

ABSTRAK

Ramadha Pasa Jaya N, 2025, **Perancangan komik sebagai media edukasi sebagai media edukasi bahaya diabetes**, Tugas Akhir, Program Studi Desain Komunikasi Visual (S1), Universitas Bhinneka Nusantara, Pembimbing ; Rahmat Kurniawan.

Kata kunci: Komik, diabetes, remaja, media edukasi, design thinking

Diabetes tipe 2 adalah salah satu penyakit kronis yang semakin banyak menyerang remaja akibat gaya hidup yang kurang sehat. Kurangnya kesadaran dan edukasi yang baik membuat isu ini perlu disampaikan melalui media yang dekat dengan kehidupan remaja. Penelitian ini merancang sebuah komik edukatif berjudul “Not So Sweet” sebagai media kampanye untuk menyadarkan remaja terhadap risiko diabetes tipe 2 melalui pendekatan naratif visual. Perancangan dilakukan menggunakan pendekatan Design Thinking, meliputi tahap empathize, define, ideate, prototype, testing. Komik ini mengusung genre Science Fiction yang relatable, dengan penekanan pada karakter dan konflik emosional yang membekas. Karya akhir berupa komik fisik sebanyak 90 halaman yang telah diuji melalui kuesioner kepada audiens usia 12–26 tahun serta diuji oleh dua ahli, yaitu ahli ilustrasi dan ahli kesehatan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa komik ini mendapatkan penilaian “Sangat Tinggi” dari segi penyampaian pesan, desain visual, serta relevansinya terhadap kampanye hidup sehat.

ABSTRACT

Ramadha Pasa Jaya N., 2025. Designing a Comic as an Educational Medium to Raise Awareness of the Dangers of Diabetes. Final Project, Bachelor's Program in Visual Communication Design, Bhinneka Nusantara University. Supervisor: Rahmat Kurniawan.

Keywords: *Educational comic, type 2 diabetes, teenagers, campaign media, healthy lifestyle*

*Type 2 diabetes is a chronic disease that increasingly affects teenagers due to unhealthy lifestyles. The lack of awareness and effective education makes this issue necessary to be conveyed through media that is close to the daily lives of adolescents. This study designed an educational comic titled “Not So Sweet” as a campaign medium aimed at raising teenage awareness of the risks of type 2 diabetes through a visual narrative approach. The design process was carried out using the **Design Thinking** method, consisting of the stages: **empathize, define, ideate, prototype, and testing**. The comic adopts a **science fiction genre** that is relatable, emphasizing grounded characters and emotional conflicts. The final output is a **90 page printed comic**, which was tested through questionnaires distributed to audiences aged 12–26 years and validated by two experts—one in illustration and one in health. The results show that the comic received a “**Very High**” rating in terms of message delivery, visual design, and relevance to the healthy lifestyle campaign.*