

PERANCANGAN CERGAM INSPIRATIF “WUJUDKAN IMPIAN DENGAN TEKNIK *LAW OF ATTRACTION*” UNTUK KOMUNITAS TITIK TUMBUH MEDIA

Putri Priyaningsih¹

¹Universitas Negeri Surabaya
email: 1priyaput01@gmail.com

Received:
01-03-2026
Reviewed:
08-03-2026
Accepted:
25-03-2026

ABSTRAK: Berkembangnya media digital mendorong kebutuhan akan media visual yang mampu menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Titik Tumbuh Media sebagai penyedia layanan pengembangan diri berbasis buku digital masih menghadirkan media yang cenderung monoton sehingga diperlukan alternatif penyampaian materi yang lebih interaktif. Penelitian ini bertujuan merancang cergam edukatif bertema *law of attraction* dengan gaya ilustrasi surealisme minimalis agar konsep yang bersifat abstrak dapat dipahami secara lebih sederhana dan menarik. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi aktivitas Instagram, wawancara dengan founder, serta dokumentasi materi edukasi yang telah dipublikasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cergam interaktif mampu menyederhanakan konsep *law of attraction*, meningkatkan ketertarikan, keterlibatan, dan pemahaman audiens terhadap materi yang disampaikan. Perancangan ini menjadikan cergam sebagai media edukasi alternatif yang efektif serta dapat menjadi referensi dalam pengembangan media pembelajaran visual berbasis ilustrasi surealisme pada bidang pengembangan diri.

Kata Kunci: cergam, buku digital, pengembangan diri, surealisme, *law of attraction*

ABSTRACT: The development of digital media has increased the need for visual learning media that can deliver information in a more engaging and easily understandable way for various audiences. Titik Tumbuh Media, as a provider of self-development services based on digital books, still presents content that tends to be monotonous, thus requiring a more

interactive alternative medium. This study aims to design an educational comic on the topic of the law of attraction using a minimalist surrealist illustration style to simplify abstract concepts and make them more visually appealing. This research employed a descriptive qualitative method through observation of Instagram activities, interviews with the founder, and documentation of previously published educational materials. The results indicate that the interactive comic is able to simplify the abstract concept of the law of attraction, increase audience interest and engagement, and improve their understanding of the material. This design positions comics as an effective alternative educational medium and is expected to serve as a reference for the development of surrealism-based visual learning media in the field of self-development.

Keywords: comic strip, digital book, self-development, surrealism, law of attraction

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital mendorong kebutuhan akan media komunikasi visual yang lebih interaktif dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, baik dalam ranah akademik maupun nonakademik. Media visual dinilai mampu menyederhanakan konsep yang bersifat abstrak sehingga lebih mudah diterima oleh audiens dibandingkan dengan media berbasis teks semata (Widodo, Indraswati, & Royana, 2020). Fenomena ini juga terjadi pada konten pengembangan diri berbasis *Law of Attraction* (LoA) yang semakin populer di media sosial. Berdasarkan data Google Trends, pencarian terkait LoA mengalami peningkatan signifikan dalam lima tahun terakhir dan mencapai puncaknya pada tahun 2020, seiring maraknya penggunaan tagar #manifestation di berbagai platform digital (Lintang, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap LoA terus meningkat dan membutuhkan media pembelajaran yang mampu menjelaskan konsep tersebut secara efektif.

Titik Tumbuh Media merupakan komunitas pengembangan diri berbasis Instagram yang berfokus pada edukasi LoA melalui berbagai bentuk media digital seperti e-book, konten *reels*, *carousel*, *stories*, dan video series. Komunitas yang berdiri sejak tahun 2017 ini telah memiliki lebih dari 454 ribu pengikut dan berkembang secara organik sebagai wadah pembelajaran LoA bagi masyarakat dari berbagai latar belakang. Kehadiran Titik Tumbuh Media dilatarbelakangi oleh kesadaran akan banyaknya individu yang memiliki keinginan untuk berkembang, namun belum memiliki akses terhadap media pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Meskipun demikian, media edukasi yang digunakan selama ini masih didominasi oleh pendekatan tekstual sehingga kurang interaktif bagi sebagian audiens.

Di sisi lain, meningkatnya popularitas LoA tidak sejalan dengan tingkat keberhasilan individu dalam menerapkannya. Survei yang dilakukan oleh Agensi Kreatif Flock menunjukkan bahwa hanya 6% orang dewasa yang berhasil mewujudkan impian masa kecilnya, sedangkan 92% lainnya mengalami kegagalan yang disebabkan oleh keraguan dan kurangnya pemahaman terhadap metode yang tepat (Liputan6, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya minat masyarakat terhadap LoA dengan pemahaman yang mendalam mengenai konsep dan penerapannya. Banyak individu yang hanya mengikuti tren tanpa memahami prinsip dasar LoA sehingga menimbulkan persepsi skeptis terhadap efektivitasnya. Dengan demikian, diperlukan media edukasi alternatif yang

tidak hanya informatif tetapi juga mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara visual dan emosional (Prasetyo, 2021).

Salah satu media yang dinilai mampu menjawab permasalahan tersebut adalah cerita bergambar (cergam). Cergam merupakan media yang menggabungkan unsur visual dan verbal secara seimbang sehingga dapat membantu pembaca memahami informasi dengan lebih efektif dibandingkan media teks saja (Yulistiani, 2024). Penggunaan ilustrasi dalam cergam terbukti mampu memperkuat daya ingat, memperjelas pesan, serta membangun koneksi emosional dengan audiens (Widodo et al., 2020). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media visual berbasis ilustrasi efektif digunakan sebagai sarana edukasi nonformal karena mampu meningkatkan minat belajar dan pemahaman pembaca. Namun, penelitian yang secara khusus membahas perancangan cergam sebagai media edukasi LoA dengan pendekatan visual surealisme minimalis untuk audiens komunitas digital masih belum banyak dilakukan. Hal ini menunjukkan adanya peluang kebaruan dalam pengembangan media pembelajaran berbasis ilustrasi untuk menyampaikan konsep pengembangan diri yang bersifat abstrak.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini menawarkan perancangan cergam sebagai media edukasi alternatif untuk menyampaikan konsep LoA secara inspiratif, aplikatif, dan mudah dipahami oleh audiens Titik Tumbuh Media. Gaya ilustrasi surealisme minimalis dipilih karena memiliki kemampuan menyampaikan makna simbolik dan konsep abstrak secara visual tanpa menghilangkan kesederhanaan bentuk, sehingga sesuai dengan karakteristik materi LoA. Penggabungan antara konsep LoA dengan media cergam diharapkan dapat menjadi inovasi dalam pengembangan media pembelajaran nonformal berbasis visual.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk merancang konsep cergam yang mampu menyampaikan pembelajaran LoA secara inspiratif sesuai dengan karakteristik audiens Titik Tumbuh Media, mendeskripsikan proses perancangan mulai dari tahap eksplorasi ide hingga eksekusi desain, serta menghasilkan produk cergam yang dapat digunakan sebagai media edukasi alternatif dalam memahami dan menerapkan LoA.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

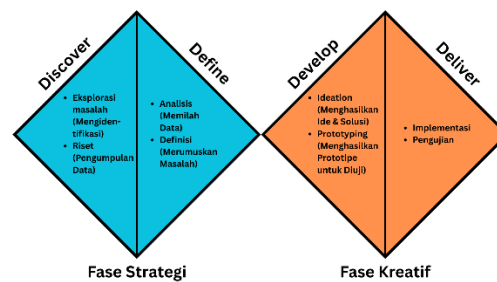
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk memahami fenomena secara alami melalui proses interaksi yang mendalam antara peneliti dengan objek yang diteliti. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data deskriptif berupa kata-kata, visual, dan dokumen tanpa menggunakan perhitungan numerik (Nanda, 2025). Metode studi kasus dipilih karena mampu menelaah fenomena kontemporer dalam konteks nyata ketika batas antara fenomena dan konteks tidak tampak secara jelas (Yin, 2003 dalam Salmaa, 2023). Penerapan metode ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji efektivitas cergam sebagai media edukasi alternatif pada platform Instagram Titik Tumbuh Media secara mendalam tanpa memisahkan media, lingkungan digital, dan interaksi audiens yang terjadi di dalamnya.

Ruang lingkup penelitian berfokus pada perancangan cergam bertema *Law of Attraction* sebagai media edukasi visual pada platform Instagram @titiktumbuh.media. Objek penelitian meliputi aktivitas konten Instagram, media edukasi yang telah dimiliki Titik Tumbuh berupa e-book dan video series, serta proses perancangan cergam sebagai produk visual. Sasaran penelitian mencakup subjek penelitian yaitu founder Titik Tumbuh Media, Steven Lesmana, sebagai informan utama yang memiliki kompetensi dalam bidang *Law of Attraction* sekaligus

pengelola platform, waktu penelitian yang dilaksanakan selama proses penyusunan perancangan cergam, serta lokasi penelitian yang dilakukan secara daring melalui platform Instagram Titik Tumbuh Media. Dalam penelitian kualitatif ini, informan dipilih berdasarkan relevansi terhadap kebutuhan data yang mampu memberikan informasi mengenai strategi edukasi, karakteristik audiens, dan kebutuhan media pembelajaran visual.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan informan, observasi aktivitas konten dan interaksi audiens pada Instagram Titik Tumbuh Media, serta dokumentasi arsip media yang dimiliki. Wawancara dilakukan secara terbuka dan dua arah menggunakan panduan pertanyaan agar pembahasan tetap terarah (Rachmawati, 2007). Observasi dilakukan dengan mengamati unggahan konten, stories, serta tingkat interaksi audiens seperti jumlah tayangan, tanda suka, komentar, dan bagikan untuk memahami pola perilaku pengguna secara tidak langsung (Adhandayani, 2020; Mills, 2003). Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan arsip highlight, stories, e-book, dan video series sebagai data visual dan tekstual (Sugiyono, 2015 dalam Paramitha, 2020). Selain itu, dilakukan studi kompetitor terhadap akun @psikologihidup.id sebagai pembandingan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan media sejenis. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari hasil pengumpulan data sehingga dapat dirumuskan strategi perancangan yang tepat (Mashuri & Nurjannah, 2020). Analisis dilakukan secara sistematis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga menghasilkan pola yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan desain (Sugiyono, 2020 dalam Pangesti, 2024).



Gambar 1.1 *Double Diamond Framework*

Sumber: Priyaningsih, 2025

Metode perancangan yang digunakan adalah model Double Diamond yang dikembangkan oleh British Design Council pada tahun 2004. Model ini dipilih karena memberikan struktur yang jelas dalam proses desain berbasis solusi melalui empat tahap, yaitu discover, define, develop, dan deliver (Norman, 2013 dalam Alam, 2021). Tahap discover dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kompetitor untuk memperoleh pemahaman awal terhadap permasalahan (Ramadhan, 2024). Tahap define dilakukan dengan menganalisis dan mensintesis data menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan kebutuhan pengguna. Tahap develop berfokus pada

pengembangan ide dan visualisasi solusi melalui penyusunan konsep verbal, konsep visual, strategi visual, pembuatan naskah, storyboard, sketsa, hingga proses produksi ilustrasi cergam. Tahap deliver merupakan tahap implementasi produk dengan menguji cergam kepada audiens Instagram Titik Tumbuh untuk memperoleh umpan balik serta mempersiapkan media promosi berupa instastory, reels, carousel, dan poster yang ditempatkan pada platform digital Titik Tumbuh Media.

KERANGKA TEORETIK

Guna memperkuat landasan konseptual penelitian, penulis menelaah sejumlah penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar dalam merumuskan konsep perancangan, pendekatan visual, serta metode yang digunakan. Kajian terhadap penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media visual, khususnya cerita bergambar (cergam), memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pemahaman audiens terhadap suatu konsep.

1. Penelitian oleh Prasetyo mengenai pemanfaatan media cerita bergambar dengan metode STAD pada siswa kelas VII SMP menunjukkan bahwa penggunaan cergam mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan menulis teks deskripsi hingga 92,5%. Temuan ini menegaskan bahwa media visual efektif dalam membantu proses kognitif pembelajaran. Namun, penelitian tersebut berfokus pada konteks pendidikan formal dengan sasaran remaja usia 14-15 tahun, sehingga masih terdapat kesenjangan dalam penerapan cergam sebagai media edukasi non-formal bagi audiens digital dengan rentang usia yang lebih luas.
2. Selanjutnya, penelitian Pangesti mengenai konsep *Law of Attraction* (LoA) dalam Al-Qur'an menunjukkan bahwa prinsip-prinsip LoA memiliki relevansi dengan pencapaian tujuan hidup melalui aspek spiritual seperti doa, usaha, berpikir positif, syukur, dan kesabaran. Hasil penelitian ini memperkuat legitimasi konsep LoA sebagai pendekatan yang dapat dipertanggungjawabkan secara konseptual. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum mengkaji media visual sebagai sarana penyampaian konsep LoA.
3. Penelitian lain yang dilakukan oleh Nikmati menunjukkan bahwa media ajar interaktif berbasis digital seperti e-book, komik digital, video, dan augmented reality mampu meningkatkan motivasi dan kemampuan berpikir kritis peserta didik. Temuan ini mengindikasikan bahwa media digital interaktif lebih menarik dan mudah diakses dibandingkan media konvensional. Hal ini relevan dengan format cergam yang dirancang dalam bentuk e-book, namun penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji integrasi narasi visual dengan konsep pengembangan diri.
4. Dalam konteks visual cergam, penelitian Paramitha menegaskan bahwa penggunaan warna dalam ilustrasi tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai media penyampaian makna dan pembangun pengalaman emosional pembaca. Temuan ini menjadi dasar dalam perancangan visual cergam yang menggunakan pendekatan simbolis melalui gaya surealisme minimalis.
5. Pendekatan gaya visual diperkuat oleh penelitian Meylana yang menunjukkan bahwa buku ilustrasi interaktif bergaya surealisme efektif digunakan sebagai media motivasi. Penggabungan unsur visual dan verbal terbukti lebih mampu menyampaikan pesan edukatif dibandingkan media berbasis teks semata. Meskipun demikian, penelitian tersebut berfokus pada isu kecanduan internet pada generasi Z, sehingga belum mengkaji penerapan gaya surealisme untuk topik *Law of Attraction*.

6. Dari sisi media distribusi, penelitian Giannola menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang aktif digunakan generasi Z untuk memperoleh informasi dan edukasi, terutama melalui konten yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini memperkuat pemilihan Instagram sebagai ruang implementasi dan sasaran audiens dalam penelitian ini.
7. Adapun dari sisi metode perancangan, penelitian Usmanto menunjukkan bahwa Double Diamond Framework mampu menghasilkan desain yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna karena melalui tahapan eksplorasi, sintesis, pengembangan, dan implementasi secara sistematis. Temuan ini menjadi dasar dalam penyusunan proses perancangan cergam agar berorientasi pada kebutuhan audiens.
8. Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa media visual interaktif efektif dalam meningkatkan pemahaman, motivasi, dan keterlibatan audiens. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengintegrasikan: (1) konsep Law of Attraction, (2) media cergam sebagai sarana edukasi non-formal, (3) gaya ilustrasi surealisme minimalis, (4) format e-book interaktif, serta (5) implementasi pada audiens komunitas digital berbasis Instagram. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian perancangan cergam berjudul *Wujudkan Impian dengan Teknik Law of Attraction* sebagai media edukasi alternatif yang lebih komunikatif, inspiratif, dan sesuai dengan karakteristik audiens Titik Tumbuh Media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap hasil dan pembahasan, penulis memaparkan temuan penelitian yang diperoleh melalui proses observasi, analisis kebutuhan audiens, serta keterkaitannya dengan perancangan media cergam sebagai solusi visual. Pemaparan ini tidak hanya menjelaskan data yang ditemukan di lapangan, tetapi juga menghubungkannya dengan konsep perancangan yang telah disusun berdasarkan landasan teori yang relevan, sehingga dapat menunjukkan alasan dan tujuan perwujudan karya secara konseptual maupun visual.

a. Karya Contoh Gambar

Berdasarkan hasil observasi terhadap akun Instagram komunitas Titik Tumbuh, ditemukan bahwa audiens menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap konten reflektif, motivasional, dan pengembangan diri yang disajikan dalam bentuk visual sederhana namun bermakna. Namun, penyampaian konsep Law of Attraction (LoA) masih dominan berbentuk teks naratif sehingga berpotensi kurang optimal dalam membantu audiens memahami konsep abstrak secara mendalam. Temuan ini menunjukkan adanya kebutuhan media alternatif yang mampu menyederhanakan konsep LoA melalui pendekatan visual komunikatif.

Kebutuhan tersebut selaras dengan teori media pembelajaran visual yang menyatakan bahwa kombinasi elemen visual dan verbal dapat meningkatkan pemahaman serta retensi informasi, terutama pada konsep abstrak. Penelitian Prasetyo mengenai pemanfaatan media cerita bergambar juga menunjukkan bahwa media visual efektif meningkatkan pemahaman peserta didik. Perbedaannya, penelitian ini diterapkan pada audiens komunitas pengembangan diri berbasis media sosial, bukan pada konteks pembelajaran formal di sekolah. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan pada konteks audiens dewasa muda serta platform distribusi digital.

Berdasarkan analisis kebutuhan tersebut, dirancang konsep verbal yang mengangkat tema besar pengembangan diri melalui kekuatan pikiran positif. Tema ini dipilih karena

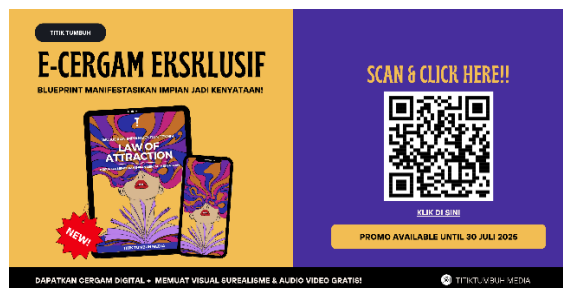
relevan dengan karakteristik komunitas Titik Tumbuh yang berfokus pada refleksi diri, afirmasi, dan pertumbuhan personal. Secara teoritis, konsep ini sejalan dengan prinsip *Law of Attraction* yang menekankan keselarasan antara pikiran, keyakinan, dan realitas. Penyusunan narasi menggunakan gaya bahasa persuasif-edukatif agar pesan tidak bersifat menggurui namun tetap memberikan pemahaman konseptual. Strategi ini mengacu pada prinsip komunikasi persuasif yang bertujuan memengaruhi sikap melalui pendekatan emosional dan rasional secara bersamaan.

Secara visual, perancangan menggunakan pendekatan surealisme minimalis sebagai strategi simbolik dalam merepresentasikan konsep abstrak LoA. Pemanfaatan metafora visual bertujuan menyederhanakan pesan kompleks menjadi simbol yang mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi visual yang menyatakan bahwa simbol mampu mempercepat proses interpretasi makna melalui asosiasi kognitif. Temuan ini juga memperkuat penelitian Meylana yang menyatakan bahwa gaya ilustrasi surealisme efektif digunakan dalam media motivasi karena mampu membangun kedalaman makna dan pengalaman emosional pembaca.

Pemilihan warna dalam cergam disesuaikan dengan identitas visual komunitas Titik Tumbuh dan mempertimbangkan aspek psikologi warna. Warna hangat dan lembut digunakan untuk menciptakan suasana reflektif dan menenangkan, sehingga mendukung pesan afirmatif yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Paramitha yang menyatakan bahwa warna dalam cergam tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai pembawa makna dan penguat suasana emosional.

Dari aspek tipografi, penggunaan font sans-serif seperti Montserrat dipilih karena memiliki tingkat legibility yang tinggi pada media digital. Prinsip keterbacaan menjadi penting dalam media edukasi berbasis Instagram, mengingat audiens mengakses konten melalui layar ponsel dengan durasi perhatian yang relatif singkat. Keputusan ini didasarkan pada prinsip hierarki visual yang menekankan kejelasan struktur informasi agar pesan dapat dipahami secara cepat dan efektif.

Perancangan juga mengintegrasikan elemen audio-visual sebagai bentuk pengembangan dari cergam konvensional menjadi format digital interaktif. Integrasi ini mengacu pada prinsip multimedia learning yang menyatakan bahwa kombinasi teks, gambar, dan audio dapat meningkatkan pemahaman serta keterlibatan audiens. Pendekatan ini menunjukkan kebaruan penelitian dibandingkan penelitian Prasetyo yang masih berfokus pada media cetak, serta memperluas temuan Elfin Nikmati mengenai efektivitas media digital interaktif dalam meningkatkan interpretasi dan motivasi belajar.



Gambar 1.2 Hasil Cergam & Scan Barcode

Sumber: Priyaningsih, 2025



Gambar 1.3 Hasil Cergam
Sumber: Priyaningsih, 2025

Implementasi karya dilakukan melalui platform Instagram sebagai media distribusi utama. Pemilihan platform ini didasarkan pada temuan Giannola yang menunjukkan bahwa generasi Z secara aktif menggunakan Instagram sebagai sarana informasi dan edukasi. Karakter visual Instagram yang menekankan estetika dan storytelling dinilai sesuai dengan format cergam digital yang dirancang. Dengan demikian, media tidak hanya berfungsi sebagai wadah distribusi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi visual yang mempertimbangkan perilaku audiens digital.

Secara keseluruhan, hasil perancangan menunjukkan bahwa cergam berbasis surealisme minimalis dengan pendekatan simbolik dan integrasi multimedia memiliki potensi sebagai media edukasi alternatif dalam menyampaikan konsep Law of Attraction kepada komunitas pengembangan diri. Temuan ini memperluas penelitian terdahulu mengenai efektivitas media visual dengan menghadirkan konteks baru, yaitu komunitas digital berbasis Instagram dan pendekatan interaktif.

b. Karya Contoh Tabel

Berdasarkan Tabel 1.1 hasil wawancara dengan founder komunitas Titik Tumbuh, diperoleh sejumlah informasi mengenai latar belakang komunitas, karakteristik audiens, nilai yang disampaikan, strategi visual, serta potensi penggunaan media cergam sebagai alternatif penyampaian edukasi Law of Attraction yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Hasil Wawancara

Pertanyaan	Jawaban
Latar belakang berdirinya Titik Tumbuh dan visi misi	Didirikan karena banyak orang ingin berkembang tetapi belum memiliki akses belajar self-development dan LOA. Visi: menjadi media LOA terbesar di Indonesia. Misi: mengedukasi LOA, energi, dan manifestasi.
Nilai dan pesan utama yang disampaikan	Energi positif berpengaruh pada masa depan dan dapat dilatih. Fokus pada LOA dan self-development.
Target audiens utama	Usia 21-34 tahun, pengguna aktif media sosial, tertarik pada LOA dan self-development.

Pertanyaan	Jawaban
Konten yang paling diminati audiens	Reels inspiratif tentang LOA, visualisasi manifestasi, dan kisah tokoh sukses.
Media yang digunakan untuk penyampaian konten	Instagram (reels, carousel, stories). TikTok kurang efektif.
Bentuk visual yang pernah digunakan	Video real lebih konversi, animasi engagement tinggi.
Identitas visual brand	Dominasi tone kuning pada setiap konten.
Efektivitas cergam nonfiksi sebagai media edukasi	Dinilai efektif karena memberi contoh nyata dan mudah dipahami.
Potensi distribusi media cergam	Melalui Instagram feeds, stories, dan broadcast channel.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunitas Titik Tumbuh memiliki kebutuhan terhadap media edukasi alternatif yang mampu menyederhanakan konsep *Law of Attraction* agar lebih mudah dipahami secara mendalam oleh audiens. Hasil observasi menunjukkan bahwa konten visual sederhana namun bermakna memiliki tingkat ketertarikan yang lebih tinggi dibandingkan penyampaian dalam bentuk teks naratif, sehingga diperlukan media yang mampu menggabungkan kekuatan visual dan verbal secara komunikatif. Hasil wawancara juga memperkuat bahwa contoh konkret, penyampaian yang reflektif, serta visual yang selaras dengan identitas komunitas menjadi faktor penting dalam proses edukasi mengenai konsep energi, manifestasi, dan pengembangan diri. Perancangan cergam nonfiksi dengan pendekatan ilustrasi bergaya surealisme minimalis, penggunaan warna yang konsisten dengan identitas visual komunitas, serta penyusunan narasi yang ringkas dan sistematis mampu menjadi solusi atas kesenjangan tersebut karena dapat mengubah konsep yang bersifat abstrak menjadi lebih konkret, terstruktur, dan mudah dipahami oleh audiens dewasa muda sebagai target utama. Dengan demikian, cergam nonfiksi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media refleksi dan motivasi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan audiens Titik Tumbuh.

Media cergam nonfiksi yang dirancang disarankan untuk diimplementasikan sebagai salah satu alternatif media edukasi visual dalam aktivitas konten komunitas, khususnya melalui distribusi pada platform Instagram dalam bentuk unggahan feed, carousel, maupun broadcast channel agar dapat menjangkau audiens secara lebih luas dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Pengembangan lebih lanjut dapat dilakukan dengan mengadaptasi cergam ke dalam format digital interaktif sehingga mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih mendalam. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada tahap perancangan dan belum sampai pada pengujian efektivitas media terhadap peningkatan pemahaman audiens secara kuantitatif, sehingga peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan uji kelayakan, uji efektivitas, atau eksperimen penggunaan media dengan

melibatkan responden dalam jumlah yang lebih luas serta mengembangkan bentuk media yang lebih interaktif agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan cergam sebagai media edukasi dalam menyampaikan konsep pengembangan diri.

REFERENSI

- Aji, D. (2018, Januari 30). *Empat Tahap Design Thinking*. Retrieved from Darmawan Aji: <https://darmawanaji.com/empat-tahap-design-thinking/>
- Alam, Y. M. (2021). Implementasi Metode Double Diamond Design Untuk Redesain Antar Muka Aplikasi SBS Exam Pada SMP Negeri 3 Waru. *Jurnal Universitas Dinamika*, 3-5.
- Albina, A. C. (2018). The Law of Attraction Positive Thinking and Level of Gratitude Towards Happiness. *Central Mindanao University Journal of Science*, 16-22.
- Andriana, M. (2021, Oktober 8). *Double Diamond Design Thinking*. Retrieved from Binus University: <https://sis.binus.ac.id/2021/10/08/double-diamond-design-thinking/>
- Arifrahara, G. (2021). Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 92-104.
- Assidiq, M. Z. (2023, November 15). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan*. Retrieved from Telkom University: <https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/>
- Bisma, L. (2024, Januari 3). *Pengertian Artikel, Tujuan, Ciri, Struktur, Kebahasaan, Jenis & Contoh. Bahasa Indonesia Kelas 12*. Retrieved from Ruangguru: <https://www.ruangguru.com/blog/pengertian-struktur-dan-jenis-artikel>
- Borgias, F. (2015, Oktober 16). *Arti Penting "Refleksi" Dalam Dunia Pendidikan*. Retrieved from Universitas Katolik Parahyangan: <https://unpar.ac.id/arti-penting-refleksi-dalam-dunia-pendidikan/>
- Byrne, R. (2006). *The Secret*. New York: Atria Books.
- Castrillon, C. (2019, Desember 15). *How To Use The Law of Attraction To Manifest Your Dream Job*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/carolinecastrillon/2019/12/15/how-to-use-the-law-of-attraction-to-manifest-your-dream-job/>
- Cherry, K. (2024, April 11). *Bisakah Anda Menciptakan Kehidupan yang Anda Inginkan Melalui Meditasi Manifestasi?* Retrieved from Verywell Mind: https://www-verywellmind-com.translate.goog/manifestation-meditation-8629156?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=wa

- Dian, M. (2023, April 14). *Mengenal 'Scripting', Teknik Manifestasi yang Sempat Viral di TikTok agar Semakin Fokus Menggapai Impian*. Retrieved from Beauty Journal: <https://www.beautyjournal.id/article/mengenal-manifestasi-scripting>
- Dixon, L., Hornsey, M. J., & Hartley, N. (2023). “The Secret” to Success? The Psychology of Belief in Manifestation. *University of Queensland*, 49-65.
- Fikriansyah, I. (2023, Agustus 13). *Layout Adalah Desain Tata Letak, Simak Jenis dan Elemennya*. Retrieved from DetikCom: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6873743/layout-adalah-desain-tata-letak-simak-jenis-dan-elemennya>
- Harts. (2022, Desember 2). *Tips Memilih Konten Media Sosial yang Efektif*. Retrieved from Harts: <https://www.hartsimagineering.com/blog/tips-memilih-konten-media-sosial-yang-efektif-288a3fe0653165405a00004b>
- Holmes, S. (2020). The Thruth Behind Manifestation and The Law of Attraction. *University Honors Program*, 50-53.
- Humam, E. (2024). *Pengertian Surealiems: Sejarah, Unsur, Ciri, Jenis, dan Tokohnya*. Retrieved from Gramedia Blog: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-surealisme/?srsId=AfmBOor_f-SISAE_RjVDg3lZ8secdPg6Qeql8WM1Oa8ugYQKze1F7OW
- Kalla Institute. (2024, Februari 1). *Rendahnya Minat Literasi di Indonesia*. Retrieved from Kalla Institute: <https://kallainstitute.ac.id/rendahnya-minat-literasi-di-indonesia/>
- Kumpanan. (2023, September 8). *Mengenal Series dalam Film dan Perbedaannya dengan Serial*. Retrieved from Kumpanan: <https://kumpanan.com/ragam-info/mengenal-series-dalam-film-dan-perbedaannya-dengan-serial-219FR774dUy/1>
- Kurniadewi, T. F., Fitriana, R., & Haryati, T. (2020). Analisis Unsur Surealisme dalam Novel Umibe no Kafuka Karya Murakami Haruki. *Jurnal Studi Jepang*, 14-32.
- Lianovanda, D. (2024, Juli 16). *Mengenal Cara Kerja Manifesting, Istilah yang Tren di TikTok*. Retrieved from Brain Academy By Ruangguru: <https://www.brainacademy.id/blog/pengertian-manifesting>
- Lintang, H. (2022, Februari 24). *Benarkah Law of Attraction Bisa Mengubah Hidup Kita?* Retrieved from Zenius Education: https://www.zenius.net/blog/law-of-attraction/?utm_source=chatgpt.com
- Liputan6. (2024, Desember 23). *Tips Meraih Cita-Cita, Panduan Lengkap Mewujudkan Impian*. Retrieved from www.liputan6.com: <https://www.liputan6.com/feeds/read/5845278/tips-meraih-cita-cita-panduan-lengkap-mewujudkan-impian?page=6>

- Losier, M. J. (2007). *Law of Attraction: The Science of Attracting More of What You Want And Less of What You Don't*. New York: Hachette Book Group.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Perbankan Syariah*, 97-98.
- Mirnawati. (2020). Penggunaan Media Gambar dalam Pembelajaran Untuk Meningkatkan Minat Baca Siswa. <https://jurnaldidata.org/>, 15-16.
- Monica. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout Pada Desain Situs. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Bina Nusantara University*, 460-464.
- Monica, & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Jurnal Humaniora*, 184-196.
- Nanda, S. (2025, Maret 12). *Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, jenis, & Contoh*. Retrieved from Brain Academy by Ruangguru: <https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif>