

PERANCANGAN KOMIK "INTRO PALS" UNTUK MEMBERIKAN EDUKASI KEPRIBADIAN

Graciella Tirza Zurriel¹, Marina Wardaya²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif
Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

e-mail : gtirzazurriel01@student.ciputra.ac.id, marina.wardaya@ciputra.ac.id



Diterima : 22 November 2023. Disetujui : 25 Maret 2024. Dipublikasikan : 20 Juni 2024

©2024 – DESKOVI Universitas Maarif Hasyim Latif. Ini adalah artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ABSTRAK

Introvert dikenal sebagai kepribadian dengan energi sosial yang lebih kecil dibanding kepribadian ekstrovert. Perbedaan kebutuhan bersosialisasi, cara berkomunikasi, serta jumlah energi sosial kepribadian ini mendorong adanya kebutuhan edukasi yang jelas dan bermanfaat. Melalui permasalahan tersebut maka muncul perancangan komik Instagram “Intro Pals” yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepribadian introvert secara ringan, menarik, dan informatif. Edukasi ini ditujukan bagi kaum introvert untuk memahami dan mengelola energi sosial mereka dengan baik serta bagi kaum ekstrovert untuk memahami dan tidak salah menilai perilaku kepribadian introvert. Penelitian ini menggunakan metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Melalui hasil dari seluruh metode riset yang dilakukan, komik “Intro Pals” dapat dirancang dengan baik dan maksimal sehingga bermanfaat sesuai tujuan yang telah ditentukan. Dengan adanya komik ini, kaum introvert dapat teredukasi untuk menjalani kehidupan sosial dengan sehat. Selain itu, kaum ekstrovert juga dapat lebih memahami kaum introvert dan hidup berdampingan tanpa saling merugikan. Harapan komik ini kedepannya adalah untuk mendorong perdamaian sosial antar kedua kepribadian, khususnya dalam hidup di negara Indonesia dengan budaya yang ada.

Kata kunci: Edukasi, Generasi Z, Instagram, Kepribadian Introvert, Komik

ABSTRACT

Introverts are known for having lower social energy compared to extroverted personalities. The differences in socialization needs, communication styles, and the amount of social energy in these personalities drive the necessity for clear and beneficial education. Addressing these issues led to the creation of the Instagram comic "Intro Pals," aiming to provide light, engaging, and informative education on introverted personalities. This education is intended for introverts to understand and manage their social energy effectively and for extroverts to comprehend and not misjudge introverted behaviors. The research employs a combined qualitative and quantitative method. Through the results of the entire research process, the comic "Intro Pals" can be designed well and optimally, aligning with the predetermined objectives. With the existence of this comic, introverts can be educated to lead a socially healthy life. Additionally, extroverts can gain a better understanding of introverts and coexist without causing harm to each other. The future hope for this comic is to promote social harmony between both personalities, especially in the context of living in Indonesia with its diverse culture.

Keyword: Comics, Education, Generation Z, Instagram, Introverted Personality

PENDAHULUAN

Project ini diciptakan untuk mengangkat bebrapa permasalahan yang dihadapi oleh kaum introvert, salah satu tipe kepribadian manusia yang mengorientasikan pikiran mereka kepada stimulus internal dan memiliki energi sosial yang lebih kecil dibanding kaum ekstrovert (Adelia & Wijayanti,

2024). Hidup di negara Indonesia yang menganut budaya timur, kaum introvert dituntut untuk menjunjung tinggi kepentingan bersama. Hal ini dapat menjadi tantangan yang sulit bagi kaum introvert, sekaligus dapat berdampak buruk bagi kesehatan mental mereka. Kurangnya edukasi mengenai kaum introvert dapat memberi ruang bagi kaum ekstrovert untuk menilai mereka secara buruk dan menghambat

kaum introvert untuk memiliki kehidupan sosial yang sehat.

Permasalahan-permasalahan tersebut mendorong project ini untuk memberi solusi dalam bentuk edukasi bagi masyarakat Indonesia mengenai topik kepribadian introvert. Target dari project ini adalah Generasi Z yang berfokus pada kaum introvert dalam mengenal kepribadian mereka dan menggali potensi yang dimiliki, namun juga dapat mengedukasi kaum ekstrovert dalam mengenal kepribadian introvert serta mematahkan stereotipe yang masih keliru, khususnya yang beredar di Indonesia. Solusi ini dibawakan dalam bentuk komik 4 panel melalui platform sosial media Instagram. Komik merupakan sebuah media visual yang menarik dan menghibur dengan pembawaan pesan yang mudah dipahami serta mudah diingat sehingga dapat menjadi media yang cocok untuk proyek ini (Rahadian, 2021).

Komik dalam project ini berjudul "Intro Pals" yang dalam bahasa Inggris berarti teman intro atau teman sesama kepribadian introvert. Hidup di era teknologi, Generasi Z tumbuh bergantung pada teknologi beserta dengan sosial media yang mempengaruhi cara berpikir dan meminimalkan tindakan komunikasi secara langsung atau luring. Banyaknya persentase orang dengan kepribadian introvert pada Generasi Z juga menjadikan batas usia mereka sebagai target yang cocok untuk project ini. Komik 4 panel ini menggunakan genre slice of life yang menceritakan tentang beberapa hewan dengan kepribadian introvert yang menjalani kehidupan sosial mereka sehari-hari, dengan tujuan memberi informasi yang singkat, mudah dipahami, dan mudah diingat oleh pembaca. Penggunaan art style yang lucu dengan karakter berbasis hewan yang ekspresif akan memberi kesan lucu, menarik perhatian, mendorong motivasi dan perilaku, sekaligus menjadi pendekatan untuk para pembaca (Nittono et al., 2012). Karakter dengan kepribadian introvert akan direpresentasikan dengan color palette bernada dingin atau cool color, sedangkan kaum ekstrovert bernada hangat atau warm color (Manjur et al., 2021). Sedangkan untuk pemilihan sosial media Instagram, hal ini didasari oleh pemilihan platform yang tidak asing, dapat dibuka secara umum, dan memiliki tingkat influence yang tinggi, khususnya bagi Generasi Z. Selain itu, platform Instagram tidak hanya membatasi pembaca untuk menerima informasi, melainkan berinteraksi dan membangun komunitas yang dapat bertumbuh bersama.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan sebagai data primer dalam penelitian ini adalah gabungan antara dua metode yakni kualitatif dengan tahap uji sidang serta kuantitatif dengan menyebarkan survei kepada kurang lebih 30 orang. Selain kedua metode tersebut, penelitian ini akan mengambil data sekunder dengan mengumpulkan sumber data literatur yang berkaitan.

Pengumpulan Data Primer

Data primer akan dikumpulkan dengan cara diuji oleh *expert user* yang mahir di bidangnya, melakukan wawancara dengan *extreme user*, serta survei melalui Google Form sesuai audiens yang ditargetkan.

Expert user merupakan orang-orang yang menekuni bidang ilustrasi dan komik dengan tujuan untuk menganalisa dan memberi masukan dari sisi estetika visual dan pesan yang disampaikan apakah sudah sesuai dengan tujuan dari komik Intro Pals. Empat orang narasumber telah dipilih sebagai *expert user* yang berfokus di bidang komik dan psikologi yakni Is Yuniarto, *general manager* di Bumilangit Comic dan pencipta serial komik Garudayana dan Grand Legend Ramayana, Shienny Megawati Sutanto, [S.Sn.](#), M.M., M.Ds., dosen di Fakultas Desain Komunikasi Visual Universitas Ciputra, Gabriella Hana Khosasih, M. Psi., psikolog di CeHaBe Center, dan Eukaristianica Theofani, M.Psi., psikolog klinis RS Jiwa Menur. Terkait topik seputar komik, para narasumber akan diberikan pertanyaan seputar keterkaitan konten komik dan penggunaan platform media sosial dengan tujuan dan target audiens, perancangan desain karakter dan penentuan warna, serta tata letak dan ukuran isi komik. Di sisi lain, topik introvert akan lebih membahas kepada definisi dari kepribadian introvert, kategorisasi pada kepribadian atau sekedar ciri maupun sifat, kebutuhan introvert, cara introvert mengelola tuntutan sosial dan kebutuhan pribadi dengan seimbang, stereotipe buruk mengenai introvert, kelebihan dan potensi yang dapat dikembangkan oleh introvert, dan permasalahan yang dihadapi pelajar SMA hingga mahasiswa di Indonesia dengan kepribadian introvert pada zaman ini.

Melihat komik Intro Pals yang menargetkan pembaca komik dan pengguna aktif Instagram, wawancara juga akan dilakukan pada tiga orang narasumber sebagai *extreme user* dengan tujuan untuk mendapatkan wawasan akan pandangan audiens terhadap kepribadian diri serta pemahaman dan pendapat mengenai komik Intro Pals. Beberapa profil narasumber antara lain adalah Keisha Renata Ophelia, pelajar kelas 2 SMA di SMA Gloria 1, berkepribadian introvert, aktif menggunakan media sosial Instagram, Stella Aurellia Ellena, pelajar kelas 1 SMA di SMA Petra 1, berkepribadian ambivert, suka membaca komik di aplikasi Webtoon, aktif menggunakan media sosial Instagram, dan Kezia Hannah M., mahasiswi jurusan Desain Komunikasi Visual semester 7 di Universitas Ciputra, berkepribadian introvert, suka membaca komik jepang dan komik di aplikasi Webtoon, aktif menggunakan media sosial Instagram. Tiap narasumber akan diberi pertanyaan mengenai pemahaman tentang cerita salah satu episode dalam komik Intro Pals, keterkaitan cerita tersebut dengan kehidupan mereka sebagai seorang introvert, tingkat kecocokan komik Intro Pals dengan target audiens di jenjang SMA hingga kuliah, dan pemberian saran maupun kritik mengenai komik secara visual.

Melengkapi kebutuhan data dari ahli serta target audiens, survei disebarakan menggunakan Google Form kepada audiens sesuai target Intro Pals dengan lebih luas untuk mendukung pendapat dari extreme user. Survei yang diberikan lebih berfokus pada pendapat terhadap komik baik secara visual maupun pesan yang disampaikan.

Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder didapatkan melalui data literatur beberapa jurnal dan buku yang membahas kepribadian introvert, komik, Instagram, edukasi, dan Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman tentang Kepribadian Introvert

Teori kepribadian ini populer dan pertama kali dicetuskan oleh psikiater terkenal asal Swiss bernama Carl Gustav Jung dengan nama introversi dan extraversion, yang akhirnya menjadi introvert dan ekstrovert. Introvert lebih fokus pada makna yang mereka temukan dalam ingatan akan aktivitas hidup mereka dan cenderung mengisi ulang tenaga mereka dengan menyendiri, sedangkan ekstrovert segera membenamkan diri dalam aktivitas tersebut dan perlu mengisi ulang tenaga mereka dengan bersosialisasi (Farfán et al., 2020)

Jung menyatakan bahwa "tidak ada orang yang memiliki ciri-ciri ekstrovert atau introvert sepenuhnya; orang seperti itu akan berakhir di rumah sakit jiwa." Hal ini dikarenakan manusia adalah individu yang sangat kompleks, namun merupakan spektrum yang dimiliki setiap orang. Jadi, wajar saja bila ada orang yang mengaku introvert namun juga suka berinteraksi dengan orang baru. Sebaliknya, orang yang menganggap dirinya ekstrovert mungkin tidak ingin berinteraksi dengan orang baru dan ingin tidur seharian di rumah. Sifat dasar kepribadian seseorang terkadang bisa menjadi introvert ketika mereka berpikir dalam-dalam, membayangkan aktivitas atau menyembunyikan emosi di balik wajah yang sangat tenang, sebaliknya dapat menjadi ekstrovert karena menunjukkan sifat yang kuat pada wajahnya sedangkan pikirannya tidak bergerak atau emosinya tidak terganggu (Nisa et al., 2022)

Scott Barry Kaufman, direktur ilmiah Imagination Institute, menyatakan bahwa ekstrovert memiliki sistem penghargaan dopamin yang lebih aktif dibandingkan introvert. Hal ini dibuktikan melalui sebuah penelitian yang dilakukan pada tahun 2005 oleh Michael Cohen dan rekan-rekannya dengan meminta peserta untuk melakukan judi saat menggunakan brain scanner, di mana kaum ekstrovert memberi respons yang lebih kuat dibandingkan kaum introvert pada dua wilayah otak yaitu nukleus accumbens yang berperan penting dalam sirkuit penghargaan otak dan bagian dari sistem dopamin, serta amigdala yang memproses rangsangan emosional.

Stimuli atau rangsangan yang dideteksi oleh panca indera dalam ukuran tinggi dapat menjadi salah

satu faktor pengaruh buruk bagi kaum introvert. Menurut Colin DeYoung, seorang profesor psikologi di Universitas Minnesota, introvert dapat menganggap bahwa tingkat rangsangan yang bermanfaat bagi ekstrovert hanya akan melelahkan atau menjengkelkan mereka karena tidak adanya motivasi akan potensi imbalan sosial.

Munculnya dunia maya memberikan orang-orang introvert dan neurotic "keamanan" atau menemukan "diri mereka yang sebenarnya" melalui Internet, sementara orang-orang ekstrovert dan bukan neurotic menemukan identitas mereka melalui komunikasi tatap muka (Iman et al., 2021)

Dalam budaya Timur, mereka menganut konsep budaya kolektivistis, sedangkan budaya Barat lebih menganut individualisme. Jika seseorang hidup dalam lingkungan kelompok, maka segala sesuatunya akan berjalan lebih lancar apabila ia menahan diri, bahkan menundukkan kepala (Granneman, 2017). Dapat dikatakan bahwa budaya suatu negara dapat membentuk dan menuntut kepribadian seseorang baik dari ciri kepribadian introvert maupun ekstrovert dalam persepsi masyarakat.

Komik dan Cara Mengaplikasikannya di Zaman Ini

Komik merupakan salah satu media hiburan yang telah menjadi bagian dari budaya populer dan akrab di telinga masyarakat modern. Komik telah lama digunakan sebagai media bercerita. Berdasarkan pengertian komik yang diberikan oleh para ahli, Will Eisner dalam buku *Graphic Storytelling* (Laakso, 2020) berpendapat bahwa komik adalah kumpulan gambar dan gelembung teks yang disusun secara berurutan dalam sebuah buku.

Meskipun memiliki potensi sebagai medium penceritaan yang serbaguna, komik seringkali dihadapi dengan persepsi negatif yang menyatakan bahwa komik hanya ditujukan untuk anak-anak. Kesalahpahaman ini merugikan kemampuan komik untuk menyampaikan beragam pesan, mulai dari pendidikan dan pengumuman layanan publik hingga komentar politik dan bahkan iklan. Artikel ini bertujuan untuk menantang paradigma ini dengan mengeksplorasi peran historis dan kontemporer komik di Indonesia, menyoroti fungsi mereka yang beragam di luar sekadar hiburan semata (Sutanto & Wardaya, 2020).

Scott McCloud (Sutanto & Wardaya, 2020) dalam buku *Understanding Comics* menilai bahwa komik merupakan media yang dapat menarik perhatian khalayak segala usia, hal ini dikarenakan komik mempunyai keunggulan pada bentuknya yang sederhana, dilengkapi dengan kata-kata dalam bahasa sehari-hari. Scott juga mendefinisikan komik sebagai gambar dan simbol-simbol lain yang berdekatan, ditempatkan bersebelahan dalam urutan tertentu untuk menyampaikan informasi dan/atau membangkitkan respons estetis pembaca. Dalam perkembangannya komik merupakan media yang erat kaitannya dengan bioskop, televisi, dan buku. Dari pengertian di atas

dapat disimpulkan bahwa komik adalah suatu media seni yang menggunakan gambar diam dan disusun membentuk alur, seperti film dan sastra (Faradilla & Ahmad, 2023).

Penggunaan alat bantu visual atau gambar dalam media pembelajaran membantu siswa memahami isi materi, sehingga membuat mereka lebih tertarik dan termotivasi untuk mempelajari dan memahami isi pelajaran. Levie dan Lentz (Fadhli et al., 2022) mengemukakan empat penerapan pengembangan alat peraga visual dalam media pembelajaran, yaitu fungsi atensi, fungsi emosional, fungsi kognitif, dan fungsi penyediaan. Fungsi atensi pada media visual adalah untuk menarik minat dan perhatian siswa terhadap pembelajaran. Selain itu, dapat membantu siswa fokus pada isi pelajaran. Dan yang terakhir, akan membantu siswa mengingat isi mata kuliah yang diajarkan. Fungsi emosional gambar atau media visual adalah bagaimana membuat siswa merasakan dan menikmati dirinya selama proses pembelajaran atau ketika mempelajari materi ilustrasi. Fungsi kognitif, menurut hasil penelitian korelasi kognitif pada media visual menunjukkan bahwa dengan adanya gambar atau simbol visual, orang akan cenderung lebih mudah mengingat dan memahami informasi yang disampaikan, sehingga mencapai tujuan pembelajaran. Fungsi penyediaan media visual untuk pengajaran Menurut hasil penelitian, media visual bermakna membantu memahami teks dan membantu siswa cenderung membaca perlahan dan menghubungkan informasi dalam teks.

Kemajuan teknologi memunculkan istilah komik digital, di mana data, yaitu proses dan pekerjaan baik secara tradisional maupun digital dihasilkan sebagai file, bukan dicetak kertas. Komik digital tidak mempunyai arti yang sama dengan komik web, karena syarat untuk disebut komik web adalah harus dibaca di Internet.

Facebook alias media sosial telah menggantikan popularitas dan fungsionalitas penggunaan blog sebagai media publikasi komik serta memberi fungsi berbagi yang membantu mengubah perilaku masyarakat saat berinteraksi.

Media Sosial Instagram sebagai Platform Komik

Era digital yang berkembang pesat beserta pandemi telah memaksa orang melakukan segala hal secara online. Kegiatan periklanan secara online sering dilakukan melalui aplikasi media sosial yang salah satunya merupakan Instagram, sebagai aplikasi yang populer di kalangan masyarakat Indonesia karena mudah digunakan dan memiliki target audiens yang sangat luas. Indika dan Jovita menyampaikan bahwa daya tarik berpromosi melalui Instagram adalah menguntungkan baik pelaku komersial maupun calon pembeli (Amalia & Amalia, 2022).

Laporan Napoleon Cat menunjukkan terdapat 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Oktober 2021. Jumlah tersebut turun 7,18% dibandingkan Agustus 2021 yang mencapai 98,06 juta

pengguna. Tercatat mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18-24 tahun yakni sebanyak 33,90 juta.

Konten terkait topik viral dan penggunaan fitur Instagram Reels adalah kunci untuk menjangkau lebih banyak pengguna melalui suka, komentar, dan interaksi lainnya. Untuk pemetaan atau bahkan pelacakan, penting untuk diingat bahwa semua platform utama yang menggunakan algoritme harus menyertakan asumsi budaya dan norma sosial tertentu dalam algoritme tersebut, yang seringkali melanggengkan segala bentuk kesenjangan (Indriati, 2020). Menurut ringkasan mereka, feed Instagram unik setiap pengguna didasarkan pada tiga kategori utama yakni minat, kekinian, dan hubungan. Minat, kemampuan Instagram untuk mengenali bahwa pengguna akan tertarik melihat postingan berdasarkan tampilan konten serupa sebelumnya. Kekinian, seberapa baru pesan yang disampaikan. Hubungan, seberapa dekat pengguna dengan orang yang memposting konten. Hal ini ditentukan oleh banyak faktor, termasuk frekuensi suka, komentar sebelumnya, dan penandaan bersama di foto.

Indriati mengungkapkan bahwa ada empat taktik visual utama yang sukses di Instagram. Memahami esensi merek dan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Menggunakan representasi visual yang tepat dengan memastikan gambar yang dipilih dapat mencerminkan nilai-nilai merek dengan baik. Membuat konten yang dapat diinteraksi dengan mengajak pengguna untuk berpartisipasi dalam konten yang dibagikan. Menerapkan komposisi visual yang menarik dengan menghasilkan konten yang menarik dan mudah diingat bagi para pengguna (Indriati, 2020).

Dalam menggunakan Instagram untuk keperluan promosi, keberhasilannya bergantung pada materi/berita/promosi yang diposting atau didistribusikan kepada para pengikut. Upaya dilakukan agar materi dalam postingan cukup menarik untuk dibagikan kembali oleh pengikut (konten yang dapat dibagikan), sehingga postingan dapat mencakup audiens target yang lebih luas (Iswanto & Saniscara, 2017).

Pengaruh merek dan promosi di media sosial dapat memengaruhi keputusan untuk menjangkau produk. Strategi promosi yang dianjurkan melibatkan pemanfaatan nilai keuntungan fungsional dan moneter, seperti mengadopsi Instagram Ads dan mendapatkan dukungan melalui endorsements (Effendi & Anggrianto, 2020)

Edukasi Menggunakan Media Komik

Definisi psikologis klasik tentang pembelajaran, terlepas dari konteks pendidikan, mencakup “mekanisme yang dengannya organisme beradaptasi dengan lingkungannya” dan “proses dimana terjadi perubahan yang relatif permanen dalam potensi

perilaku untuk melanjutkan eksperimen”(Deliati & Pratiwi, 2020).

Berdasarkan Literacy Uses and Gratifications karya McQuail, ada empat tujuan penggunaan media yang berbeda: pencarian informasi, identifikasi pribadi, interaksi dan integrasi sosial, dan hiburan, kebijaksanaan. Sebagian besar platform media sosial digunakan untuk mencari informasi. Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya mengekspresikan diri dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk koneksi sosial virtual

Fleksibilitas jejaring sosial terkait dengan penggunaannya yang semakin sederhana. Setiap orang dapat dengan mudah menggunakan jejaring sosial untuk mencari, mengumpulkan, dan menggunakan berbagai informasi dalam lingkup kebebasan berkomunikasi. Media sosial sebagai entitas yang fleksibel dalam pengolahan dan penyebaran informasi digunakan oleh penggunanya tidak terbagi dalam kelompok sosial, ekonomi, dan politik. Fleksibilitas media sosial membantu membangun dan meningkatkan hubungan antar individu dan kelompok dalam ruang virtual, tidak dibatasi oleh perbedaan status dalam masyarakat. Media visual dengan gambar dapat digunakan dalam menyampaikan program informasi yang membantu dalam pembelajaran dengan merangsang pikiran, membangkitkan emosi, dan menarik perhatian (Wardaya, 2018).

Teori kegunaan dan gratifikasi merupakan teori komunikasi yang berfokus pada komunikasi sosial. Teori ini menerapkan pendekatan fungsionalis terhadap komunikasi dan media, dan menegaskan bahwa peran terpenting media adalah memuaskan kebutuhan dan motivasi khalayaknya. Oleh karena itu, semakin banyak kebutuhan tersebut terpenuhi, semakin besar kepuasan yang didapat (Saputro, 2024). Teori ini pertama-tama berfokus pada motivasi khalayak, kemudian menganalisis pesan dan sistem sosial. Dengan kata lain, teori ini berfokus pada bagaimana pengguna mencari media dan seberapa puas mereka dengan jenis, konten, dan metode penggunaannya.

Target Audiens Generasi Z

Generasi Z (lahir: 1995 – 2010) merupakan generasi yang tumbuh di era digital dan kemajuan teknologi telah mempengaruhi perilaku dan kepribadian mereka. Generasi Z, menurut Yanuar dalam buku hariannya, mengatakan mereka bisa menerapkan semua aktivitas sekaligus (multitasking) menggunakan jejaring sosial (Ali et al., 2020). Generasi milenial dan Generasi Z mempunyai persamaan yaitu hidup di era perkembangan teknologi dan internet. Keduanya menganggap realitas semu dan virtual lebih nyata daripada realitas sekitar mereka dan lebih akrab dengan budaya populer global daripada budaya lokal (Sutanto et al., 2023). Generasi ini lebih menyukai cara-cara instan dalam melakukan sesuatu. Generasi Milenial yang jauh lebih dewasa dan dewasa

dibandingkan Generasi Z cenderung menegaskan posisinya di masyarakat, yang berarti Generasi Milenial mungkin lebih aktif dalam komunikasi tatap muka di masyarakat (Febry & Safitri, 2021).

Generasi Z dan Milenial lebih tertarik pada konten video yang menghibur, seperti musik, komedi, animasi/kartun, dibandingkan Gen X yang lebih suka menonton video edukasi, seperti berita, pendidikan, dokumenter, dan konferensi keagamaan. Generasi Z mayoritas gemar mencari informasi terkini (58,9%), gaya hidup (traveling, pariwisata, musik, film, masakan, dll) (24,1%), dan berita olah raga (20,4%).

Status Generasi Z diperbarui 9-10 kali, cukup tinggi (2,2%) dibandingkan generasi lainnya. Padahal jika dihitung, jumlah Gen Z yang memperbarui statusnya dari 9 kali menjadi >15 kali cukup tinggi, yakni mencapai 3,0%. Hal ini tidak lepas dari kepribadian Generasi Z dan Milenial yang kreatif dan percaya diri, yaitu keinginan untuk mengupdate diri di jejaring sosial dan terhubung, yaitu suka berinteraksi dengan teman-teman masyarakat online.

Perancangan Komik Intro Pals

Komik ini berjudul “Intro Pals” yang mengambil dua kata dalam bahasa Inggris yaitu kata “Intro” singkatan dari kepribadian Introvert yang merupakan topik utama komik serta kata “Pals” yang berarti teman. Logo untuk judul berbentuk logotype dengan typeface Like Eat yang dicampur dengan elemen telinga, ekor, dan jejak kaki hewan sehingga cocok dengan tema dan gaya komik. Gradasi warna biru, efek highlight, dan outline warna putih menyerupai bentuk gelembung yang seolah menggambarkan ruang kehidupan introvert.



Gambar 1. Desain Logo Komik Intro Pals

Komik diunggah dalam bentuk karosel di Instagram dengan total 5 slide yang berisi 1 panel komik di 4 slide pertama dan keempat panel yang telah ditata menjadi 1 di slide terakhir.

Palet warna dalam komik ini menggunakan warna yang soft serta pembagian warna bernada hangat dingin untuk introvert dan warna hangat untuk extrovert. Penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa dari Universitas Nis menggunakan metode tes Big Five Inventory dan seperangkat gambar yang terdiri dari gambar dengan warna hangat dan dingin telah menunjukkan bahwa sifat ekstraversi, keramahan, kehati-hatian, dan keterbukaan dapat diprediksi melalui ketertarikan terhadap warna hangat. Data ini menunjukkan bahwa individu yang mudah bergaul,

mempunyai hubungan baik dengan orang lain, bertanggung jawab dan terbuka, lebih menyukai warna-warna hangat.

Intro Pals menggunakan art style yang lucu dengan pertimbangan bahwa objek yang imut bersifat ramah pengguna, mudah didekati, dapat membangkitkan emosi, memberi efek bahagia, serta meningkatkan kinerja dalam tugas yang memerlukan kehati-hatian dengan mempersempit luasnya fokus perhatian sehingga cocok untuk digunakan oleh komik yang menarik sekaligus informatif.



Gambar 2. Episode 1 Komik Intro Pals



Gambar 3. Episode 10 Komik dalam bentuk Feeds di Instagram Intro Pals

Desain karakter dalam komik Intro Pals menggunakan gaya superdeformed, SD, atau biasa dikenal sebagai Chibi yang memberi kesan manis dan lucu dengan membuat ukuran kepala karakter merupakan setengah atau sepertiga tinggi karakter, tidak menggunakan detail sebanyak biasanya, namun menonjolkan beberapa fitur yang menjadi penanda utama.



Gambar 4. Desain Karakter Komik Intro Pals

Hasil Perancangan

Berdasarkan hasil pembahasan melalui tahap pengujian, wawancara, dan survei, komik Intro Pals memiliki visual yang lucu, menarik, dan sudah sesuai dengan permasalahan yang dituju.



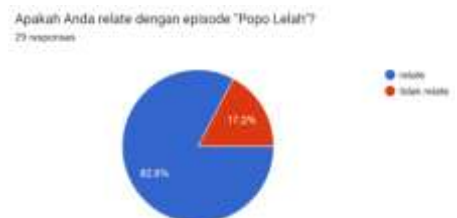
Gambar 5. Hasil Survei Desain Karakter Intro Pals



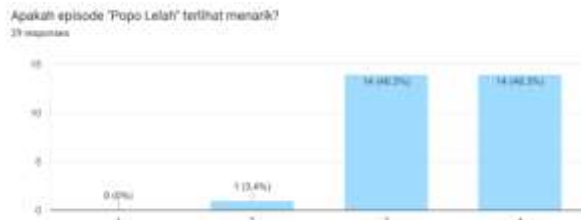
Gambar 6. Hasil Survei Desain Karakter Intro Pals



Gambar 7. Hasil Survei Desain Karakter Intro Pals



Gambar 8. Hasil Survei Episode Komik Intro Pals



Gambar 9. Hasil Survei Episode Komik Intro Pals

Narasumber expert user dan extreme user memberi beberapa masukan poin penting seputar penggunaan warna pada desain karakter yang perlu dibuat lebih mencolok, tata letak dan ukuran teks percakapan yang perlu lebih diperhatikan mengingat ukuran perangkat yang mayoritas menggunakan smartphone, dan lebih mengeksplorasi pesan yang dapat disampaikan di setiap episode komik. Membahas topik introvert, narasumber expert user menanggapi prototipe episode komik sudah cukup menggambarkan situasi introvert dengan baik dan memberikan beberapa informasi tambahan penting seperti introvert merupakan spektrum kepribadian yang bukan merupakan sisi buruk manusia melainkan keunikan yang memiliki banyak kelebihan dan potensi dalam sisi cara berpikir dan kreativitas jika dikembangkan dengan benar.

PENUTUP

Introvert, jenis kepribadian dengan energi sosial yang kecil dan berfokus pada stimulus internal, memiliki berbagai tantangan dalam bersosialisasi sehingga masih kerap dipandang buruk oleh masyarakat dan menimbulkan banyak stereotipe yang keliru. Komik Intro Pals menjadi solusi yang berhasil menjawab permasalahan bagi kaum introvert Generasi Z yang tumbuh di Indonesia melalui dunia visual. Komik 4 panel ini menceritakan keseharian introvert dengan mudah dipahami dan menarik agar dapat memberi edukasi bagi kaum introvert untuk lebih mengenal kepribadiannya dan menjalani kehidupan sosial dengan sehat dan seimbang. Mengingat kebutuhan Generasi Z yang hidup di era digital, komik ini diunggah di media sosial Instagram dengan konten yang singkat untuk memberikan edukasi yang ringkas dan efektif, serta menyediakan ruang untuk kaum introvert dalam membangun komunitas dan bertumbuh bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Adelia, I., & Wijayanti, Q. N. (2024). Analisis Gejala Mahasiswa Kaum Introvert di Universitas Trunojoyo Madura terhadap Komunikasi Verbal. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1), 206–215. <https://doi.org/10.62281/V2I1.50>

- Ali, H., L. P., Nugroho, H., Halim, T., Firdaus, K., & Huda, N. (2020). Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation. In *PT Alvara Strategi Indonesia*.
- Amalia, R., & Amalia, R. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi dalam Menarik Minat Pengunjung di Kopi Sadis Medan. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(2), 167–171. <https://doi.org/10.30743/mkd.v6i2.4929>
- Deliati, & Pratiwi, S. N. (2020). *Psikologi Pendidikan Implementasi Dalam Strategi Pembelajaran*. UMSU Press
- Effendi, R. A., & Anggrianto, C. (2020). Analisis Pengaruh Brand Dan Promosi Pada Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Tiramisu Baileys Di Surabaya. *Industri Kreatif. SEMINAR NASIONAL ENVISI 2020: DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 212–220.
- Fadhli, K., Rahmawati, I., Nasrulloh, M. F., Putri, F. D. L., Martina, M., & Rosyid, M. A. (2022). Penggunaan Alat Peraga TAPASAM Sebagai Upaya Meningkatkan Kemampuan Berhitung Bagi Anak. *Jumat Pendidikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 11–17. <https://doi.org/10.32764/ABDIMASPEN.V3I1.2280>
- Faradilla, N., & Ahmad, H. A. (2023). Depictions of Socio-Cultural Elements in the Anime Series Attack On Titan Through Content Analysis Method. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(2), 469–478. <https://doi.org/10.22219/SATWIKA.V7I2.28147>
- Farfán, J., Peña, M., Fernández-Salineró, S., & Topa, G. (2020). The Moderating Role of Extroversion and Neuroticism in the Relationship between Autonomy at Work, Burnout, and Job Satisfaction. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2020, Vol. 17, Page 8166, 17(21), 8166. <https://doi.org/10.3390/IJERPH17218166>
- Febry, A., & Safitri, D. (2021). Dismilaritas Kecanduan Pemakaian Media Sosial Generasi Y dan Generasi Z. *Edukasi IPS*, 5(2), 37–45. <https://doi.org/10.21009/EIPS.005.02.05>
- Granneman, J. (2017). *The secret lives of introverts: inside our hidden world*. Simon and Schuster
- Indriati, L. (2020). INSTAGRAM VISUAL STRATEGIES: KEY TO COMMUNICATE BRAND VALUE (STUDI KASUS: INSTAGRAM DKV UNIVERSITAS CIPUTRA). *(KOMA) Desain Komunikasi Visual 25 November 2020*, 12–17.
- Iswanto, R., & Saniscara, P. (2017). Utilizing Instagram Social Media for Photo Corner Promotional Services in Surabaya. *VCD*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.37715/VCD.V2I1.568>
- Laakso, O. M. (2020). *Animation in sequential art: effects of animated elements on comics through*

Will Eisner's theory of narrative process.
Theseus.

- Manjur, N., Mahbub, M., & Vassileva, J. (2021). Exploring the Impact of Color on User Ratings: A Personality and Culture-Based Approach. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 12684 LNCS, 200–206. https://doi.org/10.1007/978-3-030-79460-6_16/COVER
- Nisa, K., Psikologi, P., & Psikologi, F. (2022). Kepribadian Introvert Pada Remaja. *Educativo: Jurnal Pendidikan*, 1(2), 606–613. <https://doi.org/10.56248/EDUCATIVO.V1I2.79>
- Nittono, H., Fukushima, M., Yano, A., & Moriya, H. (2012). The power of Kawaii: viewing cute images promotes a careful behavior and narrows attentional focus. *PloS One*, 7(9). <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0046362>
- Iman, Y. U. R., Amin, A. K., & Hasanudin, C. (2021). Analisis Efektivitas Pembelajaran Daring Terhadap Hasil Belajar Matematika Ditinjau dari Siswa Introvert– Ekstrovert di Masa Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal Of Education and Humanity*, 1(2), 129–136.
- Rahadian, B. T. (2021). *Komik : media yang terus bergerak*. Jejak Pustaka
- Saputro, F. F. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram dalam Membentuk Konsep Diri Siswa SMP. *JURNAL ILMIAH RESEARCH STUDENT*, 1(3), 214–223. <https://doi.org/10.61722/JIRS.V1I3.563>
- Sutanto, S. M., & Wardaya, M. (2020). THE PARADIGM SHIFT OF COMIC AS STORYTELLING MEDIA. *VCD*, 5(1), 57–70. <https://doi.org/10.37715/VCD.V5I1.2685>
- Sutanto, S. M., Wardaya, M., & Budi, H. S. (2023). RECONSTRUCTION OF CREATIVE PRODUCTS BASED USING DESIGN THINKING APPROACH: THE “SPIRIT OF MAJAPAHIT” CASE STUDY. *Jurnal ULTIMART*, 16(1). <https://doi.org/10.31937/ultimart.v16i1.3165>
- Wardaya, M. (2018). Visual Media as Assisting Instrument to Improve Students’ Listening Ability. *VCD*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.37715/VCD.V3I1.797>