

REPRESENTASI NILAI-NILAI PANCASILA BERDASARKAN BUTIR PANCASILA PADA AKTIVITAS REMAJA WIBU INDONESIA DALAM KOMIK DIGITAL

Agustina Chairani¹, M.C. Wara Candrasari², Rizki Taufik Rakhman³
Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta
E-mail: [*aguschairani@gmail.com](mailto:aguschairani@gmail.com)¹

ABSTRAK

Penyebaran budaya populer Jepang telah menyebar luas ke berbagai negara, salah satunya Indonesia. Kehadirannya mudah ditemukan di aspek kehidupan sehari-hari, dari maraknya acara bertemakan budaya populer Jepang, kolaborasi produk, hingga gaya visual khas yang semakin familiar di masyarakat. Dalam hal ini, Jepang bisa dikatakan berhasil dalam menyampaikan diplomasi budaya ke Indonesia. Salah satu wibu bernama Budi ikut menyuarakan pikiran mewakili suara dari komunitas wibu melalui media sosial X pada peristiwa demonstrasi di DPR pada tahun 2024. Kehadiran Budi memberikan contoh bahwa kecintaan terhadap budaya populer Jepang tidak menghilangkan rasa nasionalisme dan cinta tanah air pada seorang individu. Melihat hal tersebut, penciptaan karya ini ditujukan sebagai upaya menumbuhkan kesadaran remaja wibu untuk lebih peka terhadap nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari, yang akan diterapkan dalam komik digital. Metode *design thinking* dipilih pada penelitian berdasarkan salah satu tahapannya, yaitu rasa empati untuk terus menjunjung nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari sebagai wibu. Untuk memperkuat penelitian ini, dilakukan magang, pengambilan angket dengan narasumber bahasa Jepang, seorang volunteer Jepang secara daring, juga wawancara dengan guru PPKn yang merupakan seorang wibu. Setelah prototipe dan karya selesai, dilakukan *test*. Hasil komik digital berjudul "Tunas" terdiri enam episode, dengan tokoh pendamping sesosok maskot bernama "Pertiwi", terinspirasi dari tunas kedelai hitam spesies malika, varietas kedelai asli Indonesia dan lambang pramuka Indonesia sebagai simbol perkembangan dan harapan. Remaja yang divisualkan dalam komik digital mengenakan seragam siswa SMA di Indonesia. Di dalam komik juga terdapat sosok guru asal Jepang sebagai representasi budaya populer Jepang yang membaur di Indonesia.

Kata kunci

Nilai-Nilai Pancasila, Komik Digital, Webtoon, Wibu, Tunas

ABSTRACT

Japanese popular culture has spreading widely to various countries, including Indonesia. From Japanese pop culture-themed events, product collaborations, and its distinctive visual style that is increasingly familiar to the public. In this point, Japan successfully delivered cultural diplomacy to Indonesia. One weeb (slang terms for person who is interested in Japanese culture) named Budi voiced his views through social media platform X during the demonstration at the House of Representatives in 2024. Budi's presence exemplifies that a love of Japanese popular culture does not diminish an individual's sense of nationalism. In light of this, the creation of this work aims to foster awareness among Indonesian weeb youth and encourage them to be more sensitive to the values of Pancasila in their daily lives, which will be implemented in a digital comic. The design thinking method was chosen for this research based on one of its stages: empathy, which fosters continued upholding of Pancasila values in everyday life as weeb. To strengthen this research, internships, questionnaires with native Japanese, and an interview with a Civics teacher who is a weeb were conducted. After the prototype and artwork were completed, testing method was conducted. The digital comic titled "Tunas" consists of six episodes, featuring a mascot named "Pertiwi," inspired by the black soybean shoots of the Malika species that native to Indonesia, and the Indonesian Scout emblem, a symbol of development and hope. The comic also features a Japanese teacher, representing Japanese popular culture assimilating into Indonesia.

Keywords

Pancasila, Indonesia, Digital Comic, Webtoon, Weeb

1. PENDAHULUAN

Penyebaran budaya populer Jepang telah menyebar luas ke berbagai negara, salah satunya Indonesia. Kehadirannya dapat dengan mudah ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari maraknya acara bertema budaya populer Jepang, kolaborasi produk, hingga gaya visual khas yang semakin familiar di masyarakat. Tidak sedikit dari masyarakat Indonesia yang pada akhirnya tertarik kepada budaya Jepang karena adanya anime dan manga, salah satunya disebabkan karena anime dan manga khas Jepang menyajikan perbedaan yang menarik jika dibandingkan dengan kartun dan komik khas Amerika (Garmabar, Dkk., 2024). Atas hobinya tersebut, penikmat budaya populer Jepang ini kemudian mendapatkan julukan wibu.

Popularitas penggunaan kata wibu sudah sangat terkenal sampai istilah tersebut terdaftar dalam KBBI pada tahun 2020, tertulis sebagai orang yang terobsesi budaya dan gaya hidup orang Jepang. Namun, kata wibu menurut negara barat dianggap merendahkan kalangan yang terobsesi pada budaya Jepang jika dilansir dari www.dictionary.com, laman yang mengarsipkan makna dari kata-kata slang. Berdasarkan laman tersebut, asal kata wibu sendiri terdiri dari dua kata yang digabungkan, *White Japanese* atau *Wannabe Japanese*. Hal ini menyiratkan bagaimana seseorang, lebih tepatnya yang berada di negara barat, terlalu memaksakan untuk bersikap sebagai orang Jepang atas keobsesiannya tersebut. Akan tetapi di Indonesia, kata wibu mayoritas hanya ditujukan kepada orang-orang yang memiliki hobi menikmati budaya Jepang. Sedangkan di negara asal Jepang, istilah kepada seseorang yang terobsesi akan sesuatu termasuk pada budaya populernya sendiri, dikenal sebagai *otaku* (Tsutsui, 2008).

Dari hasil penelitian oleh Al Fariz Dkk (2024), fenomena budaya wibu sebagai bentuk komunikasi remaja generasi Z terlihat dari bagaimana remaja generasi Z menggunakan hal-hal berbau budaya Jepang untuk berkomunikasi dengan orang lain, seperti menggunakan bahasa atau istilah Jepang, berpakaian seperti karakter anime, berperilaku seperti orang Jepang, menggunakan aksesoris Jepang, dan sebagainya. Perilaku ini sangat wajar, dilihat dari bagaimana pola pikir seseorang yang terobsesi dengan budaya lain berkemungkinan akan mengikut pola pikir negara yang diobsesikannya (Bunga Putra, 2022).

Berdasarkan penelitian oleh Dimas Saputra Dkk. (2023) mengenai fanatisme dapat menurunkan rasa nasionalisme seorang wibu menyimpulkan adanya kemungkinan tumpang tindih dalam dua kata tersebut. Seorang wibu, individu yang terobsesi dengan budaya asing dan nasionalisme, dan pandangan atau kecenderungan untuk mempertahankan dan memajukan kepentingan nasional.

Meski identitas kebudayaan sejatinya tetap akan menjadi orientasi dan titik nyaman seseorang dalam bertindak laku berdasar aspek maternal dan pola perilaku kehidupan sejak dini, tingkat nasionalisme seseorang berpotensi untuk terkikis habis dikarenakan rasa fanatik yang berpotensi muncul. Konsep nasionalisme sendiri merupakan konsep kecintaan seseorang terhadap kebudayaannya dan tanah airnya. Sehingga apabila terjadi hal yang menyebabkan turbulensi terhadap perasaan kecintaannya terhadap budaya identitas pribadi, maka rasa cinta yang ada akan luntur sedikit demi sedikit.

Hasil dari penelitian ini juga memberikan solusi kesadaran individu sebagai jawaban atas permasalahan fanatisme terhadap kebudayaan Jepang. Kecintaan terhadap kebudayaan nasional dan tingkat fanatik terhadap kebudayaan asing dapat dilawan dengan kesadaran tiap individu untuk menegakkan kembali rasa cinta tanah air yang distimulasi dengan kebudayaan nasional itu sendiri. Dapat dimulai dari promosi

kebudayaan nasional melalui media massa, hingga pembuatan berbagai media atraktif yang dipadupadankan dengan kreativitas para kreator media nasional.

Oleh karena itu, pembuatan komik penciptaan berjudul “Tunas” didasarkan atas saran solusi dari kemungkinan adanya potensi rasa nasionalisme remaja wibu terkikis oleh hobi dan perilakunya yang mulai mengadaptasi dan cenderung familiar dengan budaya populer asing. Dengan mengadopsi nilai-nilai Pancasila dalam cerita yang relevan kepada remaja wibu Indonesia usia 15-18 tahun, diharapkan agar kesadaran untuk mempertahankan dan melindungi rasa cinta tanah air sebelum individu beranjak dewasa. Nilai-nilai Pancasila ini akan diterapkan dalam aktivitas sehari-hari wibu pada cerita penciptaan komik yang dapat menambahkan kesadaran berkewarganegaraan, diharapkan dapat menumbuhkan kembali rasa nasionalisme. Komik penciptaan berjudul “Tunas” akan disajikan secara digital dan disebarluaskan melalui internet sebagai salah satu tempat wibu berinteraksi dan menghabiskan waktunya dengan hobi mereka (Affiudin, 2019). Komik penciptaan ini akan menggunakan format vertikal agar mudah dibaca dan diakses dengan ponsel.

2. METODE PENELITIAN

Karya dengan media komik digital bertema penerapan nilai-nilai Pancasila sehingga dapat melekat di kehidupan sehari-hari remaja wibu Indonesia menggunakan metode *design thinking* yang diusulkan oleh Hasso-Plattner Institute Of Design di Stanford atau disingkat menjadi D.School (Dam, 2025). Jenis riset *design thinking* digunakan untuk menemukan pemecahan masalah yang kreatif dan non-linear pada karya media komik digital bertema penerapan nilai-nilai Pancasila dengan penggunaan lima tahap: *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Tahap *emphatize* sebagai tahapan pertama pada penelitian diawali dengan rasa empati kepada calon pengguna untuk mengumpulkan asumsi dan memahaminya pada permasalahan yang akan diteliti. Tahap ini akan dilakukan dengan riset calon pengguna hingga dapat memiliki wawasan yang cukup untuk menciptakan sebuah karya.

Tahap selanjutnya pada *define*, pelaksanaan analisis observasi dan sinkronisasi untuk menentukan masalah utama setelah mengakumulasi informasi dari calon pengguna. Tahap ini dapat dianggap sebagai proses *problem statement*, atau proses untuk mengidentifikasi masalah, mencari penyebab, dan menemukan akibat yang telah atau mungkin akan terjadi.

Setelah menyiapkan seluruh fondasi dasar dari *emphatize* dan *define*, penelitian akan memulai tahap *brainstorming* ide, disebut langkah *ideate* dengan menerapkan berbagai macam alternatif inovasi pada pendekatan masalah yang dikumpulkan hingga mencapai sebuah solusi dari pernyataan masalah yang disusul tahapan eksplorasi pada *prototype*. Eksplorasi unsur-unsur karya dan pematangan berbagai macam konsep yang sudah dikumpulkan berdasarkan pendekatan kepada calon pengguna dan dikembangkan pada tahap idealisasi karya dilakukan pada tahap ini. Hasil prototipe kemudian diujicobakan kepada pengguna pada tahap *test* dan akan mendapatkan saran atau bahkan masukan baru yang akan memperbaiki hasil prototipe menjadi lebih sempurna.

Pada tahap *test* terdapat kemungkinan untuk mengulang kembali tahap *define* setelah menerima berbagai macam masukan membangun dari pengguna. Dari sinilah metode *design thinking* dikatakan sebagai metode penelitian yang non-linear atau tidak berproses secara teratur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penciptaan komik digital bertema nilai Pancasila bagi remaja wibu diperkuat dengan pengambilan data dari narasumber materi dan calon pengguna menggunakan teknik survei dan wawancara sebelum diadakan tahapan *test* pada metode *design thinking*.

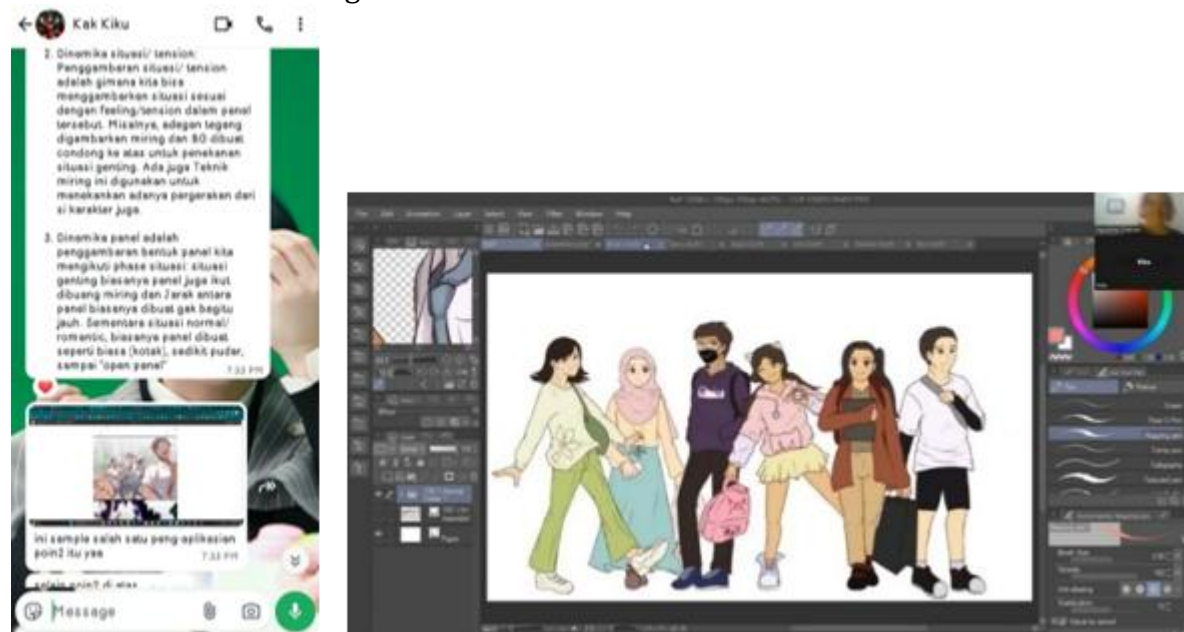
3.1 Narasumber Materi

Survei pada narasumber materi dilakukan kepada volunteer Jepang yang pernah datang ke Indonesia melalui angket menggunakan Google Form. Hasil dari angket dirangkum dan disederhanakan menjadi sifat-sifat dan pengetahuan dasar pada karakter di dalam komik yang merupakan seorang *sensei*/ guru dari Jepang. Hal ini ditujukan agar karakter *sensei* tergambar dalam cerita dapat lebih realistis yang memiliki sumber langsung dari responden.



Gambar 1: Hasil Survei Pada Narasumber Jepang

Diskusi dilakukan pada narasumber materi seorang komikus webtoon/ *webtoonist* Indonesia bernama Kikuatama dalam kegiatan magang. Kegiatan ini berfokus pada visualisasi penciptaan komik digital vertikal dan penulisan alur cerita dengan menggunakan rumus sastra berdasarkan seorang *scriptwriter* bernama Michael Schilf, yaitu penentuan *log line*, dan *plot points*. Saran dan masukan juga diterima peneliti pada cara membuat dan mengembangkan karakter berdasar pada pembuatan *character sheet* sebelum berdiskusi mengenai visualisasi karakter.



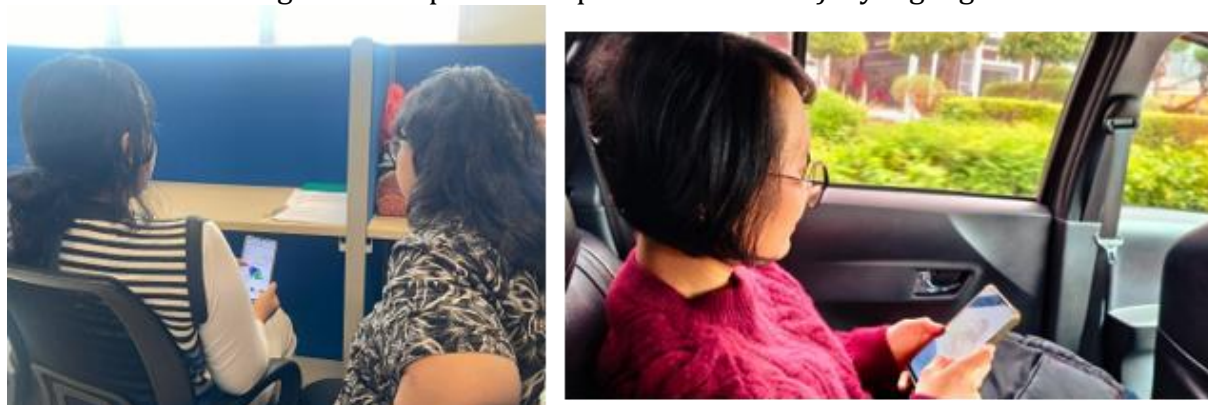
Gambar 2: Diskusi Dengan Narasumber Magang

Wawancara narasumber materi seorang guru PPKn di salah satu Sekolah Menengah Atas dilakukan setelah karya eksplorasi jadi untuk validasi serta pendapat. Narasumber memberikan komentar positif bagaimana konten dari isi cerita pada komik digital sangat representatif untuk mengedukasi generasi muda terkait dengan pentingnya melaksanakan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan. Cerita pada komik digital dinilai sangat *relate* dengan situasi dan kondisi yang dihadapi bangsa saat nilai-nilai Pancasila tidak lagi dianggap relevan dengan kondisi generasi muda dan kehidupannya. Kejadian di dalam komik dinilai dapat menginspirasi generasi muda bahwa sebetulnya Pancasila dan nilai-nilainya hanya perlu diaktualisasikan dalam bentuk yang berbeda.



Gambar 3: Wawancara Dengan Narasumber Materi

Sebagai bentuk validasi kelayakan, karya komik telah ditinjau oleh narasumber ahli bahasa Indonesia dan Jepang, sesuai dengan bahasa yang ditampilkan di dalam komik digital "Tunas". Narasumber ahli bahasa Indonesia menilai karya komik dari segi kebahasaan sudah sangat baik dan layak untuk dipublikasikan yang menggunakan bahasa informal dengan target pembaca remaja wibu. Serta narasumber ahli bahasa Jepang juga menilai karya sudah layak untuk dipublikasikan dari segi kebahasaan Jepang di dalam komik dengan beberapa catatan perubahan *honorific* yang digunakan.



Gambar 4: Kegiatan Validasi Karya Dengan Narasumber Ahli Bahasa Indonesia (Kiri) Dan Bahasa Jepang (Kanan)

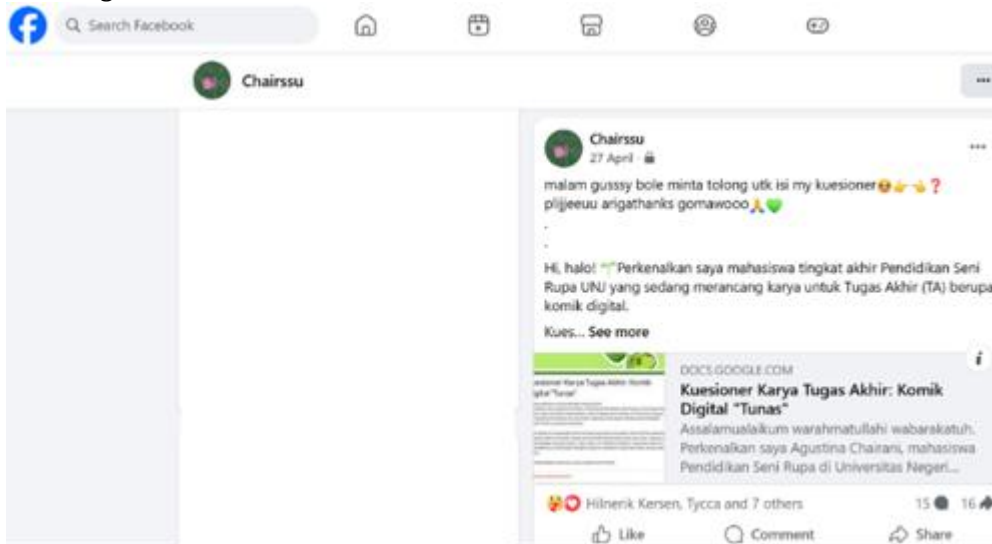
3. 2 Narasumber Calon Pengguna

Prasurvei kepada calon pengguna berusia remaja pertengahan menuju akhir yaitu dengan usia 15 tahun – 18 tahun di salah satu sekolah di Jakarta Selatan dilakukan diskusi dengan cara FGD (*Focus Group Discussion*) untuk melihat seberapa besar pengaruh budaya Jepang terhadap kehidupan siswa SMA di Indonesia sebagai langkah awal dari penelitian *design thinking* yaitu langkah *emphatize*.



Gambar 5: Kegiatan Diskusi Dengan FGP Kepada Calon Pengguna

Pengembangan dari FGD, pengambilan angket dilakukan sebagai pemilihan sinopsis yang akan muncul pada komik. Calon pengguna memilih sinopsis yang paling baik dalam segi *relateable* atau relevan pada kehidupan mereka sebagai remaja Indonesia wibu. Sinopsis-sinopsis yang dipilih akan diangkat di dalam komik dalam penyusunan alur besar cerita. Kemudian, hasil eksplorasi karya dibagikan kembali dalam bentuk Google Form untuk menerima pendapat calon pengguna sebelum karya difinalisasi menjadi karya jadi. Tahapan ini masuk pada tahapan *prototype* dalam metode *design thinking*.



Gambar 6: Bukti Penyerahan GForm Kepada Calon Pengguna Sebagai Validasi Karya Prototipe

Tahapan *test* kemudian dilaksanakan setelah karya komik jadi melalui FGD kepada 10 calon pengguna berusia 15-18 tahun. Menurut calon pengguna, genre *slice of life* yang ditonjolkan pada komik penciptaan 'Tunas' memberikan alur yang santai dan nyaman untuk diikuti. Ditambah juga dengan tema unik yaitu penerapan nilai Pancasila yang mereka tidak perkirakan akan bisa dibawa melalui komik digital webtoon.

Sebagai wibu, calon pengguna sangat merasa *relate* dengan tokoh-tokoh dan kejadian yang ada di dalam karya komik 'Tunas'. Seperti sering mengambil hikmah atau pesan moral saat menonton anime dan mempraktekannya di kehidupan, sering terlalu heboh saat bermain *game* atau mendambakan karakter fiksi favorit, hingga membanding-bandingkan Jepang dengan Indonesia. Terlepas dari itu, calon pengguna sama sekali tidak merasa dipaksa untuk meninggalkan hobinya sebagai penyuka *jejepangan* demi menumbuhkan nasionalisme, akan tetapi untuk dapat jalan berdampingan dengannya.



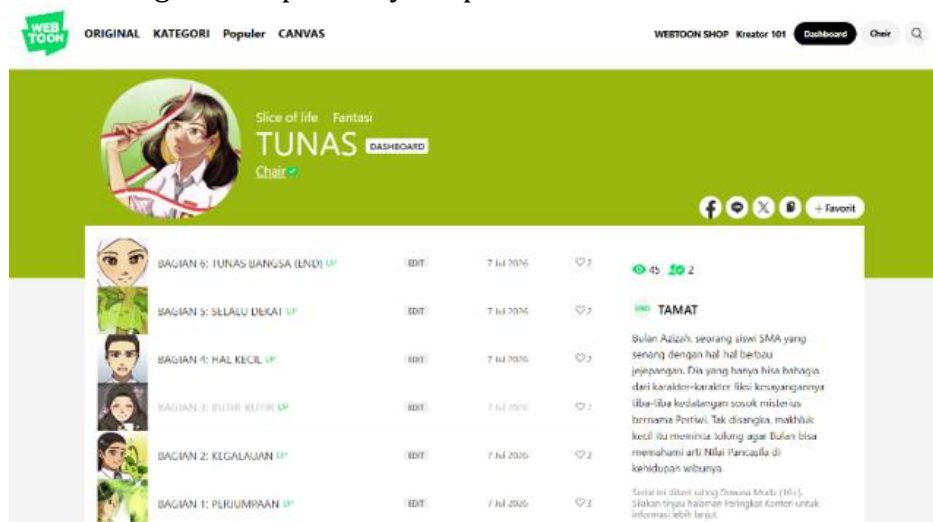
Gambar 7: Kegiatan Validasi Karya Jadi Komik Kepada Calon Pengguna

Seluruh karakter di dalam komik digital 'Tunas' dinilai unik dan berkarakter, memiliki keunikan masing-masing yang membuat calon pengguna dapat langsung menentukan karakter favoritnya sesuai selera pribadi masing-masing. Tokoh maskot Pertiwi juga diberikan komentar positif karena sifat dan wujudnya yang lucu dan menggemaskan.

Teks isi pada sub bab isi diketik menggunakan huruf Times New Roman, 12 pt, dan spasi 1,15 pt. Perataan teks sub bab Isi ini rata kiri kanan (*full justify*). Cukup tekan satu kali enter untuk berganti paragraf.

3.3 Hasil Jadi Karya

Hasil jadi karya komik digital bertema nilai Pancasila pada remaja wibu dapat diakses pada gambar 8 melalui platform LINE Webtoon Canvas. LINE Webtoon dipilih karena adanya opsi mengunggah komik digital format vertikal secara individual atau perseorangan dengan opsi Webtoon Canvas dengan mudah serta dapat diakses tanpa harus mengunduh aplikasinya di ponsel.



Gambar 8: Tampilan Hasil Karya Penciptaan Di Webtoon Canvas Beserta Barcode.

Penjabaran nilai-nilai Pancasila di dalam komik disajikan dengan penerapan butir-butir Pancasila pada kehidupan remaja wibu. Berikut jabaran butir-butir Pancasila pada komik digital “Tunas” dalam tabel 1.

Tabel 1: Butir-Butir Pancasila Tiap Episode

Episode	Butir-Butir Pancasila Di Dalam Komik
Episode 1	Sila 2 Butir 10: Mengembangkan sikap hormat menghormati dan bekerjasama dengan bangsa lain.
Episode 2	Sila 3 Butir 3: Mengembangkan rasa cinta kepada tanah air dan bangsa.
Episode 3	Sila 2 Butir 5: Mengembangkan sikap tidak semena-mena terhadap orang lain.
Episode 4	Sila 1 Butir 6: Mengembangkan sikap saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing.
Episode 5	Sila 5 Butir 10: Suka menghargai karya orang lain yang bermanfaat bagi kemajuan dan kesejahteraan bangsa. Sila 4 Butir 1: Sebagai warga negara dan warga masyarakat, setiap manusia Indonesia mempunyai kedudukan, hak, dan kewajiban yang sama. Sila 4 Butir 4: Musyawarah untuk mencapai mufakat diliputi oleh semangat kekeluargaan.
Episode 6	Tidak dihadirkan karena episode ini bersifat sebagai episode penutup cerita.

Karakter-karakter di dalam komik setelah melewati eksplorasi serta penjabarannya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2: Desain Karakter Jadi Beserta Deskripsinya

Karakter	Penjelasan
	Tokoh utama dari cerita, Bulan Azizah, 17 tahun. Bulan Azizah gemar dengan budaya populer Jepang, terutama anime dan serial proyek musik yang membuatnya giat untuk belajar bahasa Jepang dan menguasainya. Memiliki watak aktif dan senang dengan hal baru, terkadang berhalusinasi soal karakter favorit dua dimensinya. Bulan yang diasosiasikan dengan warna hijau dimaknai sebagai pembawa energi positif dan pembaruan, mengacu pada sifatnya dan jalan cerita hidupnya yang berkembang setelah bertemu Pertiwi.
	Tokoh utama pendamping sekaligus karakter maskot bernama Pertiwi. Mengambil dari bentuk tunas kedelai hitam, terinspirasi dari varietas Kedelai Hitam Malika, varian tanaman kedelai asli Indonesia. Pemilihan ini dimaksudkan untuk memberi sentuhan identitas lokal sekaligus mencerminkan karakter yang penuh semangat dan akar budaya. Konsep visual 'Tunas' terinspirasi dari lambang pramuka Indonesia dimana salah satunya berarti generasi baru, dipilih sebagai simbol perkembangan, harapan, dan potensi yang sesuai dengan latar cerita yang berfokus pada kehidupan remaja di lingkungan sekolah.



Teman sekelas dan sebangku Bulan Azizah, Pamela Lia Saraswati, 17 tahun. Pamela Lia Saraswati tertarik dengan Jepang khususnya pada kebahasaannya (aksaranya meminat hati).
Gemar menggambar karakter-karakter anime dan manga, membuat Pamela Lia Saraswati juga masuk di ekskul budaya populer Jepang di sekolah bersama Bulan dan kawan-kawannya. Pamela Lia Saraswati punya sifat tidak enakan sehingga sering pasif. Karakter Pamela selalu ditemukan menundukkan kepala, menandakan sifatnya yang rendah hati dan 'tidak enakan'.



Ario Sagantoro, 15 tahun, biasa dikenal Rio. Adik kelas sekaligus anggota ekskul Jepang yang sering ribut soal *jejepangan*. Paling banyak menonton serial anime dan membaca manga dibanding tokoh lain.
Dari sifatnya yang cerewet membuatnya sering mengulas dan membahas anime-anime dari berbagai macam segi (cerita, tokoh, visual, grafik/kualitas). Berbeda dengan Pamela, Rio digambarkan selalu berpose tegap atau mendongakkan kepala, memvisualisasikan sifatnya yang sangat percaya diri dengan dirinya sendiri dan kerap sering meremehkan sesuatu yang kadang tidak dia acuh.



Kayla Humairoh, 16 tahun. Punya sifat pendiam yang sebenarnya bisa menjadi semangat dan heboh jika membahas *husbando* (karakter favorit). Hobinya bermain *otome game*, gim yang dikhususkan untuk pemain wanita, biasanya menyangkut genre romantis dengan pemain dan mengumpulkan *merchandise*. Sifat *fangirling*-nya cuma bisa datang saat bersama teman-teman wibunya, digambarkan pada komik bagaimana sifatnya yang pemalu dan selalu terpaku dengan ponselnya dan sulit untuk mengeluarkan emosi kecuali untuk teman-teman satu ekskul Jepang.



Muhammad Danu Abiansyah, 16 tahun. Sama seperti Kayla Humairoh, Muhammad Danu Abiansyah hobi mengumpulkan *merchandise* dan rakitan robot serta bermain game. Mandiri tapi juga penurut, membuatnya sulit mengungkapkan pendapat dan perasaannya. Senang datang ke acara komik dan budaya pop Jepang untuk berburu pernak-pernik dagangan. Warna biru yang mengasosiasi dirinya menunjukkan sifatnya yang cenderung tenang namun terlalu sering terbawa arus dan bergantung pada temannya.

	Lilis Zahra Ayni, biasa dipanggil Lilis atau Lily. Gadis <i>cosplayer</i> 17 tahun yang berasal dari sekolah lain. Lilis Zahra Ayni kenal dengan Bulan dari grup dan komunitas anime dan menjadi teman <i>online</i> yang cukup dekat. Sedangkan dulu satu SMP dengan Rio atau Ario Sagantoro. Lily adalah nama yang ia pakai ketika berada di komunitas <i>cosplayer</i>. Disisi lain dari sifatnya yang mudah bergaul, Lilis Zahra Ayni hanya terlihat aktif saat berkostum, sisanya sering mengantuk (biasanya karna bergadang mengerjakan proyek <i>cosplay</i>-nya).
	Hana Sensei. Salah satu guru dalam program dari salah satu Lembaga Jepang yang melakukan pertukaran budaya melalui pengiriman tenaga pendidik. Sifatnya yang ramah dan murah senyum, dilihat dari fitur wajah '<i>smiling face</i>' membuatnya disenangi oleh siswa dan guru di sekolah yang diajarnya. Bersama dengan guru Bahasa Jepang di sekolah Bulan, Hana Sensei mengajarkan budaya dan kebahasaan Jepang dari sudut pandang orang asli dari Jepang selama periode Waktu yang ditentukan.

4. KESIMPULAN

Pencitpaan karya komik digital 'Tunas' didasari pada penyebaran budaya populer Jepang yang sudah sangat marak di Indonesia. Kehadiran budaya populer Jepang tersebut memunculkan adanya subkultur baru bagi orang yang memiliki minat dan menyukai budaya populer Jepang, biasa disebut dengan *otaku* hingga bergeser menjadi istilah baru

yaitu wibu. Salah satu wibu Indonesia, Budi, rajin menyuarakan pikiran terhadap kondisi sosial politik di Indonesia melalui media sosialnya, X, terlepas dari identitasnya sebagai wibu. Pembuatan komik penciptaan berjudul “Tunas” didasarkan atas saran solusi dari kemungkinan adanya potensi rasa nasionalisme remaja wibu terkikis oleh hobi dan perilakunya yang mulai mengadaptasi dan cenderung familiar dengan budaya populer asing berdasarkan penelitian Dimas Saputra Dkk. (2023) mengenai fanatisme dapat menurunkan rasa nasionalisme seorang wibu.

Karya telah divalidasi oleh calon pengguna, remaja wibu dengan rentang usia 15-18 tahun. Calon pengguna menyatakan genre *slice of life* yang ditonjolkan pada komik penciptaan ‘Tunas’ memberikan alur yang santai dan nyaman untuk diikuti. Dari segi karkterisasi, karakter-karakter yang ditampilkan dalam cerita disukai karena memiliki ciri khas dan kepribadian unik yang merepresentasikan macam-macam teman mereka di sekolah, baik yang wibu dan bukan. Mereka juga aktif berdiskusi satu sama lain mengenai hal yang dibahas di komik dengan kejadian nyata yang mereka alami di kehidupan remajanya, menjadikan komik digital ‘Tunas’ telah berhasil membuat cerita yang dapat mengangkat kejadian *relate* kepada calon pengguna demi penyampaian penerapan nilai-nilai Pancasila yang lebih nyaman dan tepat. Kehadiran karakter maskot Pertiwi yang menggemaskan dan menambah daya tarik saat membaca dan menyimak isi dari cerita pada komik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Afif. (2020). Creativity On Your Slide. Sukabumi: CV Jejak.
- Affiudin, M. C. (2019). Fenomena Gaya Hidup Remaja Wibu pada Budaya Populer Jepang melalui Anime dan Fashion. Universitas Satya Negara Indonesia. Diakses dari repository.usni.ac.id.
- Al Fariz, M. B., Syarifudin, A., & Trisiah, A. (2024). Fenomena Budaya Wibu Sebagai Bentuk Komunikasi Remaja Generasi Z (Studi pada Komunitas Cosplay Naruto Fans Palembang). Buletin Antropologi Indonesia, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/bai.v1i2.2493>
- BOBEICO, A. (2024). Typography in design. Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master, PhD students, Technical University of Moldova. Technical University of Moldova, 4, 2321-2333. <http://repository.utm.md/handle/5014/28433>
- Bunga Putra Bangsa, & Sihombing, L. H. (2022). The Impact of Japanese Popular Culture to Indonesian younger Generation: A Case Study of PUNICO. Humaniora, 13(3), 241–246. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v13i3.8131>
- CNN Indonesia. (2020). Sejarah Anime: Sejak 1907 hingga Mewabah ke Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>
- Dam, R. F. (2025). The 5 Stages in the Design Thinking Process. Interaction Design Foundation; IxDF. <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Dimas Saputra, Ramadhan Nadhif Firdaus, Yola Oktavia Amelia, Wanda Nadriah Fajrianti, & Supriyono Supriyono. (2023). Wibunisme: Apakah bukti fanatisme menurunkan nasionalisme di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Dinamika Sosial Budaya/Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 25(2), 131–131. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.6872>

- Gaffardan, M. A., Fatgehipon, A. H., & Hidayat, A. N. (2024). Konsep diri remaja otaku (Studi pada komunitas Jakarta Japan Lunatic Club di Universitas Negeri Jakarta) [Self concept of youth (Study on the Jakarta Japan Lunatic Club community at Universitas Negeri Jakarta)]. JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara, 1(2), 14–18. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Harsono, A., Harnowo, D., Ginting, E., & Adi Anggraeni Elisabeth, D. (2022). Soybean in Indonesia: Current Status, Challenges and Opportunities to Achieve Self-Sufficiency. IntechOpen. <https://doi:10.5772/intechopen.101264>
- Hikmandayani, dkk. (2023). Psikologi Perkembangan Remaja. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Irola, Debby & Dina, A. (2024). Aspek Perkembangan Kognitif Pada Masa Remaja. Dewantara Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora, 3(1), 128–132. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v3i1.2111>
- Kumparan.com. (2022). 5 Filosofi Warna Hijau menurut Psikologi dan Berbagai Aspek Lainnya. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/5-filosofi-warna-hijau-menurut-psikologi-dan-berbagai-aspek-lainnya-1zQpDp3GtA1/full>
- Michael Schilf. (2013). Screenplay Structure: The Five Plot Points. <https://www.michaelschilf.com/screenwriting>
- Oxford University Press. Otaku. Oxford English Dictionary. <https://doi.org/10.1093/OED/2587133596>
- Padlika Garmabar, Rifai, M., & Hakim, F. N. (2024). Soft Diplomasi Jepang Melalui Anime dan Manga Untuk Meningkatkan Nation Branding Jepang. Jurnal Polinter : Kajian Politik Dan Hubungan Internasional, 9(2), 17–28. <https://doi.org/10.52447/pol.v9i2.7420>
- Pramuka: Indonesia Scout Movement. Atribut: Lambang. <https://pramuka.or.id/lambang/>
- Rosmawati & Hasanah, Mulkan. (2020). Pendidikan Kewarganegaraan. Jakarta: Kencana.
- Tsutsui, W. M. (2008). Nerd Nation Otaku and Youth Subcultures in Contemporary Japan. <https://www.asianstudies.org/publications/ea/archives/nerd-nation-otaku-and-youth-subcultures-in-contemporary-japan/>
- Universitas Gajah Mada. (2012). Malika, Kedelai Hitam dari UGM untuk Petani. <https://ugm.ac.id/id/berita/4414-mallika-kedelai-hitam-dari-ugm-untuk-petani/>
- Yuliana, Siswandari, & Sudiyanto. (2024). Belajar Akuntansi Melalui Komik Digital. Jendela: Pendidikan dan Kebudayaan. <https://jendela.kemdikbud.go.id/v2/kajian/detail/belajar-akuntansi-melalui-komik-digital>