–570.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3113>
- sprout social. (2023). *Best Times to Post on Social Media in 2023*.  
<https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta, 2013. *Jurnal JPM IAIN Antasari Vol, 1(2)*.
- Sugiyono, M. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif, dan R&D Bandung: Alfabeta*.
- Sutan Sati. (2011). *Sabai Nan Aluih* (13th ed.). PT Balai Pustaka (Persero).
- Syafwandi, S. (1993). *Arsitektur tradisional Sumatera Barat*. Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional.  
[https://repositori.kemdikbud.go.id/8238/1/ARSITEKTUR TRADISIONAL SUMBARBIRU.pdf](https://repositori.kemdikbud.go.id/8238/1/ARSITEKTUR%20TRADISIONAL%20SUMBARBIRU.pdf)
- Virginia, L. S. W. (2020). ANALISIS AISAS MODEL TERHADAP—BTS EFFECT “SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN INFLUENCER. *Journal Komunikasi*, 11(2). <https://10.0.122.62/jkom>
- Y, E. (2020). *Metode dan Riset Desain Komunikasi Visual*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Yunianto, I. K. (2018). Destination Branding Sebagai Identitas Visual Dusun Dalem Widodomartani, Sleman, Yogyakarta. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 158–174.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37505/aksa.v1i2.13>