

PERANCANGAN ZINE KOMIK PERIBAHASA SEBAGAI MEDIA EDUKASI MORAL KEPADA GENERASI Z

Azzana Alfanny Putri¹

¹Universitas Negeri Surabaya

email: ¹azzanaalfanny.20011@mhs.unesa.ac.id

Received:

26-06-2026

Reviewed:

01-07-2026

Accepted:

04-07-2026

ABSTRAK: Arus digital berkembang sangat cepat menjadikan perubahan perilaku dan cara hidup generasi muda, terutama Generasi Z. Dampak dari perubahan tersebut dapat dilihat dari penggunaan bahasa ringkas, Generasi z kehilangan minat pada bahasa yang diajarkan turun temurun. Selain itu beberapa faktor dan keadaan menjadikan moral Generasi Z menurun. Peribahasa dapat menjembatani pengenalan kembali nilai moral dari generasi terdahulu ke generasi muda. Untuk memperkenalkan kembali peribahasa kepada Generasi Z membutuhkan media visual yang cenderung lebih diminati dan informasinya dapat lebih cepat diterima. Salah satunya dengan media zine komik sebagai alternatifnya. Penelitian ini menggunakan metode perancangan design thinking dan metode analisis data 5W+1H. Target audiens perancangan ini merupakan Generasi Z kelahiran tahun 1997-2012. Hasil dari perancangan ini terbentuklah zine komik berjudul "Nenek Gaul Ngomik!" yang menggunakan visual pop-youth dengan warna cerah, gaya playful, ekspresif, dan relate dengan Generasi Z. Melalui zine komik ini pembaca diajak mengenal kembali beberapa peribahasa yang dapat membentuk moral generasi muda. Uji coba terbatas dilakukan untuk mengetahui Tingkat kelayakan media, dilakukan kepada 30 orang Generasi Z kelahiran Tahun 1997-2012 dan menghasilkan presentase kelayakan sangat baik dengan saran-saran perbaikan. Diharapkan penyampaian zine komik ini dapat dipahami dan penyampaiannya diterima oleh pembaca.

Kata Kunci: Zine Komik, Peribahasa, Edukasi Moral, Generasi Z

ABSTRACT: *The rapid development of digital technology has changed the behavior and lifestyle of the younger generation, especially Generation Z. The impact of these changes can be seen from the use of concise language, Generation Z has lost interest in the language taught from generation to generation. In addition, several factors and circumstances have caused the moral decline of Generation Z. Proverbs can bridge the reintroduction of moral values from previous generations to the younger generation. To reintroduce proverbs to Generation Z requires visual media that tends to be more attractive and the information can be accepted more quickly. One of them is comic zine media as an alternative. This research uses the design thinking method and the 5W+1H data analysis method. The target audience of this design is Generation Z born in 1997-2012. The result of this design is a comic zine entitled "Nenek Gaul Ngomik!" which uses pop-youth visuals with bright colors, a playful, expressive style, and relates to Generation Z. Through this comic zine, readers are invited to re-acquaint themselves with several proverbs that can shape morals of the younger generation. A limited trial was conducted to determine the level of media suitability, conducted on 30 Generation Z individuals born between 1997 and 2012 and resulted in a very good feasibility percentage with suggestions for improvement. It is hoped that the delivery of this comic zine can be understood and its delivery accepted by the readers.*

Keywords: *Comic Zine, Proverbs, Moral Education, Generation Z*

PENDAHULUAN

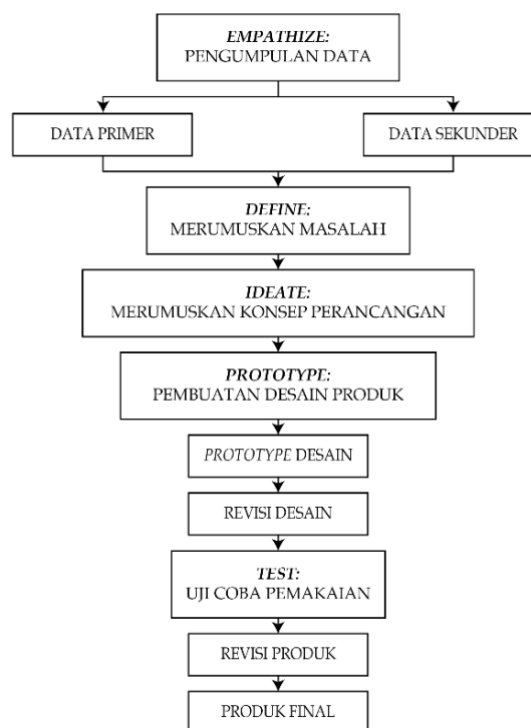
Perkembangan arus digital yang pesat membawa pengaruh signifikan terhadap karakteristik Generasi Z (Gen Z), yang sangat mengutamakan fleksibilitas, kenyamanan, dan efisiensi waktu dalam beraktivitas (Oktavia Ramadhani, 2025). Karakteristik ini turut memicu pergeseran bahasa, di mana norma kebahasaan formal mulai tergantikan oleh bahasa gaul atau slang digital yang dinilai lebih ringkas dan blak-blakan (Apyunita & Asdah, 2025). Akibatnya, kesantunan berbahasa mengalami penurunan (Ningsih & Fatmawati, 2024), dan menurut Rosa Afrina Saputri (2023), generasi muda mulai kehilangan minat pada warisan budaya tutur seperti peribahasa tradisional yang kini dianggap kuno karena sifatnya yang menggunakan kalimat kiasan.

Di sisi lain, maraknya budaya digital juga berdampak pada penurunan moral remaja akibat hilangnya kontrol diri (Hermawan & Herman, 2025). Padahal menurut Jonathan Alfrendi (2020), peribahasa merupakan kekayaan bangsa yang sarat akan nilai moral, nasihat, dan sarana pembentukan budi pekerti. Fenomena krisis moral dan kebahasaan ini diperparah oleh metode pembelajaran di sekolah yang masih konvensional berbasis buku teks, sehingga memicu kebosanan dan kurang efektif bagi siswa (Suci Dahlya Narpila et al., 2024). Mayer (2009) mengatakan sebagai generasi yang berbasis visual, Gen Z membutuhkan integrasi saluran verbal dan visual untuk mempermudah pemahaman konsep.

Melihat kesenjangan tersebut, diperlukan sebuah media alternatif yang adaptif terhadap preferensi Generasi Z. *Zine* berbentuk komik dipilih sebagai solusi karena sifatnya yang fleksibel, populer di kalangan muda, dan mampu menyampaikan pesan secara visual. Melalui perancangan *zine* komik ini, materi peribahasa dan pendidikan moral diharapkan dapat dikemas secara ringan dan menyenangkan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media pembelajaran edukasi moral interaktif yang efektif sekaligus menjadi upaya pelestarian budaya peribahasa tradisional di era digital bagi Generasi Z.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Perancangan ini menggunakan metode design thinking dengan lima tahapan yang dijabarkan oleh (Design et al., 2017). Metode design thinking digunakan dalam perancangan ini karena berorientasi kepada pengguna (human-centered), dengan pendekatan utama yang sesuai pada karakter perancangan desain komunikasi visual yang menuntut proses kreatif, sistematis, dan berbasis empati terhadap audiens. Lima tahap design thinking ini juga memberikan fleksibilitas dalam proses eksploratif, *iterative*, dan *evaluative*, sehingga perancangan dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik Generasi Z yang menjadi target utama media ini.



Gambar 1. Skema Perancangan (Sumber: Putri, 2026)

Empathize merupakan tahap awal yang dibutuhkan untuk memahami karakteristik audiens, Generasi Z kelahiran 1997-2012, melalui informasi mendetail yang didapatkan dari kuesioner dan kepustakaan sebagai sumber datanya. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring untuk menangkap persepsi target audiens, sementara data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan mengenai prinsip desain, tipografi, serta teori peribahasa dan moral.

Langkah berikutnya merupakan *define* untuk membuat ringkasan berisi tujuan spesifik yang ingin dicapai melalui desain, memuat tujuan visualisasi dan menggunakan metode analisis data 5W+1H untuk merumuskan tujuan visualisasi dan strategi komunikasi yang relevan dengan keseharian Generasi Z.

Memasuki tahap *ideate*, dikembangkan konsep kreatif berupa gaya visual *pop-youth* yang ekspresif dengan penggunaan palet warna *colorful pastel* serta tipografi kombinasi *handwriting* dan *sans serif*. Karakter utama “Mak Pebi” dirancang sebagai representasi tokoh edukatif yang *relatable* bagi audiens Generasi Z.

Konsep tersebut kemudian diwujudkan dalam tahap *prototype* berupa *zine* komik fisik berukuran A5 yang dicetak pada kertas *Art Paper* dan *Brief Card*.

Tahap terakhir *test* melibatkan uji validasi oleh ahli media menggunakan instrumen skala Likert untuk mengukur kelayakan aspek desain, bahasa, dan konten. Selain itu, dilakukan pula uji coba terbatas kepada 30 responden Generasi Z untuk mengevaluasi efektivitas media dalam menyampaikan pesan moral sebelum dihasilkan produk final yang siap dipublikasikan.

KERANGKA TEORETIK

1. Zine Komik

Menurut Duncombe (1997), *zine* didefinisikan sebagai majalah non-komersial dan non-profesional dengan sirkulasi kecil yang diproduksi serta didistribusikan secara mandiri oleh kreatornya. Fachrozi (2022) mengatakan, sebagai media subkultur, *zine* menawarkan kebebasan ekspresi dalam hal konten, tata letak, hingga gaya visual, sehingga efektif untuk menyampaikan informasi atau isu tertentu kepada generasi muda. Sementara itu McCloud (1993) menjabarkan komik sebagai sekumpulan gambar sekuensial yang disandingkan untuk menyampaikan informasi secara estetis, di mana visual membantu otak memproses teks lebih cepat dibandingkan buku teks biasa. Kombinasi keduanya dalam bentuk *zine* komik menjadi media alternatif yang menarik untuk menyampaikan pesan edukatif secara ringan dan menyenangkan.

2. Media Edukasi Visual

Media edukasi visual merupakan alat grafis atau elektronis yang digunakan untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal. Dalam sistem komunikasi interaktif, multimedia pembelajaran yang terintegrasi (teks, gambar, audio) dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan (Al-Ta’idib, 2013). Hal ini didukung oleh teori *dual coding* Paivio (1990) yang menyatakan bahwa informasi akan lebih stabil tersimpan dalam memori jangka panjang apabila disampaikan melalui kombinasi saluran verbal dan visual secara bersamaan.

3. Pendidikan Karakter

Pendidikan karakter adalah usaha sadar dan terencana untuk menanamkan nilai-nilai moral serta etika kepada peserta didik agar mereka mampu memahami, menghayati, dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan utamanya adalah membentuk individu yang tidak hanya unggul secara intelektual, tetapi juga memiliki akhlak mulia dan potensi dasar untuk senantiasa berpikir, berhati, serta bertindak baik dalam lingkungan sosial (Moral et al., 2025).

4. Peribahasa

Menurut Koentjaraningrat (1984), peribahasa merupakan salah satu bentuk ekspresi budaya yang mengandung nilai moral, sosial, dan estetika yang diwariskan secara turun-

temurun. Aman (1978) mengatakan bahwa penggunaan peribahasa atau pepatah dinilai sebagai cara yang lebih indah dan lembut dalam menyampaikan nasihat, pujian, maupun sindiran dibandingkan komunikasi langsung. Dalam konteks pendidikan, peribahasa berfungsi sebagai instrumen pembentukan budi pekerti dan pandangan hidup masyarakat.

5. Generasi Z

Generasi Z kelahiran 1997-2012 adalah generasi *digital native* yang sejak dini telah terpapar internet, sehingga mereka menjadi individu yang hiperkognitif dan mahir mengintegrasikan pengalaman virtual dengan realitas luring (Francis & Hoefel, 2018). Karakteristik utama generasi ini adalah kecenderungan untuk belajar dan berpikir secara visual, cepat, serta menyukai aktivitas *multitasking* (Prensky, 2001). Oleh karena itu, mereka lebih nyaman menyerap informasi melalui media yang interaktif, kreatif, dan bersifat multimedia dibandingkan metode pembelajaran tradisional yang bersifat konvensional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Empathize*

Pada tahap awal, diidentifikasi bahwa target audiens utama adalah Generasi Z kelahiran 1997-2012 yang memiliki karakteristik sebagai *digital native* yang hiperkognitif dan lebih nyaman menyerap informasi visual dibandingkan teks konvensional. Berdasarkan hasil kuesioner kepada responden dengan usia dominan 24 tahun, ditemukan bahwa meskipun Generasi Z menganggap peribahasa penting, mereka menilainya sebagai hal yang kuno karena penggunaan gaya bahasa dan kosakata sastra yang sulit dipahami serta jarang digunakan dalam keseharian. Oleh karena itu, mereka membutuhkan media pembelajaran yang menggunakan gaya bahasa yang lucu, santai, dan relevan dengan topik modern.

2. *Define*

Melalui analisis 5W+1H, ditetapkan tujuan perancangan untuk mengenalkan kembali nilai moral melalui peribahasa secara modern agar dapat membentuk karakter positif Generasi Z di era digital. Visualisasi difokuskan pada penyampaian pesan peribahasa yang diintegrasikan dengan fenomena keseharian melalui pendekatan tokoh utama “Mak Pebi” agar informasi terserap lebih cepat. Media ini dirancang dalam bentuk cetak.

3. *Ideate*

Tahap ini menghasilkan konsep kreatif dengan tema modern, ekspresif, dan playful menggunakan pendekatan visual *pop-youth*. Pendekatan ini efektif dalam menarik perhatian terutama pada media edukasi ringan. Selain itu juga menggunakan pendekatan visual ilustratif-naratif, komik digunakan sebagai media penyampaian cerita dan visual menguatkan pesan moralnya.

a. *Tone warna*



Gambar 2. Tone Warna (Sumber: Putri, 2026)

Tone warna yang digunakan adalah warna *colorful pastel*, mengacu pada warna dengan intensitas *dull*. 54,5% dari 66 responden dalam kuesioner Survei Persepsi Generasi Z terhadap Peribahasa dan Media Zine Komik “Nenek Gaul Ngomik!” memilih warna *colorful pastel* yang terkesan *playful* dan *youth*.

b. Tipografi



Gambar 3. Font Baby Doll dan Montserrat (Sumber: Putri, 2026)

Jenis tipografi yang digunakan adalah *handwriting* untuk halaman komik, sedangkan *sans serif* untuk *headline* dan halaman informasi peribahasa dan pesan moral. *Handwriting* berbentuk tulisan tangan yang mudah dibaca juga berkesan lucu dan menyenangkan, sedangkan *sans serif* memberi keterbacaan informasi yang lebih bersih dan cepat. Nama *font handwriting* yang digunakan adalah “Baby Doll” dan “Montserrat” untuk font *sans serif*.

c. Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan dalam perancangan ini adalah gaya desain yang kartun dan ekspresif. Gaya desain kartun berbentuk 2 dimensi, kesan ekspresif terdapat pada penggunaan warna yang *colorful*, bentuk dan ekspresi karakter yang dinamis, serta panel komik yang ekspresif tidak monoton. Gaya desain yang ekspresif juga memberi kesan modern dan mendukung *zine* yang bersifat personal, serta disukai oleh Generasi Z yang *antimainstream*.

d. Peribahasa yang Digunakan

Terdapat 5 peribahasa yang digunakan dan diambil berdasarkan pesan moral yang relevan dengan keseharian generasi Z. Berikut 5 peribahasa yang akan digunakan beserta relevansinya:

Tabel 1. Peribahasa dan Artinya

No.	Peribahasa	Relevansi
1.	Sedikit-sedikit, lama-lama menjadi bukit	Konsistensi yang dilakukan sebagai proses mencapai tujuan
2.	Tong kosong nyaring bunyinya	Kurang berilmu biasanya banyak omong untuk menutupi kekosongannya
3.	Bagai bara dalam sekam	Perbuatan jahat atau buruk yang tidak nampak
4.	Bagai air di daun talas	Tidak punya pendirian atau berubah-ubah
5.	Berat sama dipikul, ringan sama dengan dijijing	Pekerjaan yang berat akan terasa ringan jika dikerjakan secara bersama-sama

e. Konsep Background Story

Cerita disusun untuk menghadirkan tokoh “Nenek Gaul” sebagai jembatan komunikasi antar-generasi. Konflik utama yang diangkat adalah fenomena penurunan penggunaan bahasa peribahasa dan degradasi moral di kalangan generasi Z. Narasi disampaikan melalui pendekatan humor, bahasa keseharian, dan topik terkini agar pesan edukasi tidak terkesan menggurui.

f. Konsep Perancangan Zine Komik

Zine komik ini menggunakan gaya visual kartun 2D yang ekspresif dengan penerapan *circus layout*, yaitu tata letak dinamis yang tidak terpaku pada aturan kaku untuk menonjolkan kesan santai. Media utama berupa buku fisik berukuran A5 yang dicetak pada kertas *Art Paper* (Kover) dan *Brief Card* (isi). Pendekatan visualnya menggunakan gaya *pop-youth* yang cerah dan relevan dengan gaya hidup digital.

g. Konsep Karakter

Karakter utama digunakan sebagai identitas dan sarana komunikasi zine komik “Nenek Gaul Ngomik!” agar audiens mendapatkan pendekatan emosional dan mengingat pesan yang terkandung di dalam zine komik.

Sesuai judul zine komik “Nenek Gaul Ngomik!”, karakter utama yang dirancang adalah seorang nenek gaul yang beprofesi sebagai komikus yang peduli dan senang bergabung dengan generasi muda terutama Generasi Z, ia mengenalkan moral melalui peribahasa yang dibuat menjadi komik. “Mak Pebi” adalah nama karakter nenek gaul, merupakan singkatan dari “Makna Peribahasa Bijak”. Mak Pebi dirancang dengan gaya visual kartun dan berpenampilan selayaknya Generasi Z, hal ini dibuat agar audiens merasakan relevansi terhadap gaya hidupnya sehingga pendekatan emosional akan terbuat.

Selain maskot nenek gaul, Mak Pebi, terdapat karakter pendamping, yaitu “Wana” sebuah tas *plushie* yang selalu bersama dengan Mak Pebi. Wana berbentuk awan sebagai representasi tumbuhnya pemikiran manusia. Bentuk *plushie* digunakan karena sedang tren di

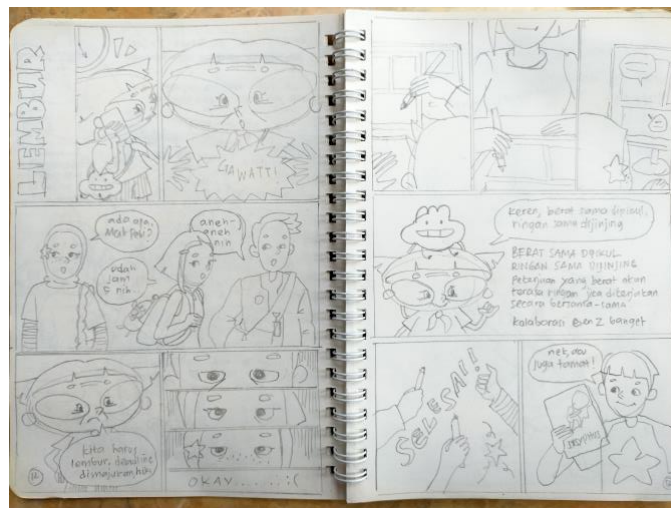
kalangan Generasi Z. Wana mendampingi Mak Pebi, sebagai karakter yang tanggap dan ekspresif saat Mak Pebi mengutarakan peribahasa dan pesan moral kepada Generasi Z. Karakter pendamping lainnya diantaranya adalah Repal, cucu Mak Pebi, dan tiga karyawan studio komik bernama Beni, Jazz, dan Sheila sebagai pendukung cerita.

4. *Prototype*

Tahap *prototype* merupakan langkah krusial untuk mewujudkan ide kreatif ke dalam bentuk fisik yang dapat dievaluasi kelayakannya. Proses ini dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama: *thumbnail* (sketsa kasar), *tight tissue* (desain digital awal), hingga dihasilkan *final design* yang siap diuji.

a. Tahap *Thumbnail*

Perancangan dimulai dengan pembuatan *thumbnail* untuk memvisualisasikan ide awal secara garis besar. Sketsa ini dibuat secara manual menggunakan pensil dan kertas untuk menentukan tata letak kover, profil karakter, penempatan panel komik, hingga halaman kamus bahasa gaul.



Gambar 4. Thumbnail Halaman Komik Peribahasa: FOMO (Sumber: Putri, 2026)

b. Tahap *Tight Tissue*

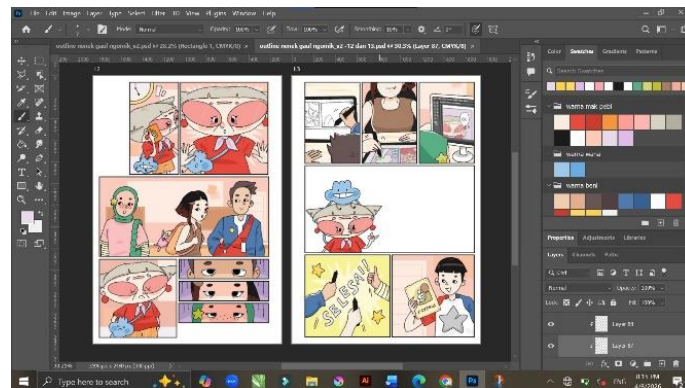
Pada tahap ini, sketsa kasar dikembangkan menjadi desain digital menggunakan perangkat lunak *Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator* dengan tiga sub-proses:

Tahap pertama yang dilakukan adalah *lining* dengan *software Adobe Photoshop* menggunakan *Brush tool* untuk *tracing* sketsa kasar, memberi *margin* dengan fitur *New Guide Layout*, dan menyusun panel menggunakan *Rectangel tool*.



Gambar 5. Proses Lining (Sumber: Putri, 2026)

Tahap kedua yaitu *coloring* menggunakan *software Adobe Photoshop* dengan menggunakan *Brush tool* dan *Lasso Tool*. *Color palette* dibentuk pada fitur *Color Swatches*.



Gambar 6. Proses Coloring (Sumber: Putri, 2026)

Tahap ketiga yaitu pemberian teks yang dilakukan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Teks diketik menggunakan *Type tool*. Selain itu balon kata juga dibuat menggunakan *Rectangel tool* dan efek *Zig-Zag*.



Gambar 7. Proses Pemberian Teks (Sumber: Putri, 2026)

c. Uji Validasi dan Revisi Desain

Setelah desain awal selesai, dilakukan uji validasi oleh ahli media untuk mengukur kelayakan aspek desain, bahasa, dan konten. Hasil validasi mencapai presentase 94,23%

(Sangat Baik), namun terdapat masukan penting untuk melakukan revisi pada tampilan panel peribahasa. Validator menyarankan agar bagian penjelasan makna peribahasa lebih ditonjolkan dibandingkan panel komiknya agar pesan moral lebih tersampaikan. Revisi dilakukan dengan menghilangkan garis panel konvensional dan menggantinya dengan penggunaan latar warna cerah yang kontras.

Tabel 2. Indikator Kelayakan

No.	Presentase	Kategori Kelayakan
1.	0-25%	Kurang
2.	26-50%	Cukup
3.	51-75%	Baik
4.	76-100%	Sangat Baik

- Total Skor Maksimal : 26 indikator *4= 104
- Skor Aktual : 98
- Presentase Kelayakan : $(98/104) \times 100\% = 94,23\%$
- Klasifikasi Hasil : Sangat baik



Gambar 8. Halaman Panel Peribahasa yang Telah Direvisi (Sumber: Putri, 2026)

d. Tahap *Final Design*

Hasil akhir dari tahap ini adalah media utama *zine* komik fisik berukuran A5 (14,8 cm x 21 cm) yang dicetak pada kertas *Art Paper* 260 gsm untuk kover dan *Brief Card* 150 gsm untuk halaman isi. Produk final berjudul “Nenek Gaul Ngomik!” ini terdiri dari 16 halaman yang mencakup konten edukasi lima peribahasa yang dikemas dengan cerita keseharian Generasi Z.



Gambar 9. Media Utama Zine Komik "Nenek Gaul Ngomik!" (Sumber: Putri, 2026)

Selain media utama juga terdapat media pendukung. Media Pendukung merupakan media tambahan yang digunakan untuk melengkapi informasi media utama. Media pendukung dapat berupa media cetak seperti *merchandise*. Beberapa media pendukung yang digunakan adalah:



Gambar 10. Gantungan Kunci (Sumber: Putri, 2026)

Gantungan kunci berupa gantungan kunci akrilik karakter utama. Gantungan kunci dapat meningkatkan minat pembaca *zine* komik “Nenek Gaul Ngomik!” dan menjadi media promosi jika membeli *zine* komiknya, selain itu karakter utama yang digunakan dapat mengingatkan kembali pada edukasi peribahasa dan nilai moral.



Gambar 11. Stiker (Sumber: Putri, 2026)

Stiker dapat digunakan untuk media promosi saat pembelian *zine* komik “Nenek Gaul Ngomik!”. Stiker dapat ditempelkan dimanapun dan berfungsi sama dengan gantungan kunci.



Gambar 12. Map (Sumber: Putri, 2026)

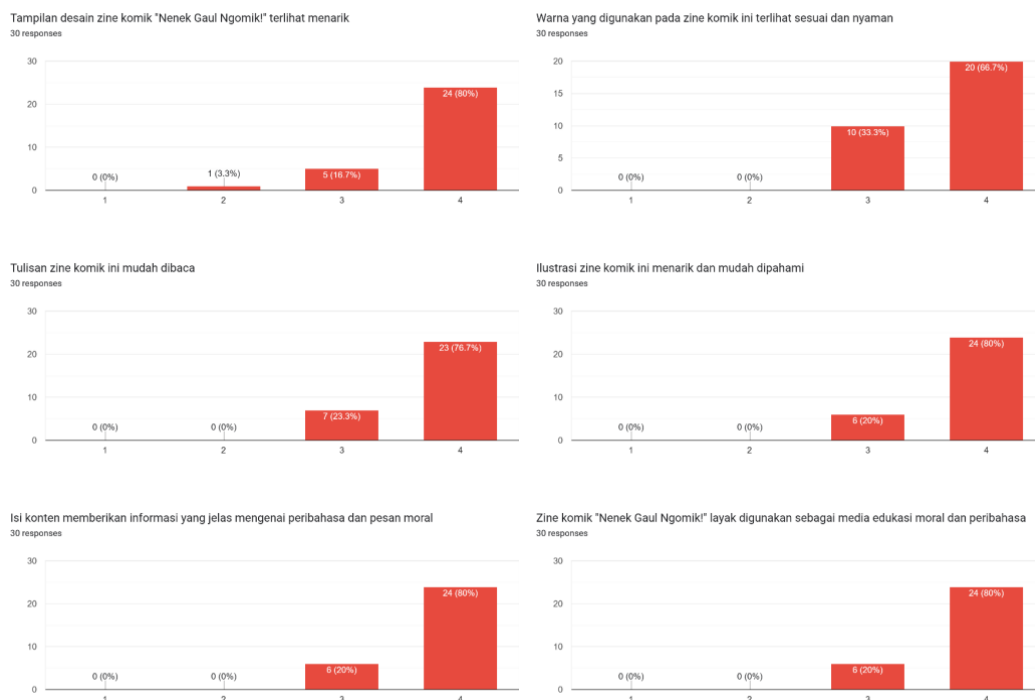
Map dapat digunakan untuk menyimpan *zine* komik “Nenek Gaul Ngomik!”. Map dapat dikombinasikan dengan stiker untuk ditempel secara mandiri.



Gambar 13. Kaos (Sumber: Putri, 2026)

Seperti halnya gantungan kunci dan stiker, kaos juga memiliki fungsi sebagai media promosi *zine* komik “Nenek Gaul Ngomik!” serta menjadi media yang digunakan untuk penyampaian pesan peribahasa dan moral saat dipakai dan dibaca oleh yang melihatnya.

5. Test



Gambar 14. Hasil Uji Coba Terbatas (Sumber: Putri, 2026)

Hasil dari uji coba terbatas kepada 30 responden Generasi Z kelahiran 1997-2012 dengan 6 pertanyaan menunjukkan hasil yang sangat positif, di mana mayoritas responden sangat setuju bahwa tampilan desain (80%), warna (66,7%), tulisan (76,7%), ilustrasi (80%), isi konten (80%), dan kelayakan *zine* komik (80%) sudah menarik, mudah dipahami, serta memberikan informasi moral yang jelas. Hasil ini membuktikan bahwa *zine* komik “Nenek Gaul Ngomik!” efektif dan layak digunakan sebagai media edukasi moral di era digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan *zine* komik “Nenek Gaul Ngomik!” berhasil mengintegrasikan elemen teks dan visual menjadi media edukasi moral yang efektif bagi Generasi Z. Melalui pendekatan visual kartun yang ekspresif dan relevan dengan gaya hidup target audiens, media ini mampu mengemas pesan moral dari peribahasa tradisional secara modern. Proses perancangan yang menerapkan metode *Design Thinking* (*empathize, define, ideate, prototype, hingga test*) telah menjamin ketercapaian tujuan perancangan, mulai dari penentuan konsep visual-verbal hingga pemilihan material produksi. Berdasarkan hasil validasi ahli media dan uji coba terbatas kepada 30 responden Generasi Z, *zine* komik ini dinyatakan sangat layak untuk digunakan sebagai sarana pengenalan kembali warisan budaya peribahasa sekaligus media pembentuk karakter positif bagi generasi muda di era digital.

Guna meningkatkan kualitas perancangan di masa depan, disarankan untuk melakukan riset yang lebih mendalam mengenai konten edukasi moral dan linguistik peribahasa dengan melibatkan ahli materi agar substansi yang disampaikan semakin kuat. Selain itu, distribusi media sebaiknya lebih dioptimalkan melalui platform digital dan media sosial agar jangkauan aksesnya lebih luas dan selaras dengan karakteristik perilaku Generasi Z yang hiperkognitif. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menjadikan hasil perancangan ini sebagai referensi untuk mengembangkan inovasi media pembelajaran dengan topik budaya lainnya agar tetap lestari di tengah arus digitalisasi.

REFERENSI

- Al-Ta'dib. (2013). 2013 Vol. 6 No. 2 Juli - Desember PEMBELAJARAN MULTIMEDIA Jurnal Al-Ta'dib. Pembelajaran Multimedia, 6(2), 84-98.
- Alfrendi, J. (2020). Pengertian, Fungsi, dan Jenis-Jenis Peribahasa dalam Bahasa Indonesia. Bobo.id. https://bobo.grid.id/read/082233306/pengertian-fungsi-dan-jenis-jenis-peribahasa-dalam-bahasa-indonesia?page=all#goog_rewarded diakses pada tanggal 5 Oktober 2025.
- Aman, Aman. (1978). 500 Pepatah. Proyek Penerbitan Buku Sastra Indonesia dan Daerah. Jakarta.
- Apyunita, D., & Asdah, A. N. (2025). Reperesentasi Bahasa Gaul pada Generasi Z di Media Sosial Instagram. DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra, 5(2), 1080-1086. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v5i2.1608>
- Design, T. H. E., Method, T., & Stages, I. T. S. (2017). The design thinking method and its stages. 6(6), 247-255.
- Duncombe, S. (1997). Notes from Underground: Zines and the politics of Alternative Culture. Verso.
- Fachrozi, M. F. (2022). Zine dan Hal Mendasarnya. Medium. <https://medium.com/@peladipress/apa-itu-zine-7fbd0d9b726f> diakses pada tanggal 16 Oktober 2025.

- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). ‘ True Gen ’: Generation Z and its implications for companies.
- Hermawan, A. R., & Herman, S. (2025). KHARISMA : JURNAL ILMIAH TEOLOGI Konseling Alkitabiah Jay E . Adams sebagai Strategi Pendidikan Moral Kontekstual bagi Generasi Z di Era Digital. 6(1), 87–104.
- Koentjaraningrat.(1984). Kebudayaan Jawa.Balai Pustaka. Jakarta
- Mayer, R. E. (2009). Multimedia learning (2nd ed.). Cambridge University Press.
- McCloud, S., & Martin, M. (1993). Understanding comics: The invisible art (Vol. 106). Northampton, MA: Kitchen sink press.
- Moral, P., Permana, D., Rahman, A., & Wildan, D. (2025). Landasan Teori Pendidikan Karakter dalam Perspektif Teori. 7(2), 215–223.
- Ningsih, R., & Fatmawati, F. (2024). Realitas Kesantunan Berbahasa Gen-Z di Era Digital. 10(1), 215–224.
- Oktavia Ramadhani, K. (2025). Generasi Z dan Transformasi Gaya Hidup Sehat di Era Digital. Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3, 1. <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/generasi-z-dan-transformasi-gaya-hidup-sehat-di-era-digital-21yfPMGhwT9/full>
- Paivio, A. (1990). Mental Representations: A Dual Coding Approach. Oxford University Press. New York.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently? On the Horizon: The International Journal of Learning Futures, 9(6), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>
- Saputri, R.A. (2023). Penggunaan Peibahasa di Era Gen Z. Scribd. <https://www.scribd.com/document/642421510/Penggunaan-Peribahasa-di-Era-Milenial> diakses pada tanggal 9 Oktober 2025.
- Suci Dahlya Narpila, Dinda Dyah Pitaloka, Rizky Ramadhan, & Abdul Muttaqin Rusydi. (2024). Perbandingan Kegiatan Pembelajaran Konvensional dan Pembelajaran Berbasis Teknologi Terhadap Hasil Belajar Siswa (Studi Kasus pada Kls VIII A SMP Cerdas Bangsa, Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang). Jurnal Nakula : Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial, 3(1), 210–220. <https://doi.org/10.61132/nakula.v3i1.1501>