

**PERANCANGAN KOMIK WEB EDUKASI BAHAYA
SCAMMER DI MEDIA SOSIAL UNTUK GEN Z**



PERANCANGAN
Oleh :
DEBORAH BELVA IVANA CHRISTA
NIM 2012693024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2026**

PERANCANGAN KOMIK WEB EDUKASI BAHAYA SCAMMER DI MEDIA SOSIAL UNTUK GEN Z



PERANCANGAN
Oleh :
DEBORAH BELVA IVANA CHRISTA
NIM 2012693024

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2026

PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan berjudul:

PERANCANGAN KOMIK WEB EDUKASI BAHAYA SCAMMER DI MEDIA SOSIAL UNTUK GEN Z diajukan oleh Deborah Belva Ivana Christa, NIM 2012693024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir pada tanggal 8 Januari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Terra Bajraghosa, M.Sn.

NIP 198104122006041004/ NIDN 0012048103

Pembimbing II



Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP 197209092008121001/ NIDN 0009097204

Cognate



Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP 198211132014041001/ NIDN 0013118201

Koordinator Program Studi



Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 199002152019032018/ NIDN 0015029006

Ketua Jurusan/Ketua



Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001/NIDN 0029017304

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



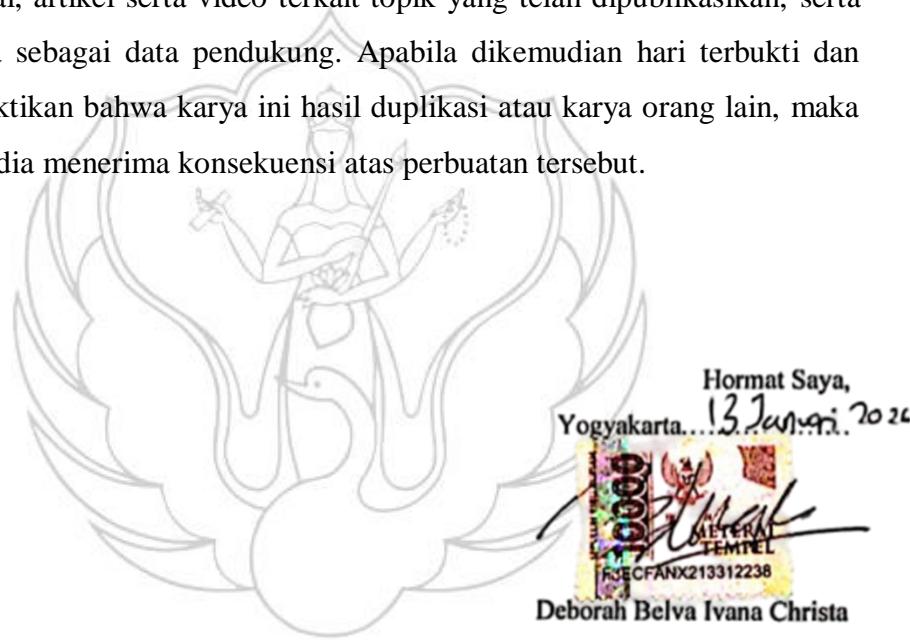
Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NIP 197010191999031001/ NIDN 0019107005

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Deborah Belva Ivana Christa
NIM : 2012693024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir perancangan yang Saya buat ini merupakan karya asli Saya, bukan duplikat atau dibuat oleh orang lain. Karya Tugas Akhir Perancangan ini Saya buat berdasarkan studi kajian dari buku-buku, jurnal, artikel serta video terkait topik yang telah dipublikasikan, serta wawancara sebagai data pendukung. Apabila dikemudian hari terbukti dan dapat dibuktikan bahwa karya ini hasil duplikasi atau karya orang lain, maka Saya bersedia menerima konsekuensi atas perbuatan tersebut.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya sehingga Tugas Akhir Perancangan dengan judul “Perancangan Komik Web Edukasi Bahaya Scammer Di Media Sosial Untuk Gen Z” dapat diselesaikan dengan baik. Karya Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu proses akademik yang harus dituntaskan oleh mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Strata 1 atau S-1. Yang tentunya tidak akan dapat tercapai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain.
3. Setya Budi Astanto, M.Sn. Selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn. Selaku Koordinator Prodi Desain Komunikasi Visual.
5. Terra Bajraghosa, M.Sn. selaku dosen pembimbing I, atas bimbingan, saran, masukan, nasehat serta motivasi dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.
6. Dr.Sn. Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing II, atas bimbingan, saran, masukan, nasehat serta motivasi dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.
7. Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds. selaku *cognate* yang telah menjadi penguji saat sidang.
8. Mama dan papa terkasih, Fera dan Maruli yang meskipun tidak bisa mendampingi secara langsung telah berjuang dan mengusahakan yang terbaik dari penulis lahir hingga bisa berkuliah di ISI Yogyakarta.
9. Teman – teman penulis dari SMA hingga saat ini seperti Aliyah yang menjadi pendengar curhat dan bercerita penulis di setiap keadaan,

Imelya dan Amartya selaku teman yang membantu penulis dalam proses pengerjaan karya dan memberikan dukungan, Fransiska yang sudah bersedia untuk memberikan arahan dan saran, serta Angie selaku teman yang terus mendoakan dan memberikan motivasi.

10. Mushr yang bersedia membantu pengerjaan web komik serta grup *discord* “Bangsal Phaideingitis” yang terus memberikan *moral support*.
11. Phainon dan Mydei karakter dari game “Honkai Star Rail” yang telah mewarnai hari-hari dan memotivasi penulis untuk berkarya dan lulus.
12. Centimilimental, Dreamcatcher, Gfriend, King Gnu serta Kensuke Ushio yang karyanya senantiasa menemani dan menghibur penulis.
13. Diri saya sendiri karena sudah bertahan dan menuntaskan Tugas Akhir. Serta pihak-pihak yang tentunya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulisan dan pengkaryaan Tugas Akhir Pernangan ini tentunya tidak luput dari kesalahan, maka dari itu kritik,saran dan masukan sangat dibutuhkan untuk karya yang lebih baik sehingga bermanfaat bagi berbagai pihak masyarakat serta berperan nyata dalam pencegahan penipuan.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta:

Nama : Deborah Belva Ivana Christa
NIM : 2012693024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis memberikan karya tugas akhir perancangan yang berjudul “Perancangan Komik Web Edukasi Bahaya Scammer di Media Sosial untuk Gen Z” kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan demikian, penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengolahnya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin maupun memberikan royalti kepada Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang dibuat dengan sebenarnya.

Yogyakarta,
13 Januari 2026


Deborah Belva Ivana Christa

ABSTRAK

Internet merupakan inovasi teknologi yang berkembang dari proyek militer hingga menjadi jaringan global yang terintegrasi dalam kehidupan manusia modern.. Perkembangan teknologi yang terus meluas berpengaruh besar terhadap generasi Z yang lahir dan tumbuh di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital. Kemudahan akses internet dan media sosial membentuk pola interaksi, identitas, serta perilaku konsumtif generasi Z. Dampak negatif algoritma media sosial memicu fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang dapat meningkatkan kerentanan generasi Z terhadap berbagai bentuk penipuan digital (*scam*), seperti penipuan belanja daring, phishing, dan investasi bodong. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan kesadaran kritis menjadi faktor penting untuk meminimalkan dampak negatif perkembangan internet di era digital. Alternatif media online yang dapat digunakan yaitu melalui perancangan komik web. Komik web “*Scam Busters*” dirancang dengan tujuan untuk memperluas jangkauan edukasi tentang scammer khususnya generasi Z yang aktif di dunia digital dan media sosial. Proses perancangan karya dimulai dari penyusunan strategi kreatif, penentuan karakter tokoh, teknik visualisasi yang digunakan, penjaringan ide karakter tokoh utama dan pendukung, penyusunan naskah, finishing, hingga final desain komik. Melalui pendekatan cerita *slice of life*, komik ini menampilkan rangkaian kasus yang dialami berbagai tokoh dan dikaitkan dengan pengalaman pribadi Raka sebagai protagonis. Penyajian visual bergaya manga serta alur yang ringan namun relevan diharapkan mampu membangun kedekatan emosional dengan pembaca, sekaligus memberikan edukasi mengenai cara mengenali tanda-tanda penipuan dan langkah pencegahan.

Kata Kunci: Komik web, Generasi Z, Sosial media, Scammer

ABSTRACT

The internet is a technological innovation that evolved from a military project to a global network integrated into modern human life. The ever-expanding development of technology has had a significant impact on Generation Z, who were born and raised amidst the rapid advancement of digital technology. Easy access to the internet and social media shapes Generation Z's interaction patterns, identity, and consumer behavior. The negative impact of social media algorithms has triggered the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon, which can increase Generation Z's vulnerability to various forms of digital fraud (scams), such as online shopping fraud, phishing, and fraudulent investments. Therefore, increasing digital literacy and critical awareness are crucial factors in minimizing the negative impact of internet development in the digital age. An alternative online medium that can be used is designing webcomics. The webcomic "Scam Busters" was designed with the aim of expanding the reach of education about scammers, especially for Generation Z, who are active in the digital world and social media. The design process began with developing a creative strategy, determining the character traits, using visualization techniques, brainstorming ideas for the main and supporting characters, writing the script, finishing, and finalizing the comic design. Using a slice-of-life approach, this comic presents a series of cases experienced by various characters, intertwined with the personal experiences of Raka, the protagonist. The manga-style visuals and light-hearted yet relatable plot are expected to build an emotional connection with readers, while also providing education on how to recognize the signs of fraud and preventative measures.

Keywords: Webcomic, Generation Z, Social Media, Scammer

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .. | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Batasan Masalah..... | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Manfaat Perancangan | 5 |
| F. Definisi Operasional..... | 6 |
| G. Metode Perancangan | 6 |
| H. Metode Analisis Data | 7 |
| I. Sistematika Perancangan | 8 |
| BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA | 9 |
| A. Identifikasi Data | 9 |
| B. Prosedur Proses Perancangan Komik | 23 |
| BAB III KONSEP DESAIN..... | 37 |
| A. Konsep Kreatif | 37 |
| B. Program Kreatif..... | 40 |
| BAB IV PROSES DESAIN | 62 |
| A. Penjaringan Ide Karakter Tokoh Utama dan Pendukung | 62 |
| B. GSM (Graphic Standard Manual) | 96 |
| C. Poster Pameran..... | 97 |

| | | |
|----|-------------------------------|-----|
| D. | Katalog..... | 98 |
| E. | Media Pendukung..... | 99 |
| F. | Final Desain Buku Komik | 101 |
| | BAB V PENUTUP | 103 |
| A. | Kesimpulan | 103 |
| B. | Saran..... | 104 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 105 |
| | Lampiran | 107 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Skema Perancangan Komik web “Scam Busters”..... | 8 |
| Gambar 2. 1 Contoh komik strip “KOSTUM”..... | 11 |
| Gambar 2. 2 Seri Buku Komik “ <i>Monthly Girls Nozaki-kun</i> ” | 11 |
| Gambar 2. 3 Novel Grafis “ <i>A Contract with God</i> ” | 12 |
| Gambar 2. 4 Komik Anthology “ <i>Motherhood</i> ” | 12 |
| Gambar 2. 5 Contoh Web Komik “ <i>How to Win My Husband Over</i> ” | 13 |
| Gambar 2. 6 Komik Edukasi “ <i>Why?</i> ” | 13 |
| Gambar 2. 7 Contoh Komik Promosi | 14 |
| Gambar 2. 8 Komik Wayang “Mahabharata” | 14 |
| Gambar 2. 9 Komik Silat “Cabuh Mataram” | 15 |
| Gambar 2. 10 Contoh Gambar Komik “ <i>Batman: Hush</i> ” | 15 |
| Gambar 2. 11 Panel Komik “ <i>Witch Hat Atelier</i> ”..... | 16 |
| Gambar 2. 12 <i>Bird Eye View</i> dalam Komik | 17 |
| Gambar 2. 13 Contoh <i>High Angle</i> | 17 |
| Gambar 2. 14 Contoh <i>Eye Level</i> | 18 |
| Gambar 2. 15 Contoh <i>Low Angle</i> | 18 |
| Gambar 2. 16 Contoh <i>Frog Eye</i> | 19 |
| Gambar 2. 17 Contoh Parit Komik | 19 |
| Gambar 2. 18 Contoh Balon Dialog | 20 |
| Gambar 2. 19 Narasi Komik “ <i>Hunter x Hunter</i> ” | 20 |
| Gambar 2. 20 Contoh Onomatope | 21 |
| Gambar 2. 21 Contoh Garis..... | 21 |
| Gambar 2. 22 Warna dalam “ <i>Blue Period</i> ” | 22 |
| Gambar 3. 1 Komik “9to5 Heartbeat” | 39 |
| Gambar 3. 2 Komik “9to5 Heartbeat” | 40 |
| Gambar 3. 3 Gaya Layout, Panel dan Balon Komik “ <i>WEE!!!</i> ” | 59 |
| Gambar 3. 4 Tone Warna Komik | 59 |
| Gambar 3. 5 Font Anime Ace..... | 60 |
| Gambar 3. 6 Contoh Cover di Line Webtoon | 60 |
| Gambar 3. 7 Contoh thumbnail vertikal di Webtoon kanvas | 60 |
| Gambar 3. 8 Contoh Cover di Line Webtoon | 61 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 1 Proses desain karakter Raka | 62 |
| Gambar 4. 2 Final desain karakter Raka | 63 |
| Gambar 4. 3 Proses desain karakter Dimas | 64 |
| Gambar 4. 4 Final desain karakter Dimas | 64 |
| Gambar 4. 5 Proses desain karakter Dea..... | 65 |
| Gambar 4. 6 Final desain karakter Dea..... | 66 |
| Gambar 4. 7 Proses desain karakter Tara..... | 67 |
| Gambar 4. 8 Final desain karakter Tara | 67 |
| Gambar 4. 9 Panel dalam komik web “Scam Buster” | 68 |
| Gambar 4. 10 Panel dalam komik web “Scam Buster” | 68 |
| Gambar 4. 11 Panel dalam komik web “Scam Buster” | 69 |
| Gambar 4. 12 Background warung | 70 |
| Gambar 4. 13 Sketsa chapter 1 (1)..... | 71 |
| Gambar 4. 14 Sketsa chapter 1 (2)..... | 72 |
| Gambar 4. 15 Sketsa chapter 1 (3)..... | 73 |
| Gambar 4. 16 Sketsa chapter 1 (4)..... | 74 |
| Gambar 4. 17 Sketsa chapter 2 (1)..... | 75 |
| Gambar 4. 18 Sketsa chapter 2 (2)..... | 76 |
| Gambar 4. 19 Sketsa chapter 3 (1)..... | 77 |
| Gambar 4. 20 Sketsa chapter 3 (2)..... | 78 |
| Gambar 4. 21 Sketsa Chapter 3 (3)..... | 79 |
| Gambar 4. 22 Sketsa Chapter 3 (4)..... | 80 |
| Gambar 4. 23 Final Desain Komik Chapter 1 (1)..... | 81 |
| Gambar 4. 24 Final Desain Komik Chapter 1 (2)..... | 82 |
| Gambar 4. 25 Final Desain Komik Chapter 1 (3)..... | 83 |
| Gambar 4. 26 Final Desain Komik Chapter 1 (4)..... | 84 |
| Gambar 4. 27 Final Desain Komik Chapter 1 (6)..... | 85 |
| Gambar 4. 28 Final Desain Komik Chapter 1 (7)..... | 86 |
| Gambar 4. 29 Final Desain Komik Chapter 2 (1)..... | 87 |
| Gambar 4. 30 Final Desain Komik Chapter 2 (2)..... | 88 |
| Gambar 4. 31 Final Desain Komik Chapter 2 (3)..... | 89 |
| Gambar 4. 32 Final Desain Komik Chapter 3 (1)..... | 90 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4. 33 Final Desain Komik Chapter 3 (2)..... | 91 |
| Gambar 4. 34 Final Desain Komik Chapter 3 (3)..... | 92 |
| Gambar 4. 35 Final Desain Komik Chapter 4 (1)..... | 93 |
| Gambar 4. 36 Final Desain Komik Chapter 4 (2)..... | 94 |
| Gambar 4. 37 Final Desain Komik Chapter 4 (3)..... | 95 |
| Gambar 4. 38 <i>Graphic Standart Manual</i> | 96 |
| Gambar 4. 39 Poster Pameran | 97 |
| Gambar 4. 40 Katalog Pameran..... | 98 |
| Gambar 4. 41 Merchandise Sticker..... | 99 |
| Gambar 4. 42 Merchandise Pouch..... | 99 |
| Gambar 4. 43 Merchandise Totebag..... | 100 |
| Gambar 4. 44 Merchandise Keychain..... | 102 |
| Gambar 4. 45 Sketsa Logo | 102 |
| Gambar 4. 46 Desain Final Logo..... | 102 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 1 Referensi tokoh Raka | 62 |
| Tabel 4. 2 Referensi tokoh Dimas | 63 |
| Tabel 4. 3 Referensi tokoh Dea | 65 |
| Tabel 4. 4 Referensi tokoh Tara | 66 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Dokumentasi Pengunggahan Karya | 107 |
| Lampiran 2. Dokumentasi Sidang | 107 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet telah menjadi salah satu inovasi paling revolusioner dalam sejarah modern dan membawa perubahan besar pada bagaimana manusia mengakses informasi dan berinteraksi. Dengan inovasi seperti e-mail, penyimpanan cloud, dan teknologi lainnya membuat internet semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari - hari. Kemunculan internet berawal dari proyek ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) pada tahun 1960-an yang dikembangkan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Bertujuan untuk kebutuhan militer sebagai sarana komunikasi yang tetap bisa berfungsi bahkan saat infrastrukturnya terganggu. Kemudian pada tahun 1980-an dua ilmuwan komputer yang bekerja dalam proyek ARPANET, mengembangkan TCP/IP yang dirancang sebagai jaringan yang fleksibel agar dapat diintegrasikan dengan berbagai teknologi komputer. Protokol komunikasi tersebut mulai digunakan secara luas dan menjadikan internet lebih efisien untuk diakses oleh institusi akademik dan lembaga penelitian. Pada tahun 1983 ARPANET resmi mengadopsi TCP/IP sebagai komunikasi utama. Langkah ini adalah tonggak penting yang merevolusikan internet karena ARPANET menjadi prototipe awal internet yang memungkinkan integrasi jaringan lebih luas dan mampu menghubungkan banyak jaringan. Setelah dihentikan penggunaannya pada tahun 1990, konsep, infrastruktur, dan penggunaan TCP/IP mulai diterapkan dalam jaringan internet global dan menjadi fondasi utama internet modern. Bersamaan dengan ditutupnya ARPANET, Tim Berners-Lee mulai mengembangkan sistem berbasis hypertext untuk mempermudah akses dan navigasi informasi di internet atau disebut *World Wide Web* (WWW). Kombinasi antara WWW dan TCP/IP memungkinkan internet jadi lebih menarik bagi sektor bisnis dan memulai era komersialisasi internet.

Sekitar tahun 1990-an komersialisasi internet menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi bagaimana generasi Z berperilaku di era digital. Penelitian

Stillman (2017) pada bukunya, “How the Next Generation Is Transforming the Workplace” menjelaskan generasi Z yang lahir antara tahun 1995 - 2012 disebut sebagai generasi net atau internet. Mereka lahir di era internet yang mulai berkembang secara komersial dan digunakan secara luas oleh publik. Di tahun 2000-an saat mengalami masa kanak - kanak, generasi ini terus terpapar oleh teknologi yang berkembang pesat seperti internet kecepatan tinggi, komputer pribadi dan ponsel. Meskipun masih sederhana, teknologi seperti SMS pada ponsel kian populer karena bisa dilakukan secara daring. Internet terus berkembang dalam memberikan opsi kepada gen z yang memasuki usia remaja. Media sosial seperti Friendster (2002), Myspace (2003), dan Facebook (2004) menjadi platform baru untuk berinteraksi dan membangun identitas serta Youtube (2005) dan layanan streaming netflix sebagai media hiburan. Komersialisasi internet membuka pintu inovasi teknologi untuk terus berkembang dan gen Z yang lahir di tengah transisi ini diuntungkan karena sejak dulu teknologi digital sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehingga lebih mudah beradaptasi dengan perubahan dibandingkan generasi sebelumnya.

Keberadaan media sosial seakan-akan menjadi dilema sebab kehadirannya memunculkan dampak positif dan negatif. Di balik cepatnya arus informasi, penggunanya kerap menghabiskan waktu yang lama di media sosial karena merasa takut ketinggalan akan suatu informasi maupun tren tertentu atau biasa disebut FOMO (*Fear of Missing Out*). Istilah ini pertama kali muncul pada tahun 2004 dalam koran Harvard Business School bertajuk “Social Theory at HBS: McGinnis’ Two FOs” yang ditulis oleh Patrick McGinnis. Dalam bukunya yang berjudul “Fear of Missing Out” menjelaskan lebih lanjut bahwa fenomena ini muncul karena faktor biologis manusia yang nalurinya ingin mendapat pengakuan dan menjadi bagian suatu kelompok (McGinnis, 2020). Perasaan FOMO juga seringkali dipicu oleh bagaimana konten disajikan dan dikurasi oleh algoritma media sosial. Algoritma dirancang untuk mempelajari preferensi pengguna berdasarkan aktivitasnya (like, share, dan waktu yang dihabiskan pada suatu konten) untuk memprioritaskan konten yang paling menarik dan meningkatkan waktu penggunaan platform. Alhasil

sebagai generasi yang paling aktif di media sosial akan terus-menerus terpapar konten yang sengaja dirancang demi mempertahankan perhatian pengguna. Akibatnya, ketika seorang dengan jumlah audiens yang besar sekaligus mampu mempengaruhi massa (influencer) mempromosikan sesuatu yang menarik, gen Z cenderung terdorong untuk memiliki. Dalam studi Journal of Business Research, disebutkan bahwa “Dibandingkan generasi lainnya, generasi Z lebih terpengaruh oleh iklan media sosial terutama jika dipromosikan oleh influencer yang dikagumi” (Sokolova & Perez, 2021). Kemudahan dalam berbelanja daring juga merupakan salah satu dampak positif dari keberadaan media sosial yang rentan disalahgunakan. Generasi Z tidak bisa dipisahkan dari fenomena FOMO, adanya ketakutan akan ketinggalan tren menjadi faktor pendorong untuk membeli sesuatu yang viral tanpa berpikir panjang (pembelian impulsif). Dorongan konsumtif bisa begitu kuat dari sekedar melihat barang yang sedang diskon untuk kemudian dipamerkan di media sosial. Dengan memamerkannya timbulah perasaan dapat membangun citra diri yang diinginkan namun menciptakan tekanan sosial untuk melakukan pembelian yang sebenarnya tidak diperlukan. Pembelian impulsif seringkali didorong oleh emosi dan mampu menumpulkan intuisi seseorang. Pada individu yang dalam urgensi untuk memiliki sesuatu biasanya tidak memeriksa lebih lanjut seperti informasi penjual, kualitas produk, maupun keamanan transaksi. Karena cenderung mengabaikan pengecekan latar belakang, kondisi ini menjadi celah yang dimanfaatkan pelaku penipuan untuk melakukan kejahatan digital seperti memperoleh uang, barang, dan data pribadi (Scammer). Teknologi memungkinkan scammer beroperasi secara anonim dan menghindari hukum. Beberapa jenis penipuan online yang melibatkan scammer antara lain :

1. *Phishing* : Mengirim email/pesan teks yang berpura-pura menjadi perusahaan atau lembaga resmi dan menggunakan link untuk mencuri informasi pribadi.
2. *Romance Scam* : Membangun hubungan romantis dengan korban lewat situs kencan atau media sosial lalu meminta uang kepada korban.

3. *Online Shopping Scam* : Membuat toko online palsu dan berpura-pura menjual produk tetapi setelah menerima orderan tidak pernah mengirimkan barang kepada pembeli
4. *Investment Scam* : Menawarkan peluang investasi instan dengan keuntungan tinggi (skema ponzi/pyramid scheme).

Sebuah penelitian dilakukan oleh National Cybersecurity Alliance berjudul “Annual Cybersecurity Attitudes and Behaviours Report 2022” untuk melihat perilaku dari generasi Baby Boomers hingga generasi Z. Dari 3000 jumlah responden hasilnya menunjukkan bahwa generasi Z (18-25 tahun) adalah satu yang paling rentan kena penipuan online bersama dengan millenial (26-42 tahun). Riset ini menganalisis tiga jenis penipuan online yaitu, phishing, pencurian identitas, dan love scam dan ditemukan bahwa gen Z paling sering menjadi korban phising dengan angka 34 persen. Meskipun dikenal sebagai generasi yang paling melek digital, lahir dan hidup di tengah perkembangan teknologi secara masif, ternyata rentan menjadi sasaran empuk scammer. Adanya rasa percaya diri yang keliru berlebihan soal keamanan di dunia maya sehingga membuat generasi ini tidak begitu memperhatikan keamanan akan data pribadinya. Scammer mampu mengeksplorasi ketidaktelitian seseorang terutama di dunia digital yang serba cepat.

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis merancang komik web yang bertujuan untuk memperluas jangkauan edukasi tentang scammer khususnya generasi Z. Sebagai generasi yang sangat aktif secara online, pemilihan komik web dinilai tepat karena aksesnya mudah dan cukup dilakukan lewat internet. Edukasi dapat disampaikan dalam bentuk ilustrasi dan *storytelling* untuk membantu pembaca lebih memahami skema penipuan tidak hanya dari teori. Diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan kewaspadaan pembaca serta meninggalkan kesan dan pesan yang akan terus diingat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran di atas rumusan masalah dari perancangan ini adalah bagaimana cara melakukan upaya edukasi dengan menggunakan komik web tentang bahaya scammer di media sosial.

C. Batasan Masalah

Batasan dari perancangan ini adalah :

1. Target audiens berkisar antara usia 18 – 25 tahun karena rata-rata gen z menghabiskan waktunya di media sosial.
2. Konten dibatasi pada masalah penipuan/scammer yang terjadi di platform media sosial dan terjadi di Indonesia.
3. Penjelasan mengenai scammer mencakup informasi dasar seperti cara mengidentifikasinya, penyebab, dan cara mengatasinya.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari perancangan ini adalah pembuatan komik web yang mengangkat kisah seputar fenomena scammer sebagai bentuk upaya edukasi, pencegahan, serta pengurangan kasus penipuan yang terjadi di masyarakat.

E. Manfaat Perancangan

Adapun secara umum manfaat perancangan ini sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat
 - a. Meningkatkan wawasan mengenai berbagai jenis skema penipuan
 - b. Sarana media yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat
2. Bagi Pemerintah

Menjadi alat bantu untuk menyebarluaskan informasi mengenai bahaya scammer kepada masyarakat umum melalui media kreatif guna meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

3. Bagi Pendidikan

Komik web bisa diakses tidak hanya oleh siswa tetapi juga orang tua dan guru untuk membantu memahami upaya penipuan yang dilakukan scammer serta mendiskusikan topik tersebut bersama siswa.

4. Bagi Perancang

Diharapkan komik web ini dapat menjadi inspirasi kepada seniman Indonesia untuk ikut serta mengangkat isu penipuan.

F. Definisi Operasional

Penjelasan istilah-istilah yang digunakan dalam perancangan :

1. Scam

Scam adalah skema penipuan yang bertujuan mendapatkan uang/data/barang dari korban sasarannya

2. Scammer

Scammer adalah pelaku tindakan penipuan yang bisa dilakukan individu, sekelompok, bahkan perusahaan melalui internet

3. Komik web

Komik web adalah komik digital dengan format memanjang ke bawah

G. Metode Perancangan

1. Data yang dibutuhkan

a. Data Verbal

Merupakan data mengenai hukum yang berkaitan dengan ekonomi digital, postingan dari orang yang terlibat kasus, berita-berita penipuan scammer, dampak dari penipuan bersumber dari artikel,jurnal, dan sumber tertulis yang kredibel.

b. Data Visual

Merupakan data yang berasal dari sumber visual seperti, screenshot, foto dokumentasi, audio visual yang berkaitan dengan tindakan scam

2. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Melakukan pengamatan pada kasus yang sudah ada dengan didukung bacaan literatur seperti buku, jurnal, dan artikel untuk memperkuat solusi dan eksekusi karya agar hasil perancangan tepat sasaran.

b. Studi Pustaka

Pendukung literatur yang relevan dengan masalah penipuan siber, baik melalui buku, jurnal dan artikel di internet.

H. Metode Analisis Data

1. *What*

Perancangan ini dibuat sebagai bentuk tanggapan terhadap kasus penjual tidak bertanggung jawab yang merajalela dan menimbulkan kerugian besar.

2. *Who*

Target audience dari komik web ini adalah masyarakat umum dengan akses internet. Komik web juga masih bisa dinikmati oleh pembaca selain target audience

3. *Why*

Disebabkan oleh masih maraknya kasus scammer di Indonesia serta respon pemerintah yang belum terlalu tanggap, dibuatlah perancangan ini.

4. *When*

Perancangan dilakukan di tahun 2024 dimana masih ada kemungkinan praktik penipuan kerap terjadi hingga kini

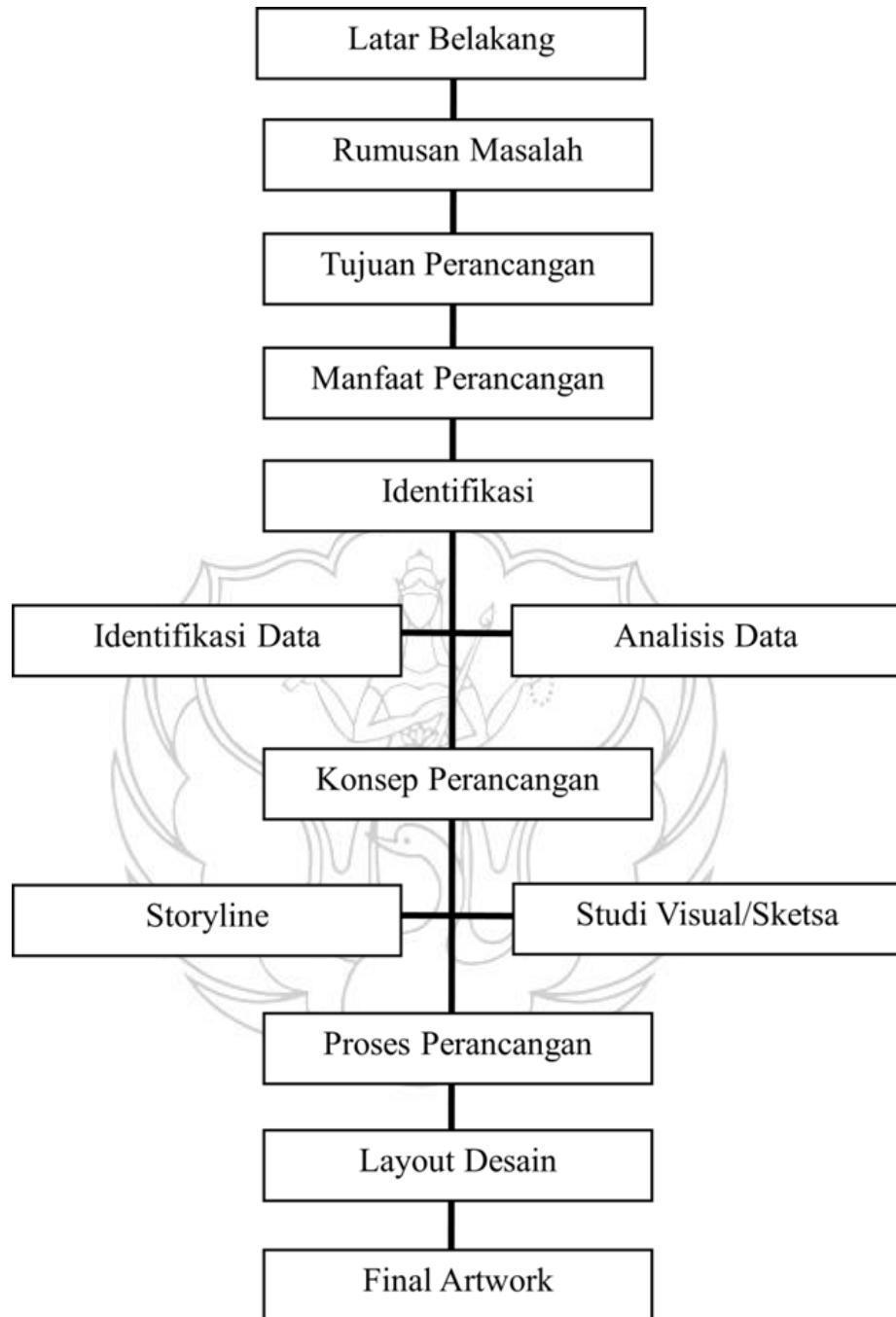
5. *Where*

Komik web akan dipublikasikan di platform Webtoon Kanvas Indonesia dengan menyebarkan link komiknya di beberapa platform seperti Twitter/X dan instagram

6. *How*

Proses perancangan dimulai dengan melakukan riset data dan pengolahan data terkait topik, referensi visual, membuat desain karakter dan penyusunan naskah cerita. Kemudian melakukan pembuatan komik web berdasarkan data yang sudah terkumpul dan terakhir merilis karya pada platform Webtoon Kanvas.

I. Sistematika Perancangan



Gambar 1. 1 Skema Perancangan Komik web “Scam Busters”
(Sumber: Deborah Belva Ivana Christa. 2024)