

# DESAIN KOMIK DIGITAL MEDIA EDUKASI PENGEMBANGAN DIRI DAN PERSIAPAN KERJA DI INDONESIA UNTUK GENERASI Z

Elwi Zakia Qolbun<sup>1</sup>, Asep Kadarisman<sup>2</sup> dan Syarip Hidayat<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*  
*elwizakiaqolbun@student.telkomuniversity.ac.id, kadarisman@telkomuniversity.ac.id,*  
*syarip@telkomuniversity.ac.id*

**Abstrak:** Generasi Z di Indonesia dihadapkan pada tantangan serius dalam persiapan karier mereka. Masalah lowongan kerja yang meningkat dan fenomena istilah 'mental lembek' pada Generasi Z menjadi perhatian utama dalam perancangan ini. Perancangan ini bertujuan untuk merancang sebuah komik digital yang berfungsi sebagai media edukasi untuk mengatasi masalah tersebut. Melalui pendekatan media edukasi dengan media visual komik digital ini menyajikan informasi tentang strategi pengembangan diri dan persiapan kerja yang relevan dengan keadaan Indonesia saat ini. Penggunaannya diharapkan dapat memberikan solusi yang inovatif yaitu motivasi dan pemahaman yang lebih baik kepada Generasi Z tentang langkah-langkah yang dapat mereka ambil untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan dalam dunia kerja, dan memperkuat mental mereka. Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mencakup proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Analisis perancangan dari data yang telah didapat akan dilakukan dengan metode analisis deskriptif dan matriks. Hasil analisis kemudian dijadikan landasan dasar untuk konsep komik digital yang dirancang. Komik digital disebar melalui media sosial Instagram yang mana adalah salah satu media sosial yang sudah teruji sebagai media visual yang efektif untuk menyampaikan pesan secara mudah, menarik dan efisien kepada Generasi Z sebagai target audiens perancangan komik digital ini.

**Kata kunci:** komik, ilustrasi, persiapan kerja, pengembangan diri, generasi z

**Abstract:** *Abstract Generation Z in Indonesia is confronted with serious challenges in their career preparation. The increasing issue of job vacancies and the phenomenon of soft skills deficiency among Generation Z are the primary concerns addressed in this design. The aim of this design is to create a digital comic that serves as an educational medium as a solution to these issues. Through an educational media approach utilizing comic media, this digital comic provides information on self-development strategies and career preparation relevant to the current situation in Indonesia. Its utilization is expected to offer an innovative solution, motivation and better understanding to Generation Z regarding steps they can take to prepare themselves for challenges in the job market and strengthen their mental resilience.*

*This design adopts a qualitative approach encompassing data collection processes through observation, interviews, and literature review. The design analysis of the collected data will be conducted using descriptive and matrix analysis methods. The analysis results will then serve as the foundation for concept of the digital comic.*  
**Keywords:** comic, illustration, job preparation, self-development, generation z

## **PENDAHULUAN**

Jika diuraikan satu per satu, kata Desain Komunikasi Visual memiliki arti yang saling berhubungan. Desain berkaitan dengan proses perancangan, penciptaan citra, serta kreativitas. Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari segala hal yang berhubungan dengan penyampaian informasi. Sementara itu, visual merujuk pada segala sesuatu yang dapat dilihat oleh mata. (Kusrianto, 2009 dalam Febriani dan Hidayat, 2020)

Dalam dunia kerja yang masih didominasi oleh generasi-generasi lebih tua, Generasi Z dianggap sebelah mata. Generasi lebih tua melabeli Generasi Z dengan banyak hal, seperti mental lemah, tidak sopan, tuntutan gaji harus tinggi, dan banyak hal negatif lain.

Desain Komunikasi Visual bisa jadi cara yang efektif untuk menyampaikan pesan/informasi kepada berbagai kelompok, termasuk Generasi Z, yang saat ini sering diremehkan oleh generasi yang lebih tua, khususnya di dunia kerja. Dengan media visual yang menarik dan mudah dipahami, pesan bisa lebih *relate* dengan Generasi Z dan membantu mengurangi stereotip negatif tersebut. Media Visual bisa menjadi jembatan untuk menghubungkan perbedaan pandangan antara generasi yang berbeda.

Mengutip data dari GWI, sebuah lembaga riset pasar di Amerika Serikat, disebutkan bahwa 72% Generasi Z cenderung menjaga jarak dalam kehidupan pribadi maupun pekerjaan mereka. Mereka menolak "*hustle culture*" (budaya kerja keras berlebihan) dan lebih memilih gaya hidup santai dan nyaman, atau yang dikenal sebagai "*soft life*." Karena hal ini, mereka

sering dianggap malas dan kurang mampu bekerja sama dalam tim di dunia kerja. (Sanita, 2023)

Terdapat istilah "*strawberry generation*" atau generasi stroberi yang juga disematkan kepada Generasi Z, awalnya muncul di Taiwan, mengacu pada sebagian generasi muda yang dianggap "lunak" seperti buah stroberi. Pilihan buah stroberi untuk menyebut generasi ini didasarkan pada sifat buah tersebut yang terlihat menarik dan eksotis, namun sangat mudah hancur ketika ditekan atau dipijak. (Prihatina, 2022)

Terlepas dari label yang diberikan generasi-generasi sebelumnya, daripada sekadar mencari penghasilan yang besar, Generasi Z memiliki faktor-faktor lainnya dalam mencari pekerjaan kesempatan untuk memberikan dampak positif, dan *work-life balance* menjadi pendorong utama dalam motivasi kerja generasi ini.

Namun walaupun begitu, Generasi Z masih menghadapi sejumlah kesulitan dalam mencari pekerjaan. Pasar kerja yang kompetitif, persaingan yang ketat, dan permintaan keterampilan yang terus berkembang menjadi tantangan utama bagi generasi ini. Selain itu, kurangnya pengalaman kerja yang memadai dan ekspektasi yang tinggi dari diri sendiri juga bisa menjadi hambatan dalam mencari pekerjaan yang sesuai.

Menurut sakernas yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik tanggal Agustus 2023, Generasi Z, memiliki tingkat pengangguran terbuka tertinggi dibandingkan kelompok usia lainnya. Jumlahnya hingga 19,40%. Pada janggi waktu tersebut, total pengangguran di Indonesia mencapai 7,86 juta dari keseluruhan angkatan kerja yang berjumlah 147,71 juta orang. (Hasanah, 2024)

Oleh karena itu, strategi pendekatan yang inovatif dan pendidikan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja saat ini menjadi penting untuk membantu Generasi Z mengatasi kesulitan dalam mencari pekerjaan dan

meraih kesuksesan dalam karir mereka. Menurut Tajuddin Noer Effendi, seorang narasumber dalam artikel yang dipublikasi di Optika.id (Hasanah, 2024), untuk memperluas peluang kerja, disarankan agar Generasi Z meningkatkan kemampuan mereka sesuai dengan tuntutan zaman.

Sudah banyak informasi-informasi yang bermanfaat tentang pengembangan diri dan persiapan kerja yang tersedia di platform digital, baik dalam bentuk artikel, *e-book*, dan sebagainya. Namun untuk menjangkau penerima informasi yang dituju dan tepat sasaran, dibutuhkan media komunikasi yang menarik dan relevan dengan penerima informasi yang dituju.

Teknologi informasi adalah pilihan yang tepat untuk memasarkan produk atau jasa karena tidak membutuhkan biaya yang besar (Soedewi, 2022). Media sosial dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk teknologi informasi.

Dengan adanya media informasi yang menarik tentang pengembangan diri dan persiapan kerja, tidak hanya para pencari kerja yang mendapatkan dampak positif, namun para rekruter pun dapat menemukan calon yang lebih berkualitas dan siap bekerja. Informasi yang diberikan kepada para pencari kerja melalui media tersebut dapat membantu rekruter dalam menilai potensi kandidat dan menemukan individu yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan mereka.

Generasi Z terbiasa berkomunikasi menggunakan media *online* seperti media sosial sehingga tingkat ketergantungan terhadap *smartphone* tergolong tinggi. (Fortuna & Sutanto, 2023) Dengan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z lebih menyukai media yang dapat diakses dengan cepat melalui *platform* digital dan media sosial secara *online*.

Komik adalah salah satu media yang digemari oleh Generasi Z. Hal tersebut dapat terceminkan dari salah satu upaya pemerintah untuk mengedukasi masyarakat melalui media komik. Dilansir oleh Detik.com

(2023), Kemenang mencetak ulang komik tentang moderasi agama untuk Generasi Z, dikarenakan banyaknya peminat yang ingin membacanya. Ide untuk mengemas pesan moderasi agama dengan media komik bertujuan agar pesan tersebut lebih mudah dipahami, khususnya oleh Generasi Z dan anak-anak muda.

Oleh karena itu, perancangan komik digital sebagai media edukasi bagi Generasi Z dalam konteks pengembangan diri dan persiapan kerja di Indonesia menjadi relevan dan diharapkan dapat membantu Generasi Z dan dewasa muda lainnya untuk mempersiapkan diri untuk berkarir dan menghadapi dunia kerja.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif berdasarkan data yang didapatkan dari instrumen pengumpulan data, yaitu observasi, studi pustaka, kuisisioner, dan wawancara. Data yang didapatkan dari observasi adalah dengan mengobservasi fenomena dan masalah yang terjadi, meneliti relevansi perancangan output dan mengamati beberapa karya sejenis yang mengangkat topik yang mirip. Lalu melakukan studi pustaka, mengumpulkan data dari literatur yang dapat menunjang penelitian. Kemudian melakukan kuisisioner dan wawancara terhadap target audiens dan narasumber yang sesuai dengan topik. Data yang telah didapatkan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis matriks dan analisis deskriptif.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Hasil Analisis Data**

Hasil wawancara yang penulis lakukan adalah pandangan dari dua narasumber, Pak Rizky dan Adelia, tentang relevansi ide perancangan komik digital tentang persiapan kerja dan pengembangan diri.

Pak Rizky, seorang HR Manager, mengutarakan bahwa terdapat masalah umum yang dihadapi HR dengan karyawan baru, seperti ghosting setelah tanda tangan kontrak, keterlambatan wawancara, dan kurangnya persiapan administrasi. Dia juga menyoroti kesulitan karyawan baru dalam menyesuaikan diri dengan budaya perusahaan dan penurunan performa selama masa *probation*. Selain itu, ada masalah sikap kurang sopan dari Generasi Z. Untuk mengatasi masalah ini, Pak Rizky menyarankan para pelamar kerja untuk berkomitmen, mempersiapkan diri dengan baik, mengurangi ghosting, dan menjaga etika serta sopan santun. Masalah-masalah tersebut dapat diangkat menjadi tema cerita perancangan komik ini.

Di sisi lain, Adelia memberikan perspektif tentang pembuatan komik sebagai media edukasi yang efektif. Adelia mengembangkan ide cerita komik dari kehidupan sehari-hari menjadi cerita yang relatable dengan pesan tertentu. Adelia berpendapat bahwa komik sebagai media edukasi adalah ide yang sangat bermanfaat bagi pembaca. Dari pernyataan Adelia tersebut, membuat komik sebagai media edukasi dengan pendekatan cerita naratif yang relatable dengan pembaca akan diminati oleh pembaca dan memberikan banyak manfaat dengan keberadaannya.

Kedua narasumber ini memberikan panduan yang relevan untuk menciptakan komik yang menghibur dan mendidik, membantu pembaca mempersiapkan diri untuk dunia kerja.

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dikumpulkan dari responden dengan kriteria sedang atau pernah mencari pekerjaan dan termasuk Generasi Z, mereka lebih suka mencari kerja secara *online*, mereka juga mendapati kendala dalam melamar kerja seperti sulitnya memenuhi kriteria

dari lowongan kerja yang tersedia, CV kurang menarik, skill dan pengalaman kerja yang kurang dari kualifikasi.

Saat melamar kerja, sebagian besar dari responden mengisi waktu dengan mencari informasi yang dapat menunjang kesuksesan dalam melamar kerja, seperti informasi tentang skill yang relevan dengan minat kerja. Selain itu, sebagian responden juga memilih untuk mencari kegiatan produktif lainnya seperti berdagang atau *freelance*. Semua dilakukan secara *online*, khususnya di Instagram, karena informasi yang terdapat dalam platform tersebut cukup up-to-date dan cepat.

Berdasarkan respon dari responden, sebagian besar setuju bahwa perancangan komik strip digital sebagai media edukasi tentang persiapan kerja dan pengembangan diri adalah relevan. Kesuksesan mendapatkan kerja ada hubungannya dengan kualitas diri seseorang, dengan adanya media edukatif tentang persiapan kerja dan pengembangan diri sangat membantu para pencari kerja di Indonesia. Sebagian besar dari responden suka membaca komik secara online dengan genre slice of life dan komedi.

Penulis membandingkan tiga komik yang memiliki kesamaan konsep yaitu komik sebagai media edukasi sebagai tinjauan dan referensi pada perancangan komik ini. Ketiga judul komik tersebut adalah *The Simple Sum (@thesimplesum)* , *Gambarnana (@gambarnana)*, *Mina dan Gino (@jf\_jakarta)*. Ketiga komik digital tersebut mempublikasikan komiknya di Instagram dan memiliki target pembaca yang sama, yaitu dewasa muda. Walaupun mengangkat tema/topik pesan berbeda, ketiga komik tersebut mempunyai kegunaan sebagai media informasi yang sekaligus menghibur. Komik dibawakan secara santai agar pembaca merasa nyaman untuk terus membaca. Pembawaan santai dapat terlihat dari genre, gaya visual, dan palet warnanya, karena aspek-aspek tersebut mempunyai kesan tersebut.

Berdasarkan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threats*) yang telah dilakukan untuk perancangan komik digital ini, dibutuhkan perancangan strategi mencakup penyesuaian dan penyederhanaan cerita komik dengan minat Generasi Z agar tidak membingungkan target pembaca, serta membuat konten pendukung yang mudah dimengerti untuk menarik lebih banyak pembaca. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan media cetak sebagai alat promosi juga menjadi bagian dari strategi.

### **Konsep Pesan**

Berdasarkan latar belakang masalah yang mengangkat fenomena pandangan negatif terhadap generasi muda sebagai pekerja, pesan yang ingin disampaikan pada perancangan komik ini adalah pesan-pesan yang inspiratif, informatif, dan relevan bagi generasi Z di Indonesia dalam konteks pengembangan diri dan persiapan kerja, khususnya bagi pelamar kerja yang ingin berkerja di perusahaan besar/korporat. Melalui media komik yang diunggah di Instagram, penulis bertujuan untuk menyajikan konten yang menarik dan mudah dipahami, yang menawarkan solusi dari masalah-masalah yang ada di lapangan, seperti keterampilan yang diperlukan untuk sukses di tempat kerja, strategi untuk menghadapi tantangan kerja, dan pentingnya kualitas diri dalam membangun karir. Pesan yang akan disampaikan juga mencakup materi pengembangan diri seperti cara mengatur waktu, berkomunikasi, bersosialisasi, manajemen stres, ketekunan, dan kreativitas. Pesan akan disusun dengan menarik, menghibur, dan relate bagi generasi Z sebagai target pembaca.

Tiga kata kunci yang digunakan untuk perancangan komik ini adalah profesional, motivasi, dan menghibur.

### **Konsep Kreatif**

Konsep kreatif yang akan digunakan adalah mengemas pesan tentang pengembangan diri dan persiapan kerja dengan cerita-cerita pendek



keseharian dalam komik. Komik akan menceritakan tentang seorang HRD dari sebuah perusahaan teknologi besar dan *struggle*-nya dalam menghadapi pelamar kerja yang bermacam-macam. Selain itu, komik menceritakan permasalahan yang didapati oleh seorang pelamar kerja.

Tujuan dari konsep kreatif ini adalah untuk membuat pesan yang ingin disampaikan dapat *relate* dengan target pembaca, yaitu pelamar kerja dari Generasi Z. Diharapkan dengan konsep kreatif ini, pesan akan tersampaikan lebih efektif dan target pembaca pun akan teredukasi tentang pentingnya pengembangan diri dan persiapan sebelum bekerja.

### **Konsep Media**

Dalam perancangan ini, media visual yang akan dipakai sebagai media utama adalah komik strip *digital* yang di publikasi di media sosial Instagram. Komik akan terdiri dari 6 judul/chapter, dengan 3 postingan konten dan promosi yang masih berhubungan dengan topik yang diangkat. Setiap judul akan terdiri dari beberapa panel, satu panel adalah satu halaman tampilan Instagram, berukuran persegi 1080x1080 *pixel* sesuai dengan panduan tampilan Instagram. Setiap episode disertai dengan *caption* dan *hashtag* yang menjelaskan isi materi yang dibahas dan mengundang pembaca untuk berinteraksi melalui komentar di *platform* media sosial *Instagram*. Terdapat juga versi cetaknya bagi pembaca yang tertarik untuk membeli dan versi cetak ini pun dapat berperan sebagai media promosi dari media utama yaitu komik digitalnya. Selain itu, terdapat standee karakter, poster iklan, stiker, keyring, griptok, lanyard, ID card holder dan kalender sebagai media pendukung.

### **Konsep Visual**



Gambar 1 Moodboard Perancangan Komik  
(Sumber: dokumen pribadi)

## **Moodboard**

Moodboard untuk perancangan komik kali ini terdiri dari warna-warna lembut dan cerah. Terlampir juga kesan hangat dan santai dari moodboard yang telah disusun, sesuai dengan tujuan perancangan komik yang ingin menyampaikan pesannya dengan santai dan ramah. Dari moodboard bisa didapatkan warna palet yang akan dipakai sebagai ciri visual pada perancangan komik kali ini.

## **Gaya Gambar**

Gaya gambar yang digunakan pada perancangan komik kali ini adalah gaya *flat design* dengan *lineart*. Gaya ini sangat cocok digunakan untuk gaya ilustrasi sebuah korporasi untuk kebutuhan promosi maupun edukasi. Kesan yang didapat dari gaya gambar tersebut adalah santai dan ekspresif namun masih terlihat dewasa, profesional dan formal. Contoh gaya gambar seperti ini dapat dilihat dari gaya gambar ilustrasi untuk penunjang promosi dan *interface* aplikasi Gojek.



Gambar 2 Referensi Gaya Gambar  
(Sumber: dokumen pribadi)

## Layout

Layout yang akan digunakan dalam perancangan komik kali ini adalah layout *carousel* pada media sosial *Instagram*. *Carousel* dapat terdiri dari beberapa tampilan gambar dan maksimal 10 tampilan gambar. Penulis berencana memanfaatkan fitur ini seperti komik-komik strip digital di *Instagram* pada umumnya. Untuk satu tampilan gambar untuk satu panel. Setiap satu post *carousel* berisi cerita komik yang berbeda.

## Cerita

Cerita dalam perancangan komik kali ini bergenre *slice of life* dan comedy, mengeksplorasi kehidupan seorang HR di sebuah perusahaan teknologi ternama di Indonesia yang berlokasi di gedung pencakar langit, dan perjuangannya dalam menghadapi beragam tantangan yang dihadapi oleh para pelamar kerja. Selain itu, cerita komik ini juga menyoroti berbagai dilema dan hambatan yang dihadapi oleh mereka yang tengah mencari pekerjaan, mengeksplor sisi emosional dan keprofesionalan pelamar kerja dalam menghadapi proses seleksi kerja.

## Logo

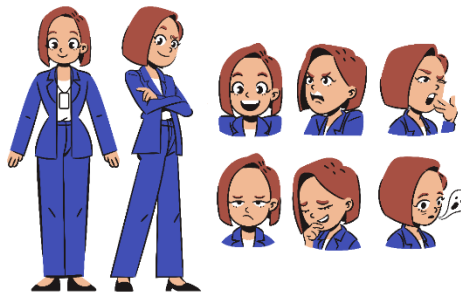
Judul komik yang dipilih adalah *Pandu Karir*, yang berarti “memandu jalan karir pembacanya”. Warna yang dipilih untuk logo adalah biru dan abu,

untuk memberikan kesan profesional dan kepercayaan. Dengan aksen warna kuning sebagai simbol “pencerahan”, yang mana adalah tujuan komik ini dibuat untuk mencerahkan perjalanan para pencari kerja dalam mencari pekerjaan.

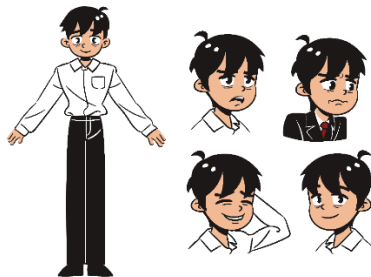


Gambar 3 Logo Pandu Karir  
(Sumber: dokumen pribadi)

### Karakter



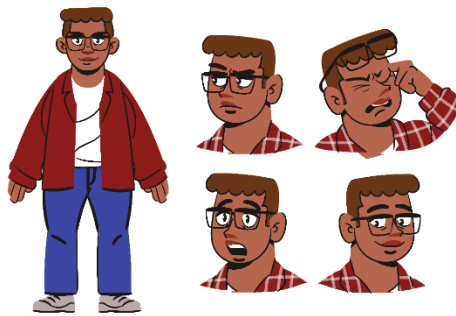
Gambar 4 Desain Karakter Utama  
(Sumber: dokumen pribadi)



Gambar 5 Desain Karakter Pendukung 1  
(Sumber: dokumen pribadi)



Gambar 6 Desain Karakter Pendukung 2  
(Sumber: dokumen pribadi)



Gambar 7 Desain Karakter Pendukung 3  
(Sumber: dokumen pribadi)

### Tahap Perancangan

Tahapan perancangan komik meliputi menulis cerita, sketsa, *rendering/coloring* dan *layouting*. Pertama, menulis cerita adalah langkah awal untuk menentukan alur cerita. Setelah itu, sketsa dibuat sebagai dasar visual dan sketsa di perbagus hingga menjadi sketsa yang jelas. Tahap selanjutnya adalah *rendering*, di mana elemen visual dipertegas dengan warna, dan lineart menggunakan *Adobe Illustrator* yang merupakan *software* gambar berbasis vektor. Kemudian elemen visual yang telah dibuat di *layout* ke dalam bentuk komik digital dan komik cetak.

Balon kata adalah satu elemen visual yang sangat penting dan membedakan layout komik dari media visual lainnya. Dalam menyampaikan pesan, balon kata hadir dalam berbagai bentuk dan variasi, seperti balon ucapan, balon pikiran, serta balon narasi atau caption. Tulisan yang terdapat

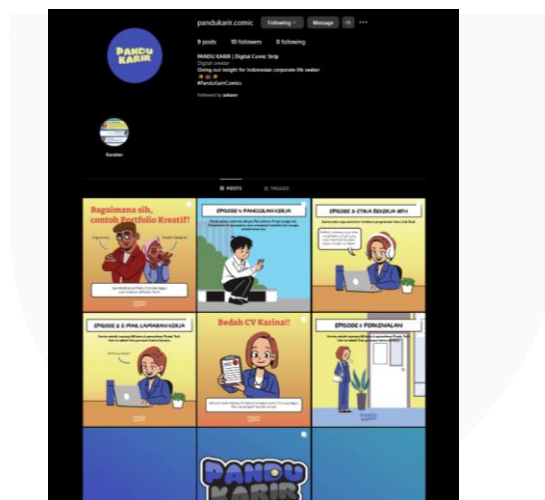
dalam balon kata tersebut disesuaikan dan divariasikan berdasarkan kebutuhan dan kreativitas pengarang (Ismail dan Kadarisman, 2020).

Beberapa elemen visual yang telah dibuat kemudian dapat dipakai ulang untuk perancangan desain media pendukung.



Gambar 8 Tahap *Rendering* di *Adobe Illustrator*  
(Sumber: dokumen pribadi)

## Hasil Akhir



Gambar 9 Tampilan Instagram @pandukarir.comic  
(Sumber: dokumen pribadi)



Gambar 10 Desain Poster Promosi (Sumber: dokumen pribadi)



Gambar 11 Desain Media Pendukung (Sumber: dokumen pribadi)

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan perancangan komik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media edukasi dalam bentuk komik yang diposting di Instagram efektif untuk menyampaikan materi pengembangan diri dan persiapan kerja kepada Generasi Z di Indonesia. Dengan menggunakan cerita yang relatable dan visual yang menarik, komik ini berhasil menarik perhatian target audiens serta memberikan informasi yang berguna dalam format yang mudah dipahami dan diterima. Kombinasi antara visual menarik dan narasi yang kuat membuat komik ini menjadi alat edukasi yang efektif dan menyenangkan.

Dengan demikian, proyek ini tidak hanya mencapai tujuan utamanya dalam memberikan informasi dan dukungan bagi generasi muda dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja, tetapi juga membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam penggunaan media sosial sebagai platform edukasi. Selain itu, kolaborasi dengan profesional di bidang desain, psikologi, dan human resource dapat membantu memperkaya konten komik sehingga lebih informatif dan berdampak positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, F.; Sutaryono; Witanto, Y.; Ratnaningrum, I. (2017). Pengembangan Media Edukasi "*Multimedia Indonesian Culture*" (MIC) Sebagai Penguatan Pendidikan Karakter Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 34(2), 127-136
- Anggriani, L. & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia
- Eisner, Will. (2008). *Comics and Sequential Art*. New York: W.W. Norton & Company



- Fortuna, J. F. & Sutanto, S. M. (2023). Perancangan Komik Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Self-Love dan Social Media Positivity untuk Generasi Z. *Jurnal Seni Nasional Cikini*, 9(1), 45-54. <https://doi.org/10.52969/jsnc.v9i1.225>
- Harbani, R. (2023, November 9). Kemenag Akan Cetak Ulang Komik Moderasi Beragama untuk Generasi Z, dibagikan Gratis. *Detik Hikmah*. Diakses pada 17 Maret 2024 melalui: <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7027326/kemenag-akan-cetak-ulang-komik-moderasi-beragama-untuk-gen-z-dibagikan-gratis>
- Hardiantoro, A. & Hardiyanto, S. (2023, Oktober 15). Ramai di Media Sosial, Benarkah Gen Z Malas Bekerja?. *Kompas*. Diakses pada 17 Maret 2024 melalui: <https://www.kompas.com/tren/read/2023/10/05/081500965/ramai-di-media-sosial-benarkah-gen-z-malas-bekerja-?page=all>
- Hasanah, U. (2024, Februari 19). Abai Atasi Angka Pengangguran Usia Muda yang Kian Tinggi. *Optika*. Diakses pada 19 Februari 2024 melalui: <https://optika.id/news-65295-abai-atasi-angka-pengangguran-usia-muda-yang-kian-tinggi>
- Ismail, M. S. & Kadarisman, A. (2020). Perancangan Komik Edukasi untuk Mencegah Bullying pada Anak SMP. *eProceedings of Art & Design*, 7(2), 1185-1864
- Kurniawan, A., Kadarisman, A., & Hidayat, S. (2017). Perancangan Media Informasi Berkendara Untuk Pengguna Vespa Di Jakarta. *eProceedings of Art & Design*, 4(1).
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Neutron. (2019, September 13). Metode Belajar dengan Teknologi untuk Gen-Z. *Neutron*. Diakses pada 19 Februari 2024 melalui:

<https://www.neutron.co.id/info/metode-belajar-dengan-teknologi-untuk-gen-z>

Prihatina, R. (2022, Maret 11). Generasi Strawberry, Generasi Kreatif Nan Rapuh dan Peran Mereka Di Dunia Kerja Saat Ini. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses pada 1 April 2024 melalui: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pekalongan/baca-artikel/14811/Generasi-Strawberry-Generasi-Kreatif-Nan-Rapuh-dan-Peran-Mereka-Di-Dunia-Kerja-Saat-Ini.html>

Rustian, R. S. (2012, Maret 1). Apa Itu Sosial Media. UNPAS. Diakses pada 17 April 2024 melalui: <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>

Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!". Forum Manajemen, 35(2), 1-10

Sanita, M. (2023, September 18). Gen Z Susah Diajak Kerja Sama dalam Dunia Kerja? Simak Fakta-fakta Berikut Sebelum Men-Judge. UII Ilmu Komunikasi. Diakses pada 19 Februari 2024 melalui: <https://communication.uui.ac.id/gen-z-susah-diajak-kerja-sama-dalam-dunia-kerja-simak-fakta-fakta-berikut-sebelum-men-judge/>