

Lanskap Pariwisata Malang dalam Komik *Si Juki Seri Jalan-Jalan Nusantara: Petualangan di Malang Bromo Tengger Semeru* Karya Faza Meonk

The Tourism Landscape of Malang in the Comic *Si Juki Seri Jalan-Jalan Nusantara: Petualangan di Malang Bromo Tengger Semeru* by Faza Meonk

Riqko Nur Ardi Windayanto
Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Indonesia
Penulis koresponden: riqko.nur.ardi@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar penyajian lanskap pariwisata di Malang dalam komik petualangan di Malang karya Faza Meonk dan konteks politik yang melingkupinya. Kebaruan penelitian ini adalah menempatkan komik sebagai praktik diskursif. Naratologi komik dan konsep lanskap pariwisata digunakan sebagai teori. Secara metodologis, data dihimpun dengan penyimakan, pemindaian, dan dianalisis secara interpretatif. Hasil penelitian menempatkan praktik kepariwisataan, Malang memiliki lanskap wisata. Diawali wisata kampung (kota), wisata berbasis alam (kabupaten), dan wisata artifisial (Kota Batu). Tiap lanskap memiliki atraksinya masing-masing, yang dikunjungi oleh Juki, Mang Awung, dan Sam Ongis sebagai subjek wisatawan. Lanskap tersebut digambarkan dengan dua kode: realistik dan kartun. Kedua kode mengimplikasikan perjumpaan ideologis, yaitu informasi dan fakta pariwisata secara objektif yang berdampingan dengan cerita dan fiksi yang subjektif. Perjumpaan ini menempatkan komik sebagai modal budaya dalam kebijakan publik pariwisata sebagai konteks politik yang melingkupi produksinya.

Kata kunci: Faza Meonk; komik; lanskap pariwisata; Malang

Abstract

This research aims to reveal the presentation of the tourism landscape at Malang in the adventure comic in Malang by Faza Meonk and the political context surrounding it. The comic narratology and tourism landscape are used as the theoretical basis. Methodologically, data are collected by observing and scanning, then analyzed interpretively and critical discourse analysis. The results of this research are as follows. As a space where tourism practice takes place, Malang is described as having many tourist landscapes, starting from village tourism (city), nature-based tourism (district), and artificial tourism (Batu City). Each landscape has its own attractions, which are visited by Juki, Mang Awung, and Sam Ongis as tourist subjects. The landscape is described using two codes: realistic and cartoony. This second code implies an ideological encounter, namely objectively tourism information and fact accompanied by subjectively story and fiction. This encounter places comics as cultural capital in tourism public policy as a political context that surrounds its production.

Keywords: Faza Meonk; comic; tourism landscape; Malang;

Riwayat Artikel: Diajukan: 10 November 2023; Disetujui: 26 Februari 2024

1. Pendahuluan

Teks dan media, terutama media sosial, memungkinkan informasi keberadaan objek wisata dapat tersampaikan kepada masyarakat. Peran media sosial dalam mempromosikan destinasi makin meningkat, wisatawan dapat mempelajari tujuan perjalanan, penyedia layanan, dan pilihan harga untuk membangun niat berkunjung

(Priskila, 2019: 191). Kajian atas peran ini telah banyak dilakukan. Namun, peran teks kreatif, yakni karya sastra, relatif belum banyak didiskusikan. Padahal, karya sastra dan pariwisata saling terhubung karena karya sastra terinspirasi oleh pariwisata dan pariwisata dikembangkan dengan berbasis sastra (Anoegrajekti, dkk., 2020:xv–xvi).

Relasi resiprokal di atas memunculkan istilah *sastra pariwisata* dan *pariwisata sastra*¹. Dalam tulisan ini, digunakan istilah pertama untuk mengacu pada teks yang memuat pariwisata. Menurut Sudikan (2020:567), sastra pariwisata berarti, salah satunya, ‘sastra tentang pariwisata’. Sementara itu, bagi Hendrix (2022:137), sastra pariwisata adalah teks yang membingkai lokasi dalam pikiran kolektif; representasi pariwisata dalam teks bisa ambigu: mendeskripsikan dan merayakan pada satu sisi atau mengkritisi pada sisi yang lain.

Kajian mutakhir tentang sastra pariwisata tampak pada buku *Sastra Pariwisata* oleh Anoegrajekti, dkk. (2020), yang menghimpun berbagai kajian terhadap karya sastra lisan dan tulisan dengan berbagai perspektif. Salah satu bab yang membahas komik ditulis oleh Suantoko (2020), yaitu tawaran alih wahana cerita pewayangan menjadi komik sebagai inovasi pemanfaatan tradisi lisan menjadi tulisan. Namun, secara garis besar, belum ada bab dalam buku tersebut yang menaruh perhatian penuh terhadap komik. Riset lain dilakukan oleh Darma, dkk. (2022) yang mengkaji komik *Marvel* dalam konteks pariwisata. Komik juga dikembangkan sebagai media promosi pariwisata di kota tertentu seperti tampak dalam kajian Anugerah, dkk. (2016) serta Ibal & Alamin (2019).

Berdasarkan tinjauan pustaka, sejumlah penelitian cenderung memosisikan komik di “kelas kedua” sebagai penunjang pariwisata, seperti media promosi dan penarik perhatian. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa komik memiliki kekuatan diskursif dalam mengonstruksi gambaran isu kepariwisataan, yakni lanskap pariwisata, dengan membahas komik *Si Juki Seri Jalan-Jalan Nusantara: Petualangan di Malang Bromo Tengger Semeru* yang selanjutnya disingkat *Petualangan di Malang (PdM)*. Dengan melihat konstruksi dan representasi suatu lanskap dalam komik, penelitian ini dapat menunjukkan cara kerja komik lewat aspek verbal dan visualnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak terlibat dalam cara pandang yang mereduksi komik hanya sebagai pendukung, tanpa melihat dari sisi komik itu sendiri.

¹ Ada istilah *sastra pariwisata* dan *pariwisata sastra* (terjemahan dari *literary tourism*). Anoegrajekti, dkk. (2020, p. xvii) mengemukakan bahwa pariwisata sastra secara paradigmatis menyerupai istilah *sosiologi sastra* dan *psikologi sastra* sehingga berarti kajian sastra dengan pendekatan pariwisata. Penulis mengambil pandangan lain. Merujuk pada Çevik (2020:2), pariwisata sastra berarti kegiatan, seperti mengunjungi tempat yang berkaitan dengan pengarang serta berpartisipasi dalam acara dan kegiatan sastra, misalnya festival. Dalam penelitian ini digunakan istilah *sastra pariwisata* karena berarti karya sastra yang di dalamnya menggambarkan fenomena kepariwisataan sedangkan pendekatannya tidak selalu dengan pariwisata.

Komik *PdM* merupakan karya Faza Ibnu Ubaidillah (Meonk, 2020). Komik ini bercerita tentang petualangan si Juki ke Malang. Malang adalah istilah kolokial, yang merujuk pada tiga wilayah, yaitu Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Juki ditemani oleh Mang Awung dan Sam Ongis, tokoh lokal setempat. Mereka mengunjungi berbagai destinasi wisata di Malang, mulai dari kuliner, alam, buatan, dan budaya. Jadi, sepanjang cerita, pembaca dihadapkan pada berbagai gambaran lanskap pariwisata yang unik, kaya, dan beragam.

Secara konvensional komik berarti teks yang mengandung unsur visual dan unsur verbal yang saling berkaitan (Windayanto, dkk., 2021:110). Jadi, sesuai sinopsis cerita di atas, dalam komik ini ada kode-kode verbal dan visual yang menarasikan lanskap pariwisata Malang secara simultan. Harus digarisbawahi bahwa penggunaan kode-kode ini tidak netral karena tentu memuat makna, maksud, dan motif tertentu dari pengarang dalam kaitannya dengan persoalan tertentu. Sejalan dengan hal ini, penelitian komik tidak hanya menyoal struktur, elemen, dan kebahasaan komik, tetapi juga “yang tidak dikatakan” dalam komik (Kurnia, dkk., 2013), salah satunya, yaitu keterhubungan komik dan politik dengan beragam cara (Worcester, 2017:691).

Berdasarkan justifikasi di atas, kajian ini menjawab dua pertanyaan: (1) bagaimana representasi lanskap pariwisata Malang dalam komik *PdM*? dan (2) bagaimana konteks politik yang mendasari praktik diskursif ini? Tujuan penelitian ini menguraikan lanskap yang direpresentasikan dalam komik dan membongkar motif politik yang mendasari produksinya. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa kode-kode visual dan verbal yang membangun struktur komik bukanlah entitas netral, tetapi terhubung dengan konteks politik. Berikutnya, terdapat beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Secara akademik, penelitian ini memproduksi pengetahuan mengenai lanskap pariwisata Malang dalam komik dan konteksnya dalam arena kajian sastra pariwisata dan kajian komik. Selama ini, komik dinilai secara peyoratif sebagai bacaan buruk sehingga termarginalkan (Kurnia, dkk., 2013). Penelitian diharapkan dapat mengembangkan kajian komik multiperspektif dan menjadi bukti bagi pemangku kepentingan tentang peran komik secara politis dalam kebijakan pariwisata.

Adapun masalah penelitian dijawab dengan konsep lanskap pariwisata dan teori naratologi komik, terutama yang berfokus pada gambar menurut Mikkonen (2017). Lanskap dan pariwisata memiliki relasi yang kompleks sehingga memunculkan berbagai kajian tentang keduanya (Jiménez-García, dkk., 2020:3). Menurut Skowronek. dkk. (2018:81),

lanskap pariwisata terdiri dari tiga komponen: (1) atraksi wisata, yakni elemen fisik dari lingkungan alam atau budaya yang menarik perhatian sehingga orang mengunjunginya, (2) fasilitas wisata, yakni fasilitas dan pelayanan yang memiliki fungsi secara terhubung untuk memuaskan wisatawan, serta (3) wisatawan, yakni kehadiran dan pergerakan wisatawan karena ketertarikan terhadap atraksi wisata.

Tiga aspek lanskap pariwisata direpresentasikan melalui gambar. Menurut Mikkonen (2017:78), gambar merupakan produk desain grafis yang terdiri atas garis dan guratan pada bidang dua dimensi. Definisi ini fleksibel karena gambar sejalan dengan perkembangan teknologi. Dalam komik *PdM*, gambar bukan garis-guratan hitam-putih, melainkan objek-objek berwarna. Meskipun berfokus pada gambar, aspek verbal tidak berarti dipinggirkan karena menurut Mikkonen (2017:15), naratologi tidak memandang komik sebagai karya sastra verbal atau seni visual yang terpisah, tetapi sebagai narasi. Untuk memahami penarasian cerita, Mikkonen (2017:87) menjelaskan konsep penunjukan (*showing*), yaitu memahami pengendalian aspek visual dalam bercerita dengan menampilkan tokoh dalam situasi, perilaku, atau tindakan di dunia tertentu. Konkretisasi teori ini dibahas lebih lanjut dalam uraian metodologi.

2. Metode

Secara metodologis, penelitian kualitatif ini dengan dua tahap: pengumpulan data dan analisis. Sebagai sumber data adalah komik PdM. Data penelitian berupa satuan-satuan panel atau gambar dalam komik yang menunjukkan tiga aspek lanskap pariwisata. Data ini dikumpulkan dengan pembacaan (penyimak), lalu dilakukan pemindaian untuk menangkap data dan menyajikannya dalam uraian analisis. Penyajian data juga memerlukan modifikasi (pemotongan) sesuai dengan kepentingan penelitian. Data dianalisis melalui wacana multimodal secara kritis, yaitu bagaimana moda-moda semiotik merealisasikan wacana (Noviani, 2018:121). Wacana ini berkaitan dengan narasi cerita, yaitu situasi, perilaku, dan tindakan tokoh dalam konteks lanskap pariwisata.

Analisis wacana multimodal yang kritis turut mempertanyakan pula agensi produsen teks, kepentingannya, dan kepentingan siapa yang diperjuangkan (Kress dalam Noviani, 2018:121). Tulisan-tulisan terdahulu yang terkait dengan komik ini dijadikan referensi pembahasan untuk mengungkapkan agensi, produksi, dan pemenuhan kepentingan tertentu. Dalam analisis data, validitas data beroperasi karena seperti penjelasan Hammersley dan Atkinson (dalam Creswell dan Miller, 2000:125), validitas merujuk pada kesimpulan dari

data. Refleksivitas peneliti digunakan sebagai prosedur validitas, yaitu pengungkapan asumsi, keyakinan, dan bias peneliti dalam paradigma kritis dengan berefleksi terhadap kekuatan yang membentuk interpretasi (Creswell dan Miller, 2000:127). Dengan demikian, peneliti berperan sebagai subjek yang menentukan interpretasi dan pemaknaan data menurut pandangan, pemikiran, dan pemahamannya. Peneliti tetap memosisikan kerangka pikirnya secara kritis pada lanskap pariwisata dan teori naratologi komik sebagai kekuatan yang mengarahkan interpretasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Malang sebagai ruang tidak terlepas dari praktik keruangan. Praktik ini berarti tindakan keruangan, yakni pembangunan ruang fisik dan penggunaan ruang-ruang tersebut (Lefebvre dalam Faruk, 2020:266). Malang merupakan ruang sosial, yang di dalamnya pemerintah dan masyarakat melakukan dua praktik spasial, yaitu membangun destinasi wisata buatan dan mengembangkan bentang alam tertentu sebagai destinasi wisata alam. Praktik ini memunculkan yang buatan dan yang alam. Hal ini menunjukkan pemahaman komikus terhadap praktik spasial yang terjadi, kemudian tergambarkan dari sampul komik yang mewakili bangunan teks secara menyeluruh. Lihat Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Sampul Komik dengan Representasi Pariwisata di Malang
(Sumber: Meonk, 2020)

Sampul merepresentasikan Museum Satwa di Kota Batu (kiri), Kampung Warna-Warni Jodipan di Kota Malang (kanan), dan Gunung Bromo di Kabupaten Malang (tengah

belakang). Museum dan kampung mewakili pembangunan wisata buatan, sedangkan gunung mewakili pemanfaatan bentang alam. Ketiganya merepresentasikan pariwisata. Pariwisata beroperasi dengan mensyaratkan kehadiran wisatawan sebagai subjek pendukung. Subjek ini turut melakukan praktik spasial karena memahami lokasi tertentu sebagai ruang untuk berwisata. Bagi pemerintah dan masyarakat setempat, Malang adalah ruang yang dikelola. Bagi wisatawan, Malang adalah ruang yang dikunjungi. Artinya, pemanfaatan ruang ini bersifat timbal balik antara subjek di dalam dan dari luar ruang.

Subjek luar ialah Juki (yang menaiki kuda) dan Mang Awung (harimau). Kunjungan itu dimungkinkan oleh keberadaan destinasi wisata di Malang, yang diwakili oleh tiga objek. Mereka juga dibersamai oleh subjek dalam, yakni tokoh asal Malang, Sam Ongis, seekor singa (lihat Gambar 2). Nama tokoh dan gambar ini bernilai diskursif. “Sam Ongis” ialah pembalikan “Mas Singo” ‘Singa’. Hal ini diambil dari *bòsò* Walikan Malangan. Singa melambangkan Arema, klub sepak bola Malang. Arema berdiri pada 11 Agustus 1987 dan zodiak bulan tersebut adalah singa sehingga hewan ini dipilih sebagai logonya (Maulidina, 2019:328–329).



Gambar 2. Tokoh Sam Ongis dari Malang
(Sumber: Meonk, 2020)

Dalam perkembangannya, Arema juga berarti arek ‘orang’ Malang. Artinya, Gambar 2 tidak terbatas pada sepak bola dan identitas individual, tetapi secara kolektif dan diskursif

menjadi identitas kultural masyarakat Malang. Menurut peneliti, tokoh ini menunjukkan bahwa komikus memainkan politik identitas. Politik identitas adalah pemanfaatan identitas bagi perjuangan ideologis di wilayah perebutan makna (Ajidarma, 2005:211). Komikus memperjuangkan kepentingan untuk menstrukturasi dan mengonstruksi Malang dan praktik pariwisata dalam komiknya. Komikus melibatkan identitas dalam perjalanan pariwisata di Malang melalui kehadiran tokoh tertentu.

Selanjutnya, Juki, Mang Awung, dan Sam Ongis mengeksplorasi, menyusuri, dan mengunjungi berbagai destinasi wisata. Mereka merupakan komponen lanskap pariwisata, yaitu wisatawan, yang mengimplikasikan kehadiran dan pergerakan menuju atraksi wisata. Dalam pergerakan ini, komikus dalam beberapa bagian terus mempolitisasi identitas. Hal ini terjadi saat tiba di Malang dan perjalanan wisata belum dimulai, Juki dan Mang Awung menyantap bakso. Bakso merupakan komoditas dalam wisata kuliner (lihat Gambar 3). Ciri khas bakso Malang adalah isinya beragam dan pembeliannya bebas sesuai dengan selera pembeli, bukan dalam sistem porsi dengan harga tertentu.

Dalam komik, bakso ditampilkan pada bagian awal dan tidak terafiliasi dengan wilayah administratif tertentu. Hal ini dengan jelas mengimplikasikan bahwa bakso adalah salah satu identitas kultural masyarakat Malang, yang bisa dijumpai, baik di Kota Malang, Kota Batu, maupun Kabupaten Malang. Berdasarkan fakta ini, peneliti berpandangan bahwa komikus memainkan politik identitas untuk melampaui batas-batas ketiga wilayah dan menegaskan bahwa ketiganya menyatu dan disatukan oleh identitas kolektif kuliner. Itulah sebabnya, penjudulan komik *petualangan di Malang* sesuai tidak berpihak pada salah satu wilayah tertentu.



Gambar 3. Bakso Malang
(Sumber: Meonk, 2020)

Adapun praktik pariwisata oleh Juki, Mang Awung, dan Sam Ongis secara berurutan dimulai dari Kota Malang, Kabupaten Malang, menuju Kota Batu. Secara naratif, cerita perjalanan diceritakan dalam waktu yang relatif pendek. Mereka berada di satu destinasi, lalu dengan cepat berpindah ke destinasi lainnya. Hal ini menunjukkan kecenderungan komikus untuk menonjolkan informasi tentang destinasi tertentu dalam bentuk verbalitas. Informasi ini, secara general, juga ditampilkan dalam dua kode visualitas, yaitu pelabelan kartun dan realistis (Cohn, 2013:49). Kombinasi keduanya lazim ditemukan dalam narasi. Pada tiap lanskap pariwisata, komikus menyertakan panel kartun dan panel realistis. Sebagai contoh, lihat perbandingan Gambar 4 dan Gambar 5 berikut.



Gambar 4. Visualitas Berkode Kartun (kiri); Gambar 5. Visualitas Berkode Realistis (kanan)
(Sumber: Meonk, 2020)

Gambar 4 dan 5 menampilkan Kampung Biru di Kota Malang. Namun, keduanya menggambarkan lokasi dengan kode yang berbeda. Gambar 4 ditampilkan secara ilustratif dan grafis sehingga menekankan orientasi pada imajinasi komikus. Gambar ini juga bersifat representatif karena mengalami pembiasaan. Misalnya, komikus menyajikan tiga atap rumah berwarna biru sebagai representasi homogenitas warna rumah di perkampungan. Sebaliknya, Gambar 5 menekankan orientasi faktual berupa foto realistis untuk menyajikan fakta visual sesungguhnya kepada pembaca. Singkatnya, kombinasi antara kode kartun dan realistis hadir dalam komik untuk menggambarkan lanskap pariwisata Malang yang dibahas pada uraian berikut.

3.1 Penunjukan Lanskap Pariwisata di Malang

Pengantar pada Bab 3 menggarisbawahi temuan penting bahwa Juki, Mang Awung, dan Sam Ongis merupakan salah satu komponen lanskap pariwisata, yaitu wisatawan.

Selanjutnya, pembahasan berikut membongkar dua komponen lainnya, yakni atraksi dan fasilitas. Pembahasan ini dibagi menjadi tiga wilayah di Malang sesuai dengan urutan naratif sehingga bisa dilihat persamaan ataupun perbedaan masing-masing dan ciri khas pariwisata yang dipraktikkan di tiap wilayah.

3.1.1 Kampung-Kampung Wisata di Kota Malang

Komikus menunjukkan atraksi wisata urban dan religi, yaitu alun-alun dan Masjid Agung Malang yang lokasinya berseberangan. Penggambaran fasilitasnya tidak disertakan, tetapi secara verbal, alun-alun dinarasikan sebagai tempat berkumpul dengan keluarga dan teman. Komikus juga menonjolkan pariwisata yang berbasis kampung: Kampung Warna-Warni Jodipan (Gambar 6), Kampung Biru (Gambar 7), dan Kampung Wisata Kajoetangan (Gambar 8). Visualitas tiga kampung ini menampilkan ciri khas dan orientasinya masing-masing. Dua kampung berorientasi pada warna perkampungan (plural dan tunggal). Sebuah kampung berorientasi pada sejarah urban. Visualitas ini merepresentasikan pemanfaatan kampung sebagai tempat yang menarik untuk dikunjungi.



Gambar 6. Kampung Warna-Warni (kiri); Gambar 7. Kampung Biru (tengah); Gambar 8. Kampung Wisata Kajoetangan (Sumber: Meonk, 2020)

Dengan kecenderungan menampilkan pariwisata kampung, komik ini terlibat dalam wacana kampung dalam konteks modernitas kolonial (lihat Budianta, 2018:3). Konteks ini memandang kampung sebagai wilayah yang ditaklukkan sehingga wilayah yang semula kumuh menjadi berkelas lebih tinggi (Budianta, 2018:4). Modernisasi ini mengonstruksi kampung sebagai ruang-kota lain yang dapat dimanfaatkan untuk komersialisasi (Budianta, 2019: 245). Hal ini tampak pada tuturan Sam Ongis, yaitu “Dulunya kampung ini kumuh...” (Meonk, 2020). Tuturan ini mengimplikasikan pola pikir modernitas yang bertumpu pada

logika “dulu kumuh, sekarang indah”. Hal ini menyiratkan bahwa lanskap pariwisata di Kota Malang dipraktikkan dengan landasan modernitas kolonial.

3.1.2 Wisata Berbasis Alam di Kabupaten Malang

Pada narasi berwisata ke Kabupaten Malang, komikus menampilkan atraksi wisata religi, yaitu Masjid Tiban di Sananrejo. Namun, penunjukan wisata religi tidak dominan. Komikus cenderung menonjolkan wisata berbasis alam, seperti Boon Pring, *Clungup Mangrove Conservation* (CMC) Tiga Warna, dan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (selanjutnya disingkat TNBTS).

Adapun wisata berbasis alam merujuk pada perjalanan rekreasional yang bergantung pada pemandangan alam atau sumber daya alam, baik sebagai tempat maupun komponen utama dalam aktivitas wisata (Zeitlin & Burr, 2011). Pertama, Boon Pring secara visual digambarkan sebagai kawasan telaga, yang dikelilingi oleh kebun bambu. Telaga dan kebun bambu menjadi komponen yang saling bersinergi sebagai pemandangan alam yang dikelola sebagai atraksi wisata. Komikus juga memperlihatkan lanskap pariwisata berupa fasilitas.



Gambar 9. Fasilitas di Boon Pring
(Sumber: Faza Meonk, 2020)

Makna panel di atas sepenuhnya dibentuk oleh visualitas karena tidak ada verbalitas yang disertakan. Visualitas dibentuk dari paduan antara kode kartun (tiga tokoh) dan kode realistis (pohon, bangku bambu, telaga, dan kebun bambu). Visualitas ini memperlihatkan bahwa salah satu tindakan yang bisa dilakukan adalah berfoto. Tindakan itu dimungkinkan oleh ketersediaan fasilitas spot foto, yakni bangku yang berlatar belakang telaga dan kebun bambu. Dengan menampilkan tindakan dan fasilitas dalam satu gambar, terimplikasikan bahwa ada hubungan timbal balik di antara keduanya. Tindakan hanya terjadi jika ada objek yang memfasilitasi dan objek disebut fasilitas jika memungkinkan terjadinya tindakan.

Berikutnya, CMC Tiga Warna digambarkan secara lebih kompleks. Hal ini terlihat dari kehadiran visualitas dan verbalitas mengenai tata cara dan peraturan berwisata ke pantai ini dan informasi atraksi wisata. Wisata alam berangkat dari keprihatinan atas dampak buruk pariwisata terhadap lingkungan (Metin, 2019:177). Lebih lanjut, Lucas (dalam Metin, 2019:177) menyatakan bahwa wisata ini berimplikasi rendah terhadap lingkungan; bermanfaat tinggi secara sosial dan ekonomi. Jadi, informasi ini dapat diperhatikan oleh pembaca ketika hendak berkunjung ke atraksi tersebut.

Berikutnya, penelitian ini menemukan ketumpangtindihan lanskap pariwisata. Hal ini tampak pada penggunaan perahu untuk menuju Pantai Tiga Warna (Gambar 10). Perahu menjadi fasilitas penghubung antara wisatawan dan atraksi tujuan. Namun, dalam konteks wisata alam, hal ini berbeda. Menurut Marzuki (dalam Metin, 2019:182), atraksi utama dalam wisata ini, salah satunya, adalah aksesibilitas. Perahu menunjang aksesibilitas sehingga dikategorikan sebagai atraksi utama. Hal ini memperlihatkan bahwa komik ini melampaui sekat-sekat teoretik yang digagas oleh Skowronek, dkk. dengan melekatkan dua peran pada sebuah objek: atraksi dan fasilitas.



Gambar 10. Para Tokoh Menuju Pantai Tiga Warna dengan Perahu
(Sumber: Meonk, 2020)

Selanjutnya, komikus menampilkan TNBTS dengan Gunung Bromo sebagai atraksi utama. Lanskap ini dinarasikan lebih dominan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Penggambarannya lebih banyak dan detail dengan menyinggung wisata budaya di sekitar taman nasional. Itulah sebabnya, judul komik ini menekankan kawasan tersebut. Hal ini bukan tanpa alasan. Secara faktual, kawasan ini berbobot diskursif jauh lebih besar daripada atraksi-atraksi lain dalam komik. Bobot tersebut terimplikasikan dari fakta bahwa, misalnya, Gunung Bromo merupakan rujukan bagi wisatawan nasional dan global. Kawasan tersebut juga jauh lebih luas dibandingkan dengan yang lain.

Dalam penggambaran TNBTS, para tokoh divisualisasikan memulai perjalanan dengan mobil pada pukul 12 malam. Hal ini berbeda dengan penggambaran beberapa atraksi sebelumnya, yang secara naratif mereka dihadirkan langsung di atraksi tujuan. Perpindahan antaratraksi juga terjadi dalam waktu yang cepat. Dalam perjalanan itu, mereka berpakaian hangat layaknya di kutub (Gambar 11). Penggunaan pakaian tebal, seperti jaket dan syal, dipengaruhi oleh kondisi atraksi wisata yang bersuhu dingin. Namun, pada visualisasi berikut, Juki mempertanyakan alasan pengenaan pakaian tersebut, yang menyiratkan bahwa ia tidak mengetahui bahwa di sana bersuhu dingin.



Gambar 11. Juki Mempertanyakan Alasan Pengenaan Pakaian Tebal (kiri);

Gambar 12. Juki Kedinginan (Sumber: Meonk, 2020)

Lanskap wisata imajiner terbentuk dari ekspektasi, perasaan, dan emosi sebelum berwisata, lantas dikontraskan selama berada di lanskap pariwisata (Skowronek, dkk., 2018:81). Gambar 11 merepresentasikan bahwa tokoh berekspektasi bahwa TNBTS tidak bersuhu dingin sehingga dia mempertanyakan pengenaan pakaian tebal. Ekspektasi ini kontras dengan kenyataan pada Gambar 12, yang menggambarkan Juki kedinginan. Dengan demikian, ekspektasinya bertolak belakang dengan kenyataan atraksi wisata. Penggambaran lanskap ini secara tidak langsung juga menginformasikan pada pembaca bahwa untuk ke TNBTS, mereka harus berpakaian tebal dan hangat.

Selanjutnya, komikus menyajikan panel visual berukuran hampir satu halaman, yang menunjukkan berbagai rute menuju Gunung Bromo. Berikutnya, setelah para tokoh tiba di Coban Trisula (Gambar 12), visualitas perjalanan mereka ditampilkan, yaitu melewati jalan berkelok dan menanjak. Perjalanan harus ditempuh dengan jeep sebagai atraksi dan fasilitas, yang memungkinkan wisatawan mencapai TNBTS. Atraksi dan fasilitas ini menghubungkan tokoh sebagai wisatawan dengan elemen-elemen pada atraksi wisata, yaitu Bukit Cinta, Pasir Berbisik, dan Bukit Teletubbies Bromo (lihat tiga gambar berikut). Aspek visual bercerita tentang karakter dalam situasi, perilaku, atau tindakan di dunia tertentu (Mikkonen,

2017:87). Artinya, tiga elemen ini ialah dunia-dunia yang di dalamnya aktor beraktivitas, yaitu menyaksikan matahari terbit, bermain di pasir, dan memandang perbukitan.



Gambar 13. Menyaksikan Matahari Terbit di Bukit Cinta (kiri); Gambar 14. Bermain di Pasir Berbisik (kanan) (Sumber: Meonk, 2020)



Gambar 15. Memandang Bukit Teletubbies
(Sumber: Meonk, 2020)

Kawasan atraksi wisata tidak terlepas dari masyarakat pendukung yang tinggal dan berkomunitas di sekitarnya. Komik ini menarasikan kunjungan tiga tokoh ke rumah seorang pengurus Desa Ngadas, desa yang dihuni oleh Suku Tengger. Kunjungan ini tidak secara langsung berkaitan dengan lanskap pariwisata, tetapi menggambarkan kekayaan kultural masyarakat Tengger sebagai pendukung lanskap tersebut. Dalam komik, lewat tuturan tokoh pengurus desa, dinarasikan bahwa Desa Ngadas memiliki komoditas unggulan, yaitu terong belanda dan kentang. Selain itu, mereka adalah masyarakat plural dalam hal keyakinan beragama dan senantiasa mempertahankan warisan leluhur.

3.1.3 Wisata Artifisial di Kota Batu

Berbeda dengan dua wilayah sebelumnya, pariwisata di Kota Batu mempraktikkan wisata artifisial. Lipasti (2017:10) menjelaskan bahwa wisata ini merupakan lingkungan yang tersimulasikan, yaitu pengaturan yang meniru lingkungan asli dan buatan manusia; juga berarti lokasi alam yang diciptakan untuk menghasilkan pengalaman yang nyata. Dalam komik ini terdapat dua atraksi, yaitu Jawa Timur Park 2 dan Museum Angkut. Jawa Timur Park 2 merupakan atraksi wisata dengan tiga tujuan sebagai elemennya, yaitu Museum Satwa, Batu Secret Zoo, dan Eco Green Park. Ketiganya juga merupakan atraksi wisata yang berdiri sendiri-sendiri karena berdaya tarik masing-masing.

Ketiga atraksi di atas merupakan dunia yang mewadahi aktivitas para tokoh. Di Eco Green Park, misalnya, komikus menunjukkan dua daya tarik dengan kode realistik, yaitu permainan tembak-tembakan dengan naik mobil mengelilingi hutan dan beragam satwa. Selain itu, ada fasilitas tempat pembelian minum, yang direpresentasikan oleh minuman dingin (Gambar 16). Penghadiran satwa, seperti kebun binatang, mencirikan atraksi wisata artifisial. Kebun binatang, menurut Forrester dan Singh (dalam Lipasti, 2017:11), dioperasikan sebagai cara manusia untuk menciptakan lingkungan yang meniru kondisi dan habitat alam liar.



Gambar 16. Daya Tarik dan Fasilitas di Atraksi Wisata
(Sumber: Meonk, 2020)

Penelitian ini menemukan bahwa komik menyoroti praktik kepariwisataan di Kota Batu yang menekankan artifisialitas. Hal ini terjadi dalam konteks atraksi wisata Batu Secret Zoo, yang di dalamnya ada banyak satwa. Artifisialitas juga ditekankan dengan fasilitas kolam renang. Perpaduan antara satwa dan wisata air secara kombinatif membangun wacana wisata artifisial. Di dalamnya terdapat berbagai objek yang dibangun oleh manusia untuk menunjukkan imitasi pada alam. Di antara keduanya, secara naratif, komikus lebih banyak menampilkan beragam satwa daripada fasilitas pendukungnya. Boleh jadi hal ini disebabkan oleh Batu Secret Zoo, seperti namanya, mengutamakan pensimulasian alam liar dengan beragam satwa.

Atraksi wisata berikutnya adalah Museum Satwa dan Museum Angkut. Museum berperan penting bagi pengunjung, wisatawan, dan penduduk lokal karena memberikan informasi dan menghibur untuk menghabiskan waktu (Culley, 2010:1). Museum Satwa menyajikan instalasi satwa sehingga wisatawan mendapatkan informasi tentangnya. Selain itu, wisatawan dapat mengabadikan momen, seperti tindakan Juki (Gambar 17). Demikian pula, komik ini secara naratif menunjukkan Museum Angkut yang di dalamnya menyajikan pajangan berbagai moda transportasi. Selain itu, divisualisasikan pula fasilitas yang tersedia di atraksi tersebut, yaitu spot foto yang bagus dan kafe yang berkonsep kereta (Gambar 18). Kedua fasilitas ini ditampilkan secara realistis.



Gambar 17. Aktivitas Juki Memfoto Instalasi Museum (kiri); Gambar 18. Dua Fasilitas di Museum Angkut (kanan) (Sumber: Meonk, 2020)

3.2 Konteks Politik yang Menopang Wacana Komik

3.2.1 Objektivitas dan Subjektivitas: Perjumpaan Ideologis

Sebagai praktik budaya, komik mengartikulasikan ideologi yang penting dibicarakan sebelum membahas konteks politik. Menurut Butters, dkk. (1996:4), ideologi harus diwujudkan dalam bentuk yang berbeda dan nyata karena melalui materialisasi, perluasan-pengkomunikasian ideologi dimungkinkan. Hal ini mengimplikasikan bahwa ideologi tidak lepas dari kepentingan yang diperjuangkan, dicapai, dan dipertahankan. Menurut Ajidarma (2005: 306), kepentingan merupakan bagian dari ideologi dan bahkan terjemahan dari ideologi itu sendiri. Dengan demikian, komik adalah materialisasi ideologi, yang melaluinya komik ini memuat kepentingan tertentu yang diperjuangkan oleh komikusnya.

Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana ideologi dibongkar. Rekapitulasi diskusi 3.1 adalah bahwa komik ini menarasikan lanskap pariwisata di Malang secara visual, yang merepresentasikan ciri khas wisata masing-masing di tiga wilayah. Dua komponen yang lain turut dihadirkan meskipun komponen fasilitas tidak selalu melekat pada tiap atraksi. Selain itu, komikus cenderung menarasikan lanskap dengan kode kartun dan realistis. Penggunaan dua kode ini menggiring pada kebermaknaan ideologis. Untuk memperjelas uraian, berikut ini disajikan data pendukung yang menunjukkan penggunaan dua kode dalam menarasikan atraksi wisata Pantai Tiga Warna.



Gambar 19. Atraksi Wisata dan Aktivitas Wisatawan di Pantai Tiga Warna
(Sumber: Meonk, 2020)

Gambar 19 memuat tiga panel. Panel atas menunjukkan para tokoh di Pantai Tiga Warna, yang dihadirkan secara realistis. Dengan demikian, pembaca mengenali pantai ini secara faktual. Sementara itu, tindakan tokoh pada dua panel di bawahnya dihadirkan dengan kode kartun. Dari gambar ini, ada perbedaan pasir realistis dengan pasir kartun. Pasir kartun tidak memberikan informasi faktual kepada pembaca, tetapi menjadi elemen pendukung aktivitas tokoh. Kedua kode ini mengarahkan pada dua pendekatan, yaitu pendekatan realisme dan kartun.

Menurut Ajidarma (2005:297), pendekatan realisme mengandung konstruksi sosial atas realitas dengan kemiripan maka berlaku logika objektif, sedangkan pendekatan kartun mengacu pada kesepadanan daripada kemiripan dan berlaku logika subjektif. Contoh perbandingan pasir realis dan pasir kartun mengimplikasikan dua logika yang berbeda. Pada satu sisi, komikus menggambarkan lanskap pariwisata secara objektif. Berbagai lanskap dikonstruksi sedekat mungkin dengan realitas sehingga kemiripan diperjuangkan. Pada sisi lain lanskap pariwisata juga digambarkan secara subjektif yang mengonstruksi realitas sosial menjadi realitas mungkin. Realitas sosial dan realitas mungkin sebetulnya tidak benar-benar terpisah karena komikus pasti mendasarkan penggambarannya pada kenyataan. Artinya, pengonstruksian ini tidak semena-mena, tetapi perlu dibangun dengan kesepadanan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini melihat bahwa komik ini mengartikulasikan dua ideologi, yaitu objektivitas yang berkepentingan menjadi objektif dan subjektivitas yang berkepentingan untuk menjadi subjektif. Komikus memperjuangkan narasi informatif bagi pembaca tentang berbagai lanskap. Komikus juga menarasikan cerita yang menempatkan tokoh sebagai pelaku tindakan dan pengubah peristiwa. Cerita fiksi ini penting karena kehadirannya mendampingi dan berkombinasi dengan informasi. Dengan demikian, komik tidak terjebak pada semacam sifat ensiklopedis: bukan komik tentang lanskap pariwisata, melainkan komik dengan cerita yang memuat wacana lanskap pariwisata.

Kehadiran dua ideologi menimbulkan pertanyaan tentang relasi di antara keduanya: mendukung atau bertentangan. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa komik secara koheren memperjumpakan informasi dengan cerita, fakta dengan fiksi, kode realis dengan kode kartun, yang berarti mempertemukan dua ideologi. Dengan subjektivitas, komik terhindar dari bias yang menjebak hanya sebagai sumber informasi. Dengan objektivitas, komik ini juga menawarkan informasi tentang Malang sebagai ruang sosial dengan praktik pariwisata dengan berbagai atraksi, dari wisata kampung, wisata berbasis alam, hingga

wisata artifisial. Dua ideologi ini bersama-sama dimaterialisasikan dalam dan diartikulasikan oleh komik Faza Meonk.

3.2.2 Komik sebagai Modal Budaya dalam Kebijakan Publik

Perjumpaan ideologis berguna untuk mengeksplorasi konteks politik yang menopang produksi komik. Pada 2018 –dua tahun sebelum komik ini terbit, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi (Kemenkomarves) menjalin kerja sama dengan PT Elex Media Komputindo untuk meluncurkan komik *Si Juki Seri Jalan-Jalan ke Nusantara* mengenai sepuluh kawasan strategis pariwisata nasional (Rahman, 2018). Kerja sama ini berlanjut hingga 2020. Pada Maret 2020, untuk ketiganya kalinya, kerja sama tersebut meluncurkan komik ini (lihat Natalia, 2020). Fakta pasar menunjukkan bahwa komik seru petualangan di Labuan Bajo Flores terjual 20.000 eksemplar (Natalia, 2020). Tingginya angka penjualan ini menunjukkan bahwa komik terbilang sukses dalam mempromosikan pariwisata di Indonesia. Namun, sepanjang penelusuran, tidak ada data mengenai angka penjualan komik yang dibahas dalam penelitian ini.

Konteks di atas menggarisbawahi bahwa komik merupakan komoditas pasar yang digunakan dalam kebijakan publik tentang pariwisata. Komik menjadi media yang tidak hanya dipasarkan, tetapi juga diharapkan mampu mendiseminasikan informasi kepada masyarakat mengenai keberagaman pariwisata di Indonesia, termasuk di Malang. Menurut Daniell (2014:13), kebijakan publik merupakan cara yang terkait dengan atau merupakan hasil politik, yang dipengaruhi oleh individu atau kelompok yang berkuasa untuk mengubah sumber daya di masyarakat. Kebijakan publik juga berkenaan dengan proses dan tindakan substantif untuk menangani masalah, isu, dan inovasi tertentu (Dimock, dkk. dalam Daniell, 2014:13).

Dengan demikian, ada tiga aspek yang bisa ditarik dari definisi di atas: aktor pembuat kebijakan publik, proses kebijakan, dan substansi kebijakan. Kebijakan publik pada bidang pariwisata dijalankan oleh pemerintah yang diwakili oleh Kemenkomarves. Secara legal-formal, institusi inilah mengurus bidang kepariwisataan. Secara substantif, pada 2020, Gunung Bromo merupakan salah satu dari sepuluh destinasi prioritas pariwisata di Indonesia (Kemenparekraf, 2020). Itulah sebabnya, masuk akal apabila kementerian ini menyusun kebijakan publik yang terkait dengan lanskap pariwisata Gunung Bromo dan Malang secara umum dengan memanfaatkan komik.

Penyusunan mengimplikasikan proses. Proses ini melibatkan komik sebagai modal budaya di dalamnya. Budaya, menurut Bourdieu (dalam Daniell, 2014:3), merupakan modal

yang dapat digunakan oleh individu atau kelompok mencapai posisi tertentu; modal itu bisa diwujudkan, diobjektifikasi, atau dilembagakan. Dalam hal ini, komik merupakan produk budaya yang diproduksi oleh kreator dan didistribusikan oleh penerbit dengan pemerintah sebagai pengayomnya. Pengayoman itu tampak dari perjumpaan ideologis. Perjumpaan tersebut termaterialisasikan dalam komik yang menawarkan informasi dan cerita sekaligus. Pembaca tidak hanya menikmati cerita, tetapi juga menerima informasi. Perjumpaan tersebut mengartikulasikan kepentingan pemerintah, yaitu turut mendukung, mengenalkan, dan mempromosikan pariwisata di Indonesia. Komik ini sebagai modal budaya adalah bagian proses kebijakan publik, yang diobjektifikasi melalui mekanisme pasar (penjualan) agar menyebar dan menjangkau masyarakat.

Kembali mengulang pernyataan Worcester (2017:691), politik dan komik terhubung dengan berbagai cara. Dalam penelitian ini, hubungan itu dimungkinkan oleh kepentingan aktor dalam bidang pariwisata yang memerlukan kebijakan sebagai proses dan tindakan substantif sesuai dengan isu, masalah, dan inovasi kepariwisataan. Itulah sebabnya, komik diakomodasi sehingga kepentingan secara ideologis diperjuangkan oleh dan melalui komik. Komik dimungkinkan produksinya karena ada konteks politik. Sebaliknya, konteks politik bisa beroperasi dengan adanya modal, yaitu komik itu sendiri.

4. Simpulan

Penelitian ini telah menjawab dua pertanyaan penelitian, yaitu representasi lanskap pariwisata di Malang dalam komik dan konteks politik yang melingkupinya. Penelitian ini menawarkan dua garis besar temuan. Pertama, secara naratif komik ini menampilkan Malang dengan praktik pariwisata sebagai praktik spasial. Praktik ini mewujud sebagai lanskap wisata yang tersebar di Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu, dengan ciri khasnya dan fasilitas masing-masing. Juki, Mang Awung, dan Sam Ongis sebagai subjek berinteraksi dan bersama-sama menempuh perjalanan wisata menuju berbagai lanskap, yaitu wisata kampung, wisata berbasis alam, dan wisata artifisial, yang ditunjukkan dengan kode realistik dan kartun.

Kedua kode mengimplikasikan ideologi tertentu. Kode realistik mengonstruksi realitas sehingga komik ini menampilkan informasi secara objektif. Sementara itu, kode kartun mengonstruksi realitas dalam logika kesepadanan untuk menyajikan fiksi dan cerita secara subjektif. Kedua hal ini menempatkan komik sebagai modal budaya dalam kebijakan publik bidang pariwisata, terutama pariwisata di Malang dengan prioritasnya adalah Gunung

Bromo. Sebaliknya, kebijakan pemerintah (kementerian) merupakan konteks politik yang melingkupi produksi komik. Dengan demikian, dapat disintesis bahwa narasi yang muncul pada komik tidak terlepas dari dan berkaitan dengan konteks politik tertentu.

Daftar Pustaka

- Ajidarma, S. G. (2005). *Tiga Panji Tengkorak: Kebudayaan dalam Perbincangan*. Disertasi. Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.
- Anoegrajekti, N., Saryono, D., & Putra, I. N. D. (Eds.). (2020). *Sastra Pariwisata*. Yogyakarta: Kanisius dan Himpunan Sarjana Kesusastraan Indonesia (HISKI) Komisaritas Jember, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jember.
- Anugerah, O. A. P., Budiarjo, H., & Prayitno, S. (2016). Perancangan Buku Komik City Guide Pariwisata Kota Surabaya Berbasis Ilustrasi Digital Guna Mengembangkan Wisata Surabaya. *Art Nouveau*, 5(2). www.eastjava.com
- Budianta, M. (2018). Pendahuluan. In M. Budianta & D. Hapsarani (Eds.), *Meniti Arus Lokal-Global: Jejaring Budaya Kampung* (pp. 1–18). Infermia Publishing.
- Budianta, M. (2019). Smart kampung: doing cultural studies in the Global South. *Communication and Critical/ Cultural Studies*, 16(3), 241–256. <https://doi.org/10.1080/14791420.2019.1650194>
- Butters, L. J. C., DeMarais, E., & Earle, T. (1996). Ideology, Materialization and Power Strategies. *Current Anthropology*, 37(1), 15–31.
- Çevik, S. (2020). Literary tourism as a field of research over the period 1997-2016. *European Journal of Tourism Research*, 24.
- Cohn, N. (2013). *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images*. Bloomsbury Academic. www.semioticon.com/semiotix
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry. *Theory Into Practice*, 39(3), 124–130.
- Culley, S. (2010). *Museums and Tourists: A Quantitative Look at Curator Perceptions of Tourism*. Tesis. University of Waterloo.
- Daniell, K. (2014). *The Role of National Culture in Shaping Public Policy: A Review of the Literature*.
- Darma, D. B., Chakim, N., & Nur Abida, F. I. (2022). Marvel Comics in The Context of Literary Tourism. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 5(4), 710–715. <https://doi.org/10.34050/elsjish.v5i4.24825>
- Faruk. (2020). Ruang Kota Yogyakarta dalam Perspektif Produksi Ruang Henri Lefebvre. In W. Udasmoro (Ed.), *Gerak Kuasa: Politik Wacana, Identitas, dan Ruang/Waktu dalam Bingkai Kajian Budaya dan Media* (pp. 257–292). Kepustakaan Populer Gramedia.

- Hendrix, H. (2022). Tourist Literature. In S. Quinteiro & M. J. Marques (Eds.), *Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide* (pp. 137–138). Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve.
- Iqbal, M., & Alamin, R. Y. (2019). Perancangan Komik Fotografis Berbasis Website sebagai Media Promosi Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(1), F1–F5.
- Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., & Peña-Sánchez, A. R. (2020). Landscape and tourism: Evolution of research topics. *Land*, 9(488), 1–17. <https://doi.org/10.3390/land9120488>
- Kemenparekraf. (2020, September 16). *Mengenal 10 Destinasi Prioritas Pariwisata Indonesia*.
- Kurnia, L., Budiman, M., & Ridho, I. (2013). *Representasi Ruang Urban Kota Jakarta Periode 1970an dalam Komik Karya Zaldy*.
- Lipasti, J. (2017). *Artificial environments and spatial travel implications: the case of Madrid Snow Zone*. Tesis. Umeå University.
- Maulidina, R. (2019). Kajian Kultural Logo Arema: Romantisme Etnik Singhasari dan Hindia Belanda. *Seminar Nasional Seni Dan Desain “Reinvensi Budaya Visual Nusantara,”* 327–337. <https://id.wikipedia.org>
- Meonk, Faza. (2020). *Si Juki Seri Jalan-Jalan Nusantara: Petualangan di Malang Bromo Tengger Semeru*. PT Elex Media Komputindo.
- Metin, T. C. (2019). *Nature-Based Tourism, Nature Based Tourism Destinations’ Attributes And Nature Based Tourists’ Motivations* (pp. 174–200). <https://www.researchgate.net/publication/331982531>
- Mikkonen, K. (2017). *The Narratology of Comic Art*. Routledge.
- Natalia, M. (2020, March 7). *Promosikan Pariwisata, Elex-Kemenko Marves Luncurkan Komik Si Juki Petualangan di Malang*. Sindonews.Com.
- Noviani, R. (2018). Wacana Multimodal Menurut Gunther Kress dan Theo van Leeuwen. In W. Udasmoro (Ed.), *Hampan Wacana: dari Praktik Ideologi, Media hingga Kritik Poskolonial* (pp. 107–134). Penerbit Ombak.
- Priskila, T. (2019). The Effectiveness of Social Media and Online Marketing in Promoting Indonesian Tourism: Case of Wonderful Indonesia Brand. *Proceedings of the 7th International Conference on Entrepreneurship and Business Management*, 191–196. <https://doi.org/10.5220/0008490401910196>
- Rahman, M. R. (2018, Desember 5). *Dengan Komik, Kemenko Kemaritiman Ajak Milenial Berwisata*. Antara.
- Skowronek, E., Tucki, A., Huijbens, E., & Józwick, M. (2018). What is the tourist landscape? Aspects and features of the concept. *Acta Geographica Slovenica*, 58(2), 73–85. <https://doi.org/10.3986/AGS.3311>

- Suantoko. (2020). Inovasi Produk Pariwisata Religi Melalui Cerita Pewalian di Makam Sunan Bejagung Kabupaten Tuban. Dalam N. Anoeграjekti, D. Saryono, & I. N. D. Putra (Eds.), *Sastra Pariwisata* (pp. 203–225). Kanisius dan Himpunan Sarjana Kesusastran Indonesia (HISKI) Komisaritas Jember, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jember.
- Sudikan, S. Y. (2020). Pariwisata Sastra: Fenomena Universal dan Ekonomi Kreatif. Dalam N. Anoeграjekti, D. Saryono, & I. N. D. Putra (Eds.), *Sastra Pariwisata* (pp. 567–573). Kanisius dan Himpunan Sarjana Kesusastran Indonesia (HISKI) Komisaritas Jember, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jember.
- Windayanto, R. N. A., Alimaturrahmah, I., & Putuwarsi, A. F. (2021). Implikatur Konversasional dalam Komik Si Juki Karya Faza Meonk: Analisis Pragmatik Gricean. *Kadera Bahasa*, 13(2), 109–121. <https://doi.org/10.47541/kaba.v13i2.190>
- Worcester, K. (2017). Comics, comics studies, and political science. *International Political Science Review*, 38(5), 690–700.
- Zeitlin, J. M., & Burr, S. W. (2011). Community Nature-Based Tourism Development. *Utah Recreation & Tourism Matters: Institute for Outdoor Recreation and Tourism*.