

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penciptaan

DKI Jakarta adalah provinsi padat menurut PBB dengan aktifitas manusia sebanyak 41 juta jiwa yang berasal dari kota di sekitarnya juga, sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pemerintahan (Susanto, 2025). Jumlah penduduk resmi secara administratif Jakarta pada semester satu 2025 terdapat 11 juta jiwa (Dukcapil Jakarta, 2025). DKI Jakarta memiliki total luas wilayah sebesar 662 km² dengan populasi mencapai 10,5 juta penduduk dan kepadatan penduduk yang sangat tinggi, yaitu 15.955/km² (SCIP Bappenas, 2025). Daerah yang luas dan penduduk yang padat munculnya moda transportasi yang bisa membawa banyak masyarakat sekaligus ketempat tujuannya di Jakarta. Salah satu transportasi tersebut adalah Transjakarta. Transjakarta adalah sistem transportasi yang menggunakan sistem *Bus Rapid Transit*. Sistem ini dirancang untuk membantu masyarakat Jakarta dalam berpergian. TransJakarta sudah beroperasi sejak tahun 2004. Transjakarta adalah salah satu program unggulan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam upaya pengembangan angkutan umum berbasis BRT (Sinaga et al., 2020). Pada tahun 2024 Transjakarta telah melayani 371,4 juta pelanggan, dengan rata-rata lebih dari satu juta pelanggan per hari

Banyaknya pengguna Transjakarta menjadikannya sebagai tempat beragam individu bertemu sehingga bisa menciptakan interaksi positif dan negatif. Transjakarta telah menerima laporan pelecehan seksual, dengan mayoritas korban adalah

penumpang perempuan. Selain kasus pelecehan ada juga kasus kecil sampai yang lumayan parah (Komnas Perempuan, 2022). Kasus seperti menyelak antrian, tidak memberikan jalan saat turun dari bus, pencurian, menaruh barang di tempat duduk, makan dan minum dalam bus, kursi prioritas, barang hilang masih banyak keluhan dari penumpang lain seperti itu di media sosial. Hal itu bisa terjadi karena kesesakan menimbulkan perilaku agresi yang artinya semakin tinggi kesesakan maka semakin tinggi pula perilaku agresi pada pengguna Bus Transjakarta dan begitu pula sebaliknya (Fadhillah, 2020). Kasus-kasus barusan bisa mengurangi rasa aman, nyaman dan keselamatan pengguna bus Transjakarta.

Etika dan *public manner* yang baik sangat penting untuk menjaga keharmonisan, membangun hubungan positif, dan menciptakan kenyamanan bersama di masyarakat (Khotimah & Slam, 2024). Tata tertib merupakan peraturan, norma dan etika yang mengikat seluruh anggota masyarakat. Aturan ini berlaku dalam keteraturan terhadap tata tertib, meliputi kewajiban, keharusan, dan larangan (Utomo, 2019). Penegakan aturan di ruang publik sangat bergantung pada kesadaran penggunanya. Konteks Transjakarta, tantangan sekaligus peluang ini sekarang berada di tangan generasi Z. Menurut PT Transjakarta generasi Z dengan usia 18–25 tahun sebagai generasi yang mendominasi sebanyak 42% penggunaan bus Transjakarta pada tahun 2023 (Transjakarta, 2023). Januari tahun 2026 Transjakarta mengalami pertumbuhan dari jumlah penumpang yang masih didominasi generasi Z sebanyak 49,8% disusul milenial dan generasi lainnya (AL-Hamasy, 2026). Generasi Z sendiri adalah yang Lahir dari tahun 1997-2012 memiliki ciri kemahiran menggunakan teknologi (Badan pusat statistik Indonesia, 2025). Sebagai mayoritas, Generasi Z memiliki kemampuan

untuk menciptakan *herd effect*. *Herd effect* adalah Kondisi dimana seseorang akan mengikuti atau menyesuaikan norma yang berlaku dalam kelompok mayoritas (Pahlevi, 2025). Penumpang Transjakarta dari generasi lain secara tidak langsung bisa terdampak dari *herd effect* tersebut.

Dominasi generasi Z dalam Transjakarta ini secara otomatis menuntut perubahan cara berkomunikasi. Karena kelompok ini sangat akrab dengan dunia digital, media informasi mengenai tata tertib harus mudah diakses melalui *platform* daring dan luring yang mereka gunakan sehari-hari. media secara sederhana merupakan segala bentuk alat yang dapat menyajikan dan menginformasikan pesan di dalamnya sebagai alat untuk belajar (Saleh et al., 2023). Secara umum, media informasi adalah alat yang digunakan untuk memproses dan menyebarkan informasi agar bisa dipahami serta bermanfaat bagi penerima. Pada media informasi Transjakarta dari laman *instagram* dan rambu sudah menginformasikan tata tertib tetapi masih bersifat peringatan dan pemberitaan setelah pelanggaran terjadi seperti kasus pelecehan dan pencurian. Kekurangan dari media tersebut adalah bagaimana tata tertib yang tidak berhubungan dengan pelecehan atau pencurian memiliki kesan disepelekan diberikan kewajaran bagi pelanggar.

Analisa yang serupa lakukan terkait kasus tata tertib biasa seperti tidak memberikan fasilitas prioritas, makan-minum di dalam bus, tombol darurat, dorong-dorongan dan sikap egois sesama penumpang masih dinormalisasi terbukti dari keluhan penumpang lain di media sosial seperti *instagram*, X, *facebook* dan pemberitaan. Media yang bisa menggambarkan tapi juga familiar dan tidak kaku untuk gen Z dibutuhkan berdasarkan wawancara dengan penumpang Transjakarta. Media

informasi seperti sosial media juga dapat membantu individu membangun konsep diri yang realistis dengan memperhatikan batasan sosial (Nurlaila et al., 2024). Media informasi Transjakarta yang memiliki peluang untuk beradaptasi tersebut salah satunya adalah komik. Transjakarta sudah menggunakan komik tetapi hanya untuk mempromosikan aplikasi Transjakarta dalam format digital dan cetak.

Landasan pemilihan media komik berdasarkan hasil penelitian terdahulu dengan judul Perancangan komik untuk menginformasikan kendaraan umum di kota ditulis oleh Okdi Rachmadian dan Patra Aditia, s.ds., m.ds. pada penelitian tersebut merancang komik untuk menyebarkan informasi terkait kendaraan umum apa saja dan trayeknya di jakarta. Komik adalah bacaan yang bisa membantu membentuk imajinasi karena disajikan dalam bentuk gambar dalam panel yang dilengkapi dengan teks yang menarik (Vidi et al., 2024). Komik juga bisa menjadi media pembelajaran yang sangat efektif untuk meningkatkan minat, motivasi, aktivitas, dan hasil belajar siswa serta mahasiswa (Puspananda, 2022). Wawancara yang sudah dilakukan saat uji coba calon pengguna diketahui mereka memiliki minat bca yang cukup baik untuk komik. Semakin besar tingkat *Reading for Pleasure* yang dimiliki oleh Pembaca komik digital LINE Webtoon, maka semakin tinggi pula tingkat empati yang mereka tunjukkan (Nur et al., 2023). Ditambah MRT angkutan umum berbasis kereta cepat sudah lebih dulu menggunakan komik sebagai media menyampaikan pesan tata tertib kepada penumpang. Berdasarkan pemaparan tentang komik tadi. Perupa menawarkan menggabungkan kekuatan teks dan gambar, komik tidak hanya menyampaikan aturan secara kreatif, tetapi juga bisa membangun budaya tertib di

kalangan generasi muda. Menggunakan penggambaran visual yang lebih jelas, tidak kaku dan *relatable*.

1.2. Perkembangan Ide Penciptaan

Perilaku penumpang Transjakarta menjadi fokus dari penelitian ini terkait informasi apa saja yang dapat meningkatkan kualitas pengguna Transjakarta. Ide penciptaan karya diawali dari media komik yang dapat memuat informasi dan pengetahuan dengan sangat menarik. Landasan pemilihan media dari penelitian terdahulu terkait kendaraan umum. Seperti komik Dr Stone komik yang berisikan pengetahuan sains yang biasanya dianggap membosankan dan sulit dipahami di komik Dr Stone itu semua menjadi sangat menarik untuk dibaca. Penggambaran dan bagaimana penyampaian komikus lewat komiknya membuat informasi yang biasanya membosankan menjadi mudah dicerna dan tidak membosankan. Selain itu, terdapat korelasi yang baik antara *Reading for Pleasure* dan tingkat empati dari para pembaca Didukung dari fakta minat baca generasi Z yang lebih besar dari generasi milenial dan generasi X (CNN Indonesia, 2026). Tingkat empati dari membaca komik seperti webtoon bisa meningkat karena *webtoon* memberikan cerita dan karakter yang *relate* dengan pembaca. Tingkat membaca gen Z yang lebih dibanding generasi lain membuat komik bisa menjadi media untuk meningkatkan empati pembaca. Karena itu dari observasi media informasi Transjakarta komik memiliki peluang untuk meningkatkan empati dan kesadaran pengguna Transjakarta generasi Z.

Proposal ini mengalami beberapa perbaikan judul berkat saran dosen saat mata kuliah studio desain. Judul pertama 12 Februari 2025 “komik digital sebagai media

membahas *bus rapid transit*”. Kelemahan dari judul ini hanya membuat komik online menyebabkan tidak bisa jika akan disalurkan ke tempat yang belum mendapat jaringan internet. Judul juga kurang jelas target pembacanya karena itu ganti ke judul kedua 1 Maret 2025 “komik sebagai media informasi bus rapid transit kepada pengguna generasi Z”. Kelemahan judul kedua konsep *bus rapid transit* terlalu luas untuk lokasinya tidak jelas ada di mana sistem BRT ada di kota-kota besar sehingga judul berganti. Judul ketiga 5 april 2025 “komik sebagai media informasi bus transjakarta kepada pengguna generasi Z” dengan begitu bisa membuat selain format online tapi juga konvensional lebih fokus pada satu tema dan berhubungan dengan masyarakat dan penulis sendiri. Tempat dan target pembaca jelas dan terarah. Perubahan judul kembali dilakukan setelah sempro 13 April 2026 karena fokus dari pembahasan komik masih belum jelas apa topiknya sehingga judul final diubah menjadi “Pengembangan komik sebagai media informasi tata tertib bus Transjakarta bagi pengguna Generasi Z”.

Komik yang perupa akan buat akan memiliki latar tempat berfokus pada halte dan di dalam bus Transjakarta. Perupa akan membuat komik yang bisa di akses secara konvensional dan digital agar bisa lebih menjangkau pembaca. Secara konvensional akan dilakukan seperti rambu dan petunjuk lainnya di pasang di area strategis agar bisa dilihat banyak penumpang. Komik digital bisa di masukan kedalam media sosial transjakarta seperti instagram, x, dan website. *Background* dari komik menggunakan foto tempat asli yang melalui proses *editing* sehingga sesuai dengan karakter. Perupa menemukan teknik *background* tersebut dari manga Oyasumi Punpun. Brush dan efek dari komik menggunakan *airbrush*. 3d asset juga

digunakan untuk menjaga proporsi karakter. Format pada penciptaan tugas akhir berupa menggunakan komik yang bisa menyesuaikan *platform* bisa komik digital dan komik konvensional. Latar dan suasana dalam komik menjadi point utama untuk menyampaikan pesan yang berfokus pada aktifitas di area bus Transjakarta.

1.3. Masalah penciptaan

Berdasarkan keresahan dan pelanggaran tata tertib TransJakarta di kalangan pengguna generasi Z serta kebutuhan media informasi yang relevan dengan karakteristik komunikasi visual generasi tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian penciptaan ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Bagaimana pengembangan konsep informasi tata tertib bus Transjakarta kepada pengguna generasi Z melalui komik?
- 1.3.2. Bagaimana karakteristik visual komik sebagai media informasi bus Transjakarta kepada pengguna generasi Z ?
- 1.3.3. Bagaimana proses pembuatan komik sebagai media informasi bus Transjakarta kepada pengguna generasi Z ?

1.4. Tujuan Penciptaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian penciptaan ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu sebagai berikut:

- 1.4.1. Mengembangkan konsep informasi tata tertib kepada pengguna bus Transjakarta generasi Z melalui komik.
- 1.4.2. Mewujudkan karakteristik visual sehingga mampu menyampaikan pesan kepada generasi Z pengguna bus Transjakarta.

1.4.3. Merancang proses pembuatan komik sebagai media informasi bus Transjakarta kepada pengguna generasi Z.

1.5. Fokus Penciptaan

1.5.1. Aspek Konseptual

Topik utama dalam karya perupa adalah generasi Z, sebagai mayoritas pengguna Transjakarta (AL-Hamasy, 2026). Membahas kescharian dan perilaku pengguna Transjakarta yang terkadang melakukan pelanggaran tata tertib baik disadari atau tidak. Hal itu bisa terjadi karena kurangnya informasi dan kebiasaan buruk yang di normalisasi. Transjakakarta sendiri memiliki media informasi ditial dan cetak yang tersebar di akun media sosial dan halte. Hanya saja masih maraknya kasus pelecehan, pencurian, tidak memberikan bangku prioritas, dan banyak kasus terkait tata tertib lain. Menunjukan kurangnya rasa peduli dan kesadaran penumpang Transjakarta. Media sosial Transjakarta dengan jumlah view yang cukup jika kasus yang dibahas adalah pemberitaan terjadi pelecehan. Kekurangan dari media itu adalah bagaimana tidak menggambarkan sebelum pelaku ditangkap dan bagaimana modusnya secara jelas kepada para penumpang. Sehingga penumpang tahu adanya pelecehan tetapi kurang memiliki informasi dengan perkembangan modus saat ini. Media yang akan dibuat perupa berisikan metode dari pelaku secara jelas sehingga dapat menambah kewaspadaan penumpang. Kasus yang dinormalisasi seperti penyalahgunaan fasilitas prioritas, makan dan minum dalam bus, dorong-dorongan, berisik, dan keluhan lainnya kurang disuarakan. Padahal keluhan terus terjadi di media sosial walaupun belum darurat tapi

sudah mengganggu kenyamanan penumpang. Sebab itu yang membuat perupa membuat media informasi. Sebagai kesadaran dan pencegahan perilaku buruk melanggar tata tertib di normalisasi oleh generasi Z pengguna bus Transjakarta. Media yang perupa akan buat bisa masuk dalam format cetak dan digital agar lebih mudah di akses dan banyak pembaca dari generasi Z. Kenapa generasi Z, karena sebagai mayoritas gen Z dapat mempengaruhi generasi lain di lingkungan Transjakarta. Mereka juga masih sering didapati menjadi korban dan pelaku dalam pelanggaran tata tertib bus Transjakarta. Mereka lebih sering berselancar di media sosial mencari hiburan dari pada membaca buku atau berita. Sehingga media informasi dapat berfungsi sebagai konten yang *relatable* dan tidak kaku untuk meningkatkan kewaspadaan dan menghadapi pelanggar tata tertib dalam Transjakarta sehingga tidak dinormalisasi.

1.5.2. Aspek Visual

Secara visual karya ini menyajikan komik dengan *background* tempat halte dan bus Transjakarta untuk membahas pengguna bus Transjakarta. Kampanye melalui ilustrasi dan percakapan dengan balon suara simpel yang memberikan pesan moral juga di tampilkan dalam ilustrasi yang mencerminkan kehidupan sehari-hari. *Style* komik disesuaikan dengan yang sedang trend. Desain karakter mewakili target generasi Z sebagai penumpang dan background foto asli yang melalui proses *edit* agar sesuai dengan desain karakter. Ekspresi karakter ditonjolkan karena menjadi sangat penting untuk menampilkan pesan yang akan diberikan.

1.5.3. Aspek Operasional

Aplikasi *clipstudio paint* digunakan untuk mengolah media komik. Sebagai media informasi untuk menyampaikan pesan berperilaku baik di dalam angkutan umum bus Transjakarta. Perupa menggunakan laptop Lenovo dan *pen tablet* Wacom CTL-472. Tahap akhir karya akan ada dalam 2 format yaitu cetak dan digital. Proses produksi komik akan terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan cerita dari media *online* dan generasi Z pengguna bus Transjakarta.
- b. Mendesain karakter dan memilih desain karakter.
- c. Membuat naskah cerita yang disatukan berdasarkan pengalaman dan cerita generasi Z pengguna bus Transjakarta.
- d. Dilanjutkan membuat *storyboard* cerita.
- e. Kemudian mengambil foto tempat sesuai *storyboard* dan naskah untuk menjadi latar tempat dalam cerita.
- f. Lalu memasuki tahap *lineart* dan *edit* foto untuk menjadi latar tempat cerita.
- g. Kemudian menambahkan warna dasar dan bayangan pada karakter.
- h. Lalu menyesuaikan background dengan karakter.
- i. Terakhir tambahkan efek, balon suara dan *text* komik selesai.

Setiap episode akan membahas karakter yang sedang berangkat, pulang atau berpergian menggunakan bus Transjakarta. Kemudian ada saja kejadian yang menjadi keresahan penumpang, yang dimasukkan kedalam cerita

Sehingga akan lebih mudah memasukan cerita dan pesan kedalam komik. Komik ini bisa di akses melalui komik digital instagram dan juga komik cetak konvensional seperti poster. Untuk komik cetak komik akan dipasang di sekitar halte tempat penumpang menunggu dan di dalam bus Transjakarta. Biaya produksi akan berfokus pada beban biaya listrik, ongkos, konsumsi ,cetak, dll

1.6. Manfaat penciptaan

Melalui penciptaan karya berupa *komik sebagai media informasi bus Transjakarta kepada pengguna generasi Z*, diharapkan dapat membawa manfaat-manfaat bagi beberapa pihak :

1.6.1. Bagi Pengguna Bus Transjakarta

Membaca komik sebagai hiburan secara rutin dapat meningkatkan rasa empati (Nur et al., 2023). Karya sebagai media informasi pengguna Transjakarta dapat menanamkan informasi dan kesadaran untuk mengurangi dan mencegah perilaku buruk atau pelanggaran tata tertib yang terjadi di dalam bus Transjakarta. Pesan moral pesan-pesan yang terkandung dalam komik tidak hanya bersifat peraturan tertulis tetapi juga tersirat yang akan memberikan perspektif berbeda dari mata orang lain jika melanggar tata tertib.

1.6.2. Bagi Perupa

Mengasah kemampuan mendesain konsep komik dan karakter. Membuat cerita dengan pesan moral. Dapat meningkatkan keahlian sendiri memperdalam wawasan karena riset yang dilakukan memberikan informasi tambahan mengenai bus Transjakarta bagi perupa. Menambahkan portofolio

sebagai tambahan pengalaman yang bermanfaat untuk pekerjaan di masa mendatang.

1.6.3. Bagi Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Jakarta

Eksplorasi media komik untuk pendidikan karakter menambah referensi tentang efektivitas komik dalam konteks pendidikan moral pengguna bus Transjakarta. Model praktik penciptaan *inovatif* menyajikan contoh metode *storytelling* dalam karya seni rupa, yang dapat dijadikan acuan atau inspirasi penelitian selanjutnya.

1.6.4. Bagi Pembaca Komik

Karya mampu menambah kesadaran pembaca pengguna bus Transjakarta maupun calon pengguna. memiliki kesadaran lebih tentang bagaimana cara bersikap saat menghadapi situasi tertentu di dalam angkutan umum tersebut. Sehingga dapat meningkatkan kualitas diri pembaca setelah membaca komik.