



Pengembangan “MisterDaeng” sebagai Merek Komik Lokal Khas Sulawesi Selatan

Nurabdiansyah¹, Irfan Arifin², Prusdianto³
^{1,2,3} Art and Design Faculty, Universitas Negeri Makassar

Abstract. *MisterDaeng (MRDG)* is a local creative comic brand that elevates the distinctive characters of Makassar and Sulawesi Selatan into various comic characters. *MisterDaeng* began with a local superhero character comic hunting from Makassar, a comic workshop which was initiated by several communities in collaboration with the Visual Communication Design Study Program, Faculty of Arts and Design (Fakultas Seni dan Desain, FSD), Universitas Negeri Makassar (UNM), and #jamaahkreatifsektorselatan Creative Movements, in 2018. Some of the characters from this workshop were later merged into a comic universe called *MisterDaeng*, with the support of MakkoMikki Comic Lab, a comic division formed by the community. Through this Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) program, several comic characters from South Sulawesi that were produced through a comic workshop were then given a brand called *MisterDaeng*, then developed into several communication materials to start the process of building *MisterDaeng* as a typical local comic brand from South Sulawesi. The PKM process began with community facilitation to produce some better quality typical comic character, create a *MisterDaeng* visual identity that adopted the local identity of South Sulawesi, followed by assistance in brand awareness and media promotion development in the form of visual merchandising. This typical comic character, visual identity and some merchandise stuff design will later be combined with exhibitions and promotional events to build *MisterDaeng* as a typical superhero character and local comic brand from Makassar and Sulawesi Selatan on various occasions in the future.

Keywords: MisterDaeng; comic; Makassar; branding; Visual Merchandising

I. PENDAHULUAN

Makkomikki Comic Lab. adalah sebuah kelompok peminat dunia komik di Makassar. Karena juga berfungsi sebagai “laboratorium” komik, komunitas ini tidak saja diisi oleh pembuat komik, tapi juga pemerhati komik sebagai bagian industri kreatif. Awal tahun 2018, Makkomikki Comic Lab. menciptakan “MisterDaeng”, sekumpulan karakter komik yang dibuat berdasarkan karakter lokal khas Sulawesi Selatan, mengambil cerita dan filosofi dari segala hal yang berkaitan dengan Sulawesi Selatan (dengan Makassar sebagai pusatnya). Inspirasi dasar penciptaan karakter komik MisterDaeng adalah filosofi Sulapa Appa’ (Segi Empat) yang bagi masyarakat Sulawesi Selatan adalah simbol kesempurnaan. Inspirasi Sulapa Appa’ juga mewakili jumlah suku bangsa besar dari yang ada di Sulawesi Selatan yaitu Makassar, Bugis, Mandar dan Toraja. Meski demikian, kumpulan karakter dalam komik MisterDaeng dianggap masih kurang maksimal dan belum memiliki nilai jual.

Komik adalah karya sastra bergambar. Nick Soedarso (Soedarso, 2015) mengemukakan bahwa komik sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia sejak dahulu seperti yang bisa kita lihat pada relief candi Borobudur. Komik juga sering digunakan sebagai media untuk memperkenalkan budaya kepada generasi muda. Menurut Candra (Candra & Rizkiantono,

2014), hal itu bisa dilakukan karena ada penyesuaian-penyesuaian elemen yang menyusun budaya yang mau disampaikan dengan karakter yang lebih kekinian. Penciptaan karakter komik yang mengandung ciri khas lokal Sulawesi Selatan sekaligus adalah upaya menciptakan merek (brand) baru bernama “MisterDaeng” di Makassar. Karakter MisterDaeng yang dibangun melalui cerita-cerita lokal khas Sulawesi Selatan dalam bentuk komik, selanjutnya akan dikonversi menjadi merek merchandise/ souvenir khas dari Makassar. Kombinasi antara promosi penciptaan karakter komik dengan pengembangan karakter sebagai merek dagang (brand) adalah satu konsep pemasaran yang menarik untuk dikembangkan.

Dalam jangka panjang, kombinasi karakter komik dan merek MisterDaeng dirancang menjadi alter-ego positif dan menjadi maskot Makassar, berperan dalam kampanye sosial dan menjadi karakter yang menumbuhkan optimisme, mewakili kearifan lokal khas Sulawesi Selatan. Karakter-karakter dalam komik MisterDaeng dapat digunakan sebagai media pembelajaran karakter di sekolah-sekolah dasar di Makassar. Menurut Astuti (Comic, 2014) model pembelajaran nasional Pendidikan di sekolah dasar menjadi lebih efektif disampaikan melalui komik karena siswa lebih tertarik pada visualisasi gambar yang menarik dan akrab.

Dalam sejarah komik Indonesia, ada beberapa tokoh komik asli Indonesia yang melegenda dan menjadi bahan pembelajaran di sekolah yakni Gundala Putra Petir dalam Sayono (Sayono et al., 2011) atau Gatotkaca dalam Sugiarti (SUGIARTI & RATYANINGRUM, 2015). Seperti Gatotkaca, nama dan karakter MisterDaeng juga akan dikembangkan dalam konsep “superhero” dan digunakan sebagai maskot dalam kampanye tentang Makassar berbasis industri kreatif untuk meningkatkan citra baru dari Makassar. Menjadi maskot ikonik dari Makassar juga bisa menumbuhkan inspirasi baru, misalnya menjadi tokoh imajinatif untuk kampanye sosial atau Brand Ambassador kepariwisataan di Makassar dan Sulawesi Selatan.

II. METODE PELAKSANAAN

A. Analisis Situasi

Tahun 2018, atas dukungan Hibah Cipta Perdamaian Yayasan Kelola dan Kedutaan Besar Denmark, Makkomikki Comic Lab. merancang sebuah workshop penciptaan karakter komik lokal. Terdapat beberapa karakter yang dihasilkan dari workshop tersebut. Meski demikian, karya – karya dari workshop tersebut belum mampu menghasilkan karakter komik yang diinginkan. Kumpulan karakter yang dihasilkan belum memenuhi syarat untuk dikembangkan. Sebagian besar karakter masih mentah, cenderung tidak memiliki ciri khas dan tidak menarik secara visual.

Demikian juga dengan Makkomikki Comic Lab. Meskipun fokus dalam industri komik, sekaligus merancang kegiatan-kegiatan untuk mendukung pengembangan karakter komik berciri khas lokal seperti MisterDaeng, Makkomikki Comic Lab belum menemukan jalan untuk mengembangkan komik berbasis pemanfaatan IPTEK. Beberapa rancangan kegiatan masih menemui kendala terutama masalah kualitas produksi karakter, manajemen usaha dan masalah pemasaran.

Kendala utama di Makkomikki Comic Lab. salah satunya adalah sebagian besar karakter komik masih dikerjakan secara manual. Ada beberapa yang coba dibuat dalam media digital, tapi belum memenuhi standar untuk dikembangkan.

Secara formal, organisasi Makkomikki Comic Lab. bekerja dibawah naungan Mahakarya Kreatif Nusantara, sebuah startup dibidang industri kreatif di Makassar. Sistem kerja di Makkomikki Comic Lab. saat ini adalah gabungan dari beberapa komunitas penggiat komik dan kartun di Makassar, praktisi event organizer, dan praktisi

manajemen. Karena masih dikelola layaknya komunitas, Makkomikki Comic Lab. tidak membentuk struktur organisasi secara formal, hanya menunjuk seorang koordinator untuk mengelola dan menyebarluaskan informasi.



Gambar. 1. Beberapa karakter yang dihasilkan melalui workshop di Makkomikki Comic Lab sebelumnya.

Karena masih bekerja layaknya komunitas, manajemen usaha di Makkomikki Comic Lab. tidak berjalan dengan baik. Belum ada pengetahuan tentang kewirausahaan di bidang industri kreatif dan masing-masing anggota belum memiliki deskripsi tugas masing-masing. Perencanaan kegiatan masih konvensional dan tidak berorientasi pada target tertentu.

Untuk mempertajam analisis situasi, digunakan metode analisis berbasis Design Thinking dengan uraian sebagai berikut:

- *Understanding*; Saat ini dunia industri kreatif adalah salah satu sektor usaha yang memiliki peluang ekonomi sangat terbuka lebar. Berbagai produk berbasis ekonomi kreatif dengan mudah dapat kita temukan di masyarakat seperti produk desain grafis, ilustrasi, kerajinan tangan, souvenir dan sebagainya. Potensi ini sangat menjanjikan jika dikaitkan dengan posisi strategis Makassar saat ini. Kota Makassar bisa dikatakan sebagai pusat Indonesia wilayah timur. Selain berfungsi sebagai hub, Makassar juga adalah kota yang berpotensi besar menjadi destinasi usaha dan pariwisata baru. Khusus untuk pariwisata, berbagai destinasi wisata berpotensi menarik kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara. Potensi wisata ini tersebar dalam ragam wisata kuliner, kebudayaan, kesenian hingga wisata alam. Yang paling mutakhir, saat ini Makassar sedang berupaya menjadi Kota Kreatif UNESCO melalui potensi wisata gastronomi. Geliat kota Makassar menuju destinasi wisata maupun kota kreatif UNESCO membutuhkan penanda/ikon



PROSIDING SEMINAR NASIONAL
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
ISBN: 978-623-7496-01-4

- berupa media promosi dan perangkat pemasaran lainnya. Perangkat promosi ini salah satunya bisa berupa maskot, merek dagang maupun merchandise berkarakter lokal. Saat ini di Makassar belum ada merek dagang/ikon souvenir yang mampu mewakili identitas lokal khas Sulawesi Selatan. Meskipun ada, merek tersebut hanya berorientasi ekonomi konvensional untuk menghasilkan keuntungan dalam waktu singkat tanpa memikirkan pengembangan industri yang berkelanjutan, tanpa pengembangan manajemen maupun produk-produk yang inovatif. Sebagai kota yang sedang pesat berkembang, di Makassar juga mulai banyak bermunculan komunitas berbasis industri kreatif. Komunitas-komunitas ini tersebar dalam banyak minat seperti komunitas musik, hobi, kuliner, seni visual hingga komik. Dalam Nurabdiansyah (Nurabdiansyah, Arifin, & Prusdianto, 2019), komunitas-komunitas ini sangat aktif mengikuti perkembangan melalui ragam media online, juga aktif bertemu (*meetup*), berkolaborasi dan berkegiatan secara *offline*. Khusus untuk komunitas komik dan ilustrasi, saat ini tersedia banyak ruang yang tersedia untuk mengakomodasi karya komik dan ilustrasi secara online. Sayangnya, sebagian besar karya masih seragam dan kurang memiliki identitas lokal, padahal dari segi teknis karya-karya tersebut memiliki kualitas yang unggul. Dengan potensi komunitas komik dan ilustrasi yang demikian besar, dibutuhkan upaya untuk mendorong kreator komik di Makassar untuk menciptakan karakter komik sekaligus sebagai ikon/merek dagang yang mewakili ciri khas Sulawesi Selatan. Saat ini Makkomikki Comic Lab. menjalin kerja sama dengan jejaring komik dan industri kreatif yang lebih luas di Indonesia seperti PAKARTI (Persatuan Kartunis Indonesia), ICCN (Indonesian Creative City Network), IDEAFEST, ADGI (Asosiasi Desainer Grafis Indonesia) dan Makassar Graphic Design Society (MGDS). Selain berjejaring dengan komunitas kreatif, Makkomikki Comic Lab. juga terus menjalin komunikasi dengan pemerintah kota Makassar khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar. Jejaring dibidang industri kreatif yang dimiliki Makkomikki Comic Lab. adalah peluang untuk pengembangan dan strategi kerja sama kedepannya.
- *Observe*; Untuk masalah produksi, saat ini peluang Makkomikki Comic Lab. untuk membuat karya komik sangat berlimpah. Hal ini karena Makkomikki Comic Lab. bermitra dan bekerjasama dengan komunitas kreatif lainnya di Makassar. Komunitas yang bekerjasama dengan Makkomikki Comic Lab. antara lain Komunitas Komik STOFO, Mangaka Makassar, OrangeFest, dan mahasiswa DKV FSD UNM. Hanya saja kualitas karya komik khas Sulawesi Selatan yang dihasilkan masih jauh dari yang diharapkan, baik dari sisi cerita maupun visual. Sebagian besar komik masih dikerjakan manual, kemudian naskah cerita yang diangkat belum mampu menggambarkan kearifan lokal khas Sulawesi Selatan. Dari pengamatan lebih lanjut, belum ada merek dagang yang pemanen memanfaatkan karakter komik sebagai merek dagang. Karena belum dikelola dengan baik, pembuatan karya di komunitas komik mitra Makkomikki hanya berdasarkan pesanan dan sangat tergantung pada keinginan pembeli;
 - *Point of View*; Untuk masalah sumber daya, saat ini Makkomikki Comic Lab. belum memiliki manajemen sumber daya untuk pengelolaan manajemen usaha khususnya untuk mengunusi manajemen produksi dalam rangka pengembangan merek dagang tersendiri. Sumber daya yang ada saat ini seperti praktisi *event organizer* dan manajemen pemasaran belum memiliki pengetahuan profesional tentang strategi pengembangan produk berbasis industri kreatif, juga belum memahami konsep produk yang memiliki kandungan kearifan/ciri khas lokal yang memiliki nilai jual. Khusus masalah pemasaran, saat ini produk Makkomikki Comic Lab. masih terbatas pada anggota komunitas, produk dibuat hanya berdasarkan pesanan. Beberapa komunitas yang menjadi mitra Makkomikki Comic Lab. juga memiliki klien perseorangan dan masih bersifat usaha pribadi. Media pemasaran yang digunakan juga belum memanfaatkan IPTEK secara maksimal.
 - *Ideate*; Karya-karya komik yang dibuat mitra belum memiliki karakter sendiri dan masih sangat terpengaruh oleh karakter komik luar negeri seperti Manga. Naskah cerita yang diadaptasi menjadi komik juga masih sangat beragam dan tidak memiliki konten kearifan lokal yang sebenarnya sangat menarik untuk diangkat menjadi ide cerita. Sebagian besar karya komik masih dikerjakan secara manual. Sejak awal tahun 2018, Makkomikki

Comic Lab. telah menciptakan sebuah kumpulan karakter komik bernama MisterDaeng, hanya saja karakter, komik strip dan naskah cerita yang dihasilkan belum layak dan tidak memiliki nilai jual. Karena pengembangan ide diarahkan pada pengembangan karakter berciri khas Sulawesi Selatan.

- *Prototype*; berangkat dari uraian analisis diatas, diputuskan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini akan diarahkan pada pengembangan merek "*MisterDaeng*". Pengembangan pada tahap awal ini difokuskan pada penciptaan karakter komik *flagship* dan penciptaan *visual branding* berupa logo, ikon dan visual merchandising. Penciptaan karakter utama dan pengelolaan identitas visual sebagai upaya membangun *brand MisterDaeng* tersebut sekaligus menjadi dasar pengembangan manajemen pengelolaan usaha merchandise dan karakter komik berciri khas lokal Sulawesi Selatan yakni *MisterDaeng*.

B. Solusi Permasalahan

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang telah dikemukakan, solusi permasalahan dirancang dalam tahapan sebagai berikut:

- **Bagian Produksi**; bagian ini membantu Makkomikki Comic Lab. untuk memperbaiki karya karakter komik berciri khas lokal Sulawesi Selatan yang telah diciptakan pada workshop sebelumnya. Pengembangan karakter yang dilakukan dengan menganalisa konten kearifan lokal khas Sulawesi Selatan kemudian dituangkan dalam ilustrasi yang sesuai. Tahap ini adalah solusi bagian produksi karya, dan dibutuhkan kepakaran di bidang menggambar ilustrasi/komik (terutama ilustrasi secara digital), adaptasi penyusunan naskah cerita dan pengetahuan budaya Sulawesi Selatan.
- **Bagian Manajemen Usaha dan Pemasaran**; tahapan ini membantu Makkomikki Comic Lab. untuk menetapkan pondasi usaha yang berkelanjutan melalui penciptaan logo/*visual branding* dan produk *visual merchandising*. Tahapan ini membutuhkan kepakaran IPTEK dibidang manajemen *branding*, kewirausahaan dan desain komunikasi visual.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bagian Produksi: Penciptaan Ilustrasi berlatarbelakang Ikon Budaya Sulawesi Selatan

Tahapan ini fokus pada penciptaan berbagai karakter dengan menggunakan ikon-ikon budaya Sulawesi Selatan sebagai latar belakang cerita. Ada beberapa ikon budaya yang dipilih berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Proses penciptaan dilakukan melalui beberapa kali workshop dan diskusi, kemudian memberi kesempatan kepada senimannya untuk merespon ikon budaya yang dipilih.

Untuk tahap awal, ikon budaya khas Sulawesi Selatan yang dipilih untuk direspon diantaranya perahu Pinisi, Rumah Tongkonan, Monumen Mandala dan legenda rakyat setempat. Pemilihan beberapa ikon budaya untuk direspon ini didasari bahwa ikon ini mudah dikenali, sangat identik dengan Sulawesi Selatan dan berkembang dengan baik di tengah masyarakat.

Workshop komik dalam rangka pengembangan MisterDaeng menjadi karakter komik khas Sulawesi Selatan dilaksanakan di Rumata Artspace, dan beberapa pertemuan diskusi intensif di studio MakkoMikki Comic Lab.



Gambar. 2. Serial Workshop komik, diskusi dan presentasi program sebagai brainstorming pengembangan MisterDaeng sebagai merk komik berciri khas Sulawesi Selatan

Dari serial workshop dan diskusi yang dilakukan, dipilih beberapa karya karakter komik yang memiliki potensi untuk dikembangkan dibawah merk dagang *MisterDaeng*, yakni:

1. Karakter *Daeng Mario/TuBarani*

TuBarani adalah karakter yang dibuat oleh Kamal Delapan, salah satu individu dalam jaringan MakkoMikki

Comic Lab. yang dilibatkan dalam program ini. Karakter *Daeng Mario* atau *TuBarani* terinspirasi dari pasukan Tubarani kerajaan Gowa. Dalam visualisasinya karakter *Daeng Mario* adalah alter-ego dari *superhero* bernama *TuBarani*. Konsep karakter yang bisa berubah menjadi *superhero* diadaptasi dari konsep karakter komik yang banyak dilakukan oleh perusahaan komik dunia seperti DC dan Marvell. Dalam konsepnya, *Daeng Mario* digambarkan sebagai sosok yang lucu, ramah dan cerdas, senang membantu orang lain. Jika dibutuhkan *Daeng Mario* akan berubah menjadi *TuBarani* jika ada orang lain yang membutuhkan pertolongan.



Gambar. 3. Karakter Daeng Mario atau TuBarani

2. Karakter *Raja Dg. Irate*.



Gambar. 4. Karakter Raja Dg. Irate dan Mangasa, dan sahabatnya Mangasa, seekor ayam putih yang sakti.

Raja Dg. Irate adalah konsep karakter yang digambarkan mewakili remaja, senang melakukan perjalanan/travelling ke berbagai daerah di Sulawesi Selatan. Dalam perjalanannya, *Raja Dg. Irate*. selalu ditemani oleh ayam jantan putih bernama *Mangasa*. Ayam jantan putih bernama *Mangasa* ini adalah karakter

yang menjadi mitra kunci kesaktian *Raja Dg. Irate*. Pertemanan *Raja Dg. Irate* dengan Mangasa dalam banyak hal terinspirasi dari konsep Nobita dan Doraemon dalam dunia komik populer. Karakter ini diciptakan oleh Muhammad Naufal, sebagai bagian dari workshop karakter hunting yang diadakan oleh MakkoMikki Comic Lab.

3. Karakter *Batara Mampu*

Karakter *Batara Mampu* diciptakan oleh Andi Muhammad Ridho, salah satu individu dalam jaringan MakkoMikki Comic Lab. yang terinspirasi dari legenda goa Mampu di kabupaten Bone. *Batara Mampu* dikisahkan memiliki kemampuan layaknya *superhero*, memiliki karakter pemimpin dan sangat disegani oleh kawan dan lawan.



Gambar. 5. Karakter Batara Mampu, karakter dengan leadership yang kuat

4. Karakter *iMakkunrai*



Gambar. 6. Karakter *iMakkunrai*, mewakili karakter perempuan dalam semesta MisterDaeng.

Selain melalui workshop, pengembangan karakter komik *MisterDaeng* juga menelusuri beberapa karya mahasiswa DKV yang pernah dibuat sebelumnya. Karakter *iMakkunrai* adalah karakter yang diambil dari salah satu karya Amirul Mukminin dan kemudian disepakati untuk dikembangkan lebih jauh dalam semesta *MisterDaeng*. *iMakkunrai* mewakili karakter perempuan dalam semesta komik *MisterDaeng*.

Keempat karakter hasil workshop dan penelusuran karya komunitas dan mahasiswa mitra MakkoMikki kemudian menjadi *database* dalam pengembangan cerita selanjutnya. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini, keempat karakter ini diperkenalkan dalam bentuk *concept art*.

B. Pengembangan Manajemen Merek usaha melalui Perancangan Identitas Visual

Sebagai dasar dari pengembangan manajemen usaha, penciptaan identitas visual dipandang sebagai hal yang penting. Identitas visual ini kemudian diperlakukan sebagai merek dagang yang mewakili seluruh aktifitas dan manajemen pengelolaan usaha *merchandise* ikonik khas Sulawesi Selatan.

Berdasarkan diskusi dengan mitra, disepakati bahwa identitas visual *MisterDaeng* juga mengadaptasi salah satu ikon budaya lokal yakni *Kacaping* (Kecapi), salah satu ikon alat musik tradisional Sulawesi Selatan. Stilasi alat musik *Kacaping* kemudian dikolaborasikan dengan karakter dan gaya penulisan nama superhero yang sudah lazim dikenal yakni karakter huruf yang gesit dan dinamis seperti karakter superhero.



Gambar. 7. Identitas visual MisterDaeng sebagai simbol utama yang digunakan untuk branding MisterDaeng

Identitas visual *MisterDaeng* kemudian digunakan pada sosialisasi *concept art* yang telah dibuat sebelumnya. Penggunaan identitas visual dalam *concept art* dengan beberapa karakter adalah upaya khusus untuk

menjadikan *MisterDaeng* sebagai semesta komik khas dari Sulawesi Selatan. MakkoMikki Comic Lab selanjutnya mengembangkan beberapa karakter lain yang dibutuhkan untuk perluasan karakter komik dengan ciri khas lokal, dengan tetap mengusung nama *MisterDaeng* sebagai brand utama.



Gambar. 8. Perkenalan concept art karakter komik berciri khas Sulawesi Selatan dibawah merek dagang MisterDaeng

C. Perancangan Visual Merchandising sebagai bagian pengembangan Manajemen Usaha

Bagian ketiga sebagai dasar pengembangan usaha untuk menjadikan *MisterDaeng* sebagai merek karakter komik khas Sulawesi Selatan adalah perancangan visual merchandising. Ilmu visual merchandising adalah ilmu tentang tata kelola promosi dan display sebuah produk. Visual merchandising dibutuhkan dalam pengelolaan manajemen usaha *MisterDaeng* untuk membangun merek *MisterDaeng* sebagai sebuah ikon kreatif dari Makassar. Oleh karena itu, beberapa aplikasi keilmuan visual merchandising menjadi salah satu hal yang menjadi bahan diskusi dengan MakkoMikki Comic Lab. dalam rangka pembenahan manajemen usaha. Dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, beberapa aplikasi yang didiskusikan untuk menjadi perangkat branding antara lain merchandise dan tata display.



Gambar. 9. Desain T-Shirt MisterDaeng, salah satu media promosi pengembangan branding MisterDaeng



PROSIDING SEMINAR NASIONAL
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
ISBN: 978-623-7496-01-4

IV. KESIMPULAN

Pengembangan MisterDaeng sebagai merek komik lokal khas Sulawesi Selatan dapat dicapai melalui peningkatan kualitas karya komik maupun ilustrasi yang dibuat. MakkoMikki Comic Lab. sebagai komunitas yang berinisiatif membangun merek ini perlu terus melakukan pendampingan dan uji kualitas terhadap karya komik dan ilustrasi yang telah dibuat dengan tetap mengedepankan nilai lokal khas Sulawesi Selatan baik dari sisi visual maupun narasi yang disampaikan.

MakkoMikki Comic Lab. sebagai pemegang merek MisterDaeng perlu terus melakukan perbaikan manajemen usaha. Salah satunya adalah upaya untuk membangun dan memperkenalkan merek MisterDaeng kepada masyarakat dan menginisiasi upaya promosi secara terus menerus. Peletakan pondasi merek yang telah dilakukan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini hendaknya terus ditindaklanjuti dengan penguatan tata kelola display dan visual merchandising yang tepat.

TERIMA KASIH

Terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DITLITABMAS) Dikti, Rektor UNM beserta civitas akademika UNM, Ketua Lembaga

Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNM, Prodi Desain Komunikasi Visual FSD UNM, Mahasiswa DKV, MakkoMikki Comic Lab., beserta komunitas komik di Makassar, Mahakarya Production, Rumata Artspace dan

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, A., & Rizkiantono, R. E. (2014). Perancangan web-komik Wanorosingo sebagai media alternatif pengenalan wayang Cek-dong untuk generasi muda. *Jurnal Sains Dan Seni*, 3(1), 1–6.
- Comic, T. (2014). *The Socialization Model of National Character*. 6(2), 260–270. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v6i2.3305>
- Nurabdiansyah, Arifin, I., & Prusdianto. (2019). Creative Community Branding in Makassar (Creating a collective identity Jamaah Kreatif Sektor Selatan for creative communities in the Southern Region of Makassar). *Proceedings of the International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2018)*. <https://doi.org/10.2991/icade-18.2019.6>
- Sayono, S. I., Wibowo, D., Sn, M., Ariyanto, H., Sn, S., Si, M., ... Permai, S. (2011). *Perancangan Action Figure Gundala Putra Petir*. 1–12.
- Soedarso, N. (2015). Komik: Karya Sastra Bergambar. *Humaniora*, 6(4), 496–506.
- SUGIARTI, D., & RATYANINGRUM, F. (2015). PEMBUATAN BUKU CERITA BERGAMBAR DENGAN TOKOH GATOTKACA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN KELAS B TK KHALIFAH SURABAYA. *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*.