

**PERMAINAN PAPAN NGEDEPROK SEBAGAI MEDIA PENGENALAN KOTA DEPOK
UNTUK GENERASI Z**

Julita Sukmawati^{1*}, Rizki Taufik Rakhman², Siti Khodijah Lestari³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta

¹litasukma31@gmail.com, ²rizkitr@unj.ac.id, ³sitikhodijah@unj.ac.id

Abstrak

Kota Depok memiliki berbagai potensi berupa destinasi, kuliner, dan fenomena sosial budaya, namun pengenalnya masih belum optimal karena persepsi masyarakat sering kali dipengaruhi oleh informasi viral dan stereotip yang membentuk citra kurang utuh terhadap kota. Penelitian ini bertujuan menghasilkan permainan papan *Ngedepro*k sebagai media untuk memperkenalkan Kota Depok secara lebih interaktif kepada Generasi Z. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *design thinking* melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Data diperoleh melalui teknik studi literatur, wawancara, observasi, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa permainan papan *Ngedepro*k mampu memperkenalkan identitas Kota Depok melalui konten destinasi, kuliner, dan fenomena sosial, serta meningkatkan ketertarikan pemain terhadap Kota Depok melalui pengalaman bermain yang interaktif.

Kata kunci: Permainan Papan, Media Pengenalan, Kota Depok, Generasi Z, Identitas Lokal.

Abstract

*The City of Depok has various potentials in the form of destinations, culinary offerings, and socio-cultural phenomena. However, its introduction and public recognition are still not optimal, as public perceptions are often influenced by viral information and stereotypes that create an incomplete image of the city. This study aims to develop a board game called Ngedepro*k as a medium to introduce the City of Depok in a more interactive way to Generation Z. This research uses a qualitative method with a *design thinking* approach through the stages of *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, and *test*. Data were collected through literature study, interviews, observation, and *Focus Group Discussion* (FGD). The results show that the *Ngedepro*k board game is able to introduce the identity of the City of Depok through content related to destinations, culinary elements, and social phenomena, as well as increase players interest in the city through an interactive gameplay experience.

Keywords: Board Game, Introduction Media, Depok City, Generation Z, Local Identity.

Article History

Received: August 2026

Reviewed: August 2026

Published: August 2026

Plagiarism Checker No
237.784537

Copyright : Author

Publish by : Panorama



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Setiap kota memiliki identitas yang membedakannya dari wilayah lain dan terbentuk melalui persepsi masyarakat terhadap informasi serta pengalaman yang diterima (Haryati & Wahid, 2018). Namun, proses pengenalan kota sering kali belum optimal karena informasi yang berkembang cenderung parsial dan dipengaruhi media tertentu sehingga membentuk pemahaman yang tidak utuh terhadap identitas dan potensi kota (Purnamawati et al., 2024). Kondisi tersebut dapat dilihat pada Kota Depok sebagai kota penyangga Jakarta yang memiliki posisi strategis, mobilitas tinggi, serta sejarah multikultural yang membentuk identitas khas (Khairunisa et al., 2020; Wijayanti et al., 2023; Kompasiana.com, 2025).

Keberadaan berbagai potensi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh pemahaman masyarakat yang utuh terhadap Kota Depok. Persepsi masyarakat masih banyak dipengaruhi informasi viral seperti isu “babi ngepet” (Tempo.com, 2023) dan fenomena *Car Free Day* Depok yang memunculkan respons bernuansa olok-olok di ruang publik (Syahbani & Patrianti, 2026). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kota dan persepsi masyarakat. Di sisi lain, upaya pengenalan kota di Indonesia masih didominasi media konvensional satu arah seperti slogan dan logo yang belum mampu merepresentasikan identitas lokal secara menyeluruh (Lestari et al., 2020).

Kebutuhan akan media pengenalan yang lebih efektif membuat karakteristik target audiens menjadi penting untuk diperhatikan. Generasi Z, yang lahir setelah tahun 1997 hingga sebelum 2012, merupakan kelompok dengan intensitas tinggi dalam mengakses dan menyebarkan informasi di ruang publik (Febriansyah, 2022). Generasi ini juga cenderung menyukai pendekatan visual, interaktif, dan partisipatif (Ramirez K, 2018). Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara terhadap 26 responden yang masih mengaitkan Kota Depok dengan berbagai pemberitaan dan rumor yang beredar. Temuan ini menunjukkan perlunya media yang lebih komunikatif untuk membangun pemahaman masyarakat terhadap identitas Kota Depok secara lebih utuh.

Kebutuhan tersebut membuka peluang pemanfaatan media berbasis pengalaman, salah satunya melalui permainan papan. Permainan papan dipilih karena mampu menghadirkan interaksi sosial dan pengalaman emosional secara langsung antar pemain (Cerepinko et al., 2025). Relevansi media ini juga didukung oleh perkembangan *board game café* yang mendorong interaksi dan aktivitas berbasis pengalaman sosial (Parantika et al., 2025). Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan merancang permainan papan bertemakan Kota Depok yang mampu merepresentasikan identitas lokal serta menjadi media pengenalan kota secara lebih interaktif dan mendalam.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *design thinking*. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui data deskriptif dan interpretasi peneliti dalam kondisi alami (Sugiyono, 2023). Pendekatan *design thinking* dipilih karena memungkinkan proses perancangan berlangsung secara interaktif dan iteratif dalam menghasilkan solusi berdasarkan kebutuhan serta umpan balik pengguna (Soeherman, 2019). Proses perancangan permainan papan *Ngedepro*k dilakukan melalui lima tahapan *design thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *test*. Untuk mendukung proses tersebut, digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Studi Literatur

Menelaah buku, artikel jurnal ilmiah, dan berbagai referensi akademik mengenai media, Kota Depok, dan permainan papan

2) Wawancara

Wawancara dilakukan kepada target audiens yaitu Generasi Z untuk mengetahui pandangan dan pengetahuan mereka terhadap Kota Depok. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan narasumber yang ahli di bidang permainan papan dan Kota Depok.

3) Observasi

Mendatangi berbagai destinasi dan mencoba kuliner Depok untuk memperoleh gambaran dan informasi yang akan digunakan sebagai konten permainan.

4) *Focus Group Discussion* (FGD)

Menguji efektivitas permainan papan sebagai media pengenalan Kota Depok serta mengevaluasi mekanisme permainan, visual, dan penyampaian informasi kepada calon pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Permainan Papan

Permainan papan atau *board game* merupakan permainan berbasis media fisik berupa papan yang dilengkapi komponen seperti kartu, pion, token, dan dadu. Permainan papan melibatkan interaksi antar pemain melalui sistem aturan dan komponen yang digunakan (Dwistyan & Setiawan, 2017). Permainan papan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki nilai edukatif dalam melatih kemampuan berpikir kritis, strategi, dan pemecahan masalah (Limantara et al., 2015).

Konsep Media

Media merupakan sarana komunikasi yang berfungsi sebagai perantara penyampaian informasi kepada khalayak (McQuail, 2010), serta memengaruhi pengetahuan, perhatian, dan persepsi masyarakat terhadap suatu realitas (Arsyad, 2014). Dalam konteks pengenalan, media berperan dalam membentuk pengetahuan, citra, dan representasi sosial suatu objek atau wilayah (McQuail, 2010).

Konsep Kota Depok

Kota Depok merupakan kota penyangga Jakarta yang perkembangannya membentuk masyarakat urban dengan keragaman sosial dan budaya karena didominasi oleh pengaruh Betawi dan Sunda sehingga menghasilkan karakter kota yang dinamis dan heterogen (Karim et al., 2019). Kondisi tersebut melahirkan berbagai potensi, terutama pada sektor destinasi wisata dan kuliner yang mencerminkan identitas lokal, serta diperkuat oleh statusnya sebagai kota pendidikan (Auliya, 2019). Namun, di ruang publik Kota Depok juga lebih sering dikenal melalui citra yang kurang baik yang berkembang dari narasi negatif dan konten viral di media sosial, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan potensi dan identitas kotanya secara utuh (Idris & Hartono, 2022; Karim et al., 2019).

Proses Perancangan

Emphatize

Pada tahap ini dilakukan wawancara terhadap 26 responden Generasi Z untuk mengetahui pengetahuan mereka terhadap Kota Depok, serta memahami kebutuhan dan cara yang efektif dalam memperkenalkan kota tersebut, termasuk tempat menarik dan potensi lokal yang belum banyak dikenal. Wawancara juga dilakukan dengan Mahawira Sigh Dillon sebagai *designer board game* dilakukan untuk memperoleh wawasan terkait pengemasan informasi kota ke dalam media permainan papan yang menarik, edukatif, dan sesuai dengan target audiens. Selain itu, wawancara dengan Daffa Maryam Septerina sebagai Duta Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Depok dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai potensi dan identitas lokal Kota Depok sebagai konten permainan.

Data tersebut kemudian diperkuat melalui observasi di berbagai destinasi wisata, pusat kuliner, serta aktivitas di kafe dan komunitas *board game*, untuk memahami kondisi nyata di lapangan sekaligus menilai keefektifan permainan papan sebagai media untuk memperkenalkan Kota Depok.

Define

Pada tahap ini dirumuskan bahwa pengenalan Kota Depok perlu difokuskan pada aspek yang dekat dengan kehidupan masyarakat, yaitu destinasi, kuliner, dan fenomena kota. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa permainan papan dinilai sesuai sebagai media pengenalan karena mampu menghadirkan pengalaman interaktif, mendorong keterlibatan langsung pemain, serta menyampaikan informasi secara ringan dan menyenangkan. Berdasarkan perumusan tersebut, konten permainan divisualisasikan ke dalam beberapa kategori yang meliputi:

- 1) Destinasi, meliputi Universitas Indonesia, Mall Margocity, Masjid Kubah Mas, Alun-alun dan Hutan Kota Depok, Situ Rawa Kalong, Taman Bunga Wiladatika, Trans Studio Theme Park Cibubur, dan Tropikana Waterpark.
- 2) Kuliner, meliputi Dodol Belimbing, Peyek Gale, Biskuit Temma, Pancong Mang Kumis, Sop Durian Margando, Bakso Comberan, Jus Lidah Buaya, dan Es Krim Woody.
- 3) Fenomena, meliputi babi ngepet, Ayu Ting Ting, *kafe live music*, fenomena UFO, CFD Margonda, kemacetan, kasus COVID pertama, dan begal.
- 4) Lika-liku, berisi kejadian dengan dampak menguntungkan maupun merugikan bagi pemain, sehingga menambah unsur kejutan dan keseruan dalam permainan.

Ideate

Pada tahap ini dilakukan proses perancangan desain menggunakan aplikasi Procreate untuk pembuatan ilustrasi serta Adobe Illustrator untuk teks dan *layouting*. Visual permainan menerapkan teknik digital bergaya kartun yang sederhana dan mudah dipahami, dengan penggunaan warna cerah dan kontras untuk membedakan elemen serta meningkatkan daya tarik visual permainan.

0123456789&()-=:’/?
Hello Notie Font

LOREM IPSUM LOREM IPSUM
Litho FONT

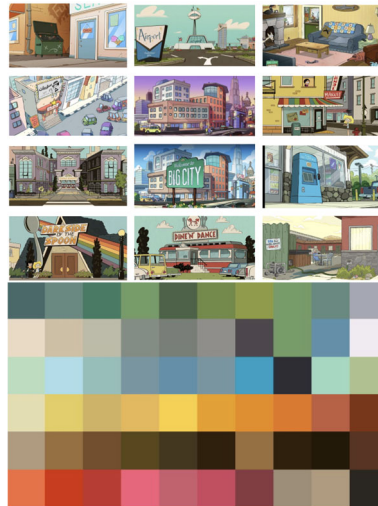
Lorem ipsum Lorem ipsum
Adobe Clean Font

Penggunaan tipografi pada permainan ini dibagi berdasarkan fungsi visual untuk membentuk hierarki informasi yang jelas. *Litho Font* digunakan pada *heading* karena bersifat tegas dan menonjol. *Adobe Clean Font* digunakan pada *body text* karena sederhana, rapi, dan mudah dibaca. Sementara itu, *Hello Notie Font* digunakan pada angka dan tanda baca untuk memberikan kesan *playful* serta memperkuat karakter visual permainan. Kombinasi ini menciptakan keterbacaan yang baik sekaligus identitas visual yang konsisten.



Gambar 1. Logo Permainan

Logo permainan didesain dengan menonjolkan identitas permainan papan bertema Kota Depok. Huruf “D” pada logo mengalami deformasi bentuk yang terinspirasi dari logo Kota Depok, yaitu kujang sebagai senjata khas Jawa Barat. Selain itu, bentuk huruf juga dimodifikasi menyerupai dadu sebagai elemen yang merepresentasikan permainan papan.



Gambar 2. Color Palette

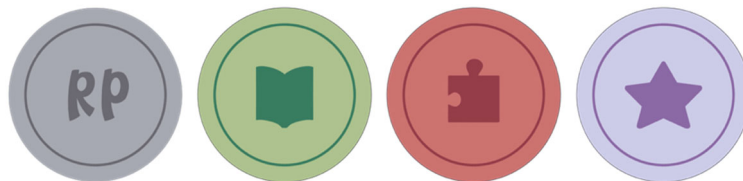
Color palette dalam permainan papan *Ngedepro* terinspirasi dari penggunaan warna pada tayangan Cartoon Network dan Nickelodeon yang cenderung menggunakan warna cerah dan kontras. Pemilihan warna tersebut bertujuan untuk menciptakan kesan visual yang menarik, menyenangkan, dan mampu menarik perhatian target pengguna, khususnya Generasi Z. Selain itu, penggunaan warna cerah dan kontras juga membantu memperjelas perbedaan kategori elemen permainan, meningkatkan keterbacaan visual, serta memperkuat suasana permainan yang interaktif dan *playful*.

Desain karakter dirancang dengan bentuk sederhana, namun tetap dapat dibedakan melalui atribut, pakaian, dan warna, serta difungsikan sebagai pion permainan yang merepresentasikan figur dekat dengan kehidupan masyarakat Kota Depok.



Gambar 3. Pion Karakter

Pion terdiri atas empat karakter yang merepresentasikan figure kehidupan masyarakat Kota Depok, yaitu Mahasiswa sebagai representasi Depok sebagai kota pendidikan dengan nuansa akademik berwarna hijau. Remaja Gaul yang menggambarkan gaya hidup generasi muda dengan warna pink yang ceria. Pedagang UMKM sebagai representasi aktivitas ekonomi masyarakat dengan warna kuning yang hangat. Penyanyi Dangdut yang merepresentasikan identitas populer Kota Depok dengan nuansa ungu yang glamor dan percaya diri.



Gambar 4. Token Permainan

Token berfungsi sebagai sumber daya untuk mengumpulkan kartu dalam permainan. Setiap token menggunakan warna dan simbol yang berbeda untuk membedakan fungsinya. Token uang menggunakan simbol rupiah, token pengetahuan menggunakan simbol buku, token kontribusi menggunakan simbol kepingan *puzzle*, dan token popularitas menggunakan simbol bintang.



Gambar 5. Belakang Kartu

Kartu dalam permainan ini dibagi menjadi empat kategori, yaitu kartu destinasi, kartu kuliner, kartu fenomena, dan kartu lika-liku. Setiap kategori kartu menggunakan warna yang berbeda untuk memudahkan identifikasi selama permainan berlangsung. Kartu destinasi ditandai dengan ikon pin lokasi, kartu kuliner menggunakan ikon sendok dan garpu, kartu fenomena menggunakan ikon pengeras suara sebagai representasi penyampaian informasi, sedangkan kartu lika-liku menggunakan ikon tanda seru untuk merepresentasikan kejadian tak terduga dalam permainan.



Gambar 6. Kartu Destinasi

Kartu destinasi berisi informasi mengenai berbagai tempat berpotensi di Kota Depok, baik yang telah dikenal luas maupun yang masih kurang dikenal oleh masyarakat. Destinasi tersebut antara lain Universitas Indonesia, Mall Margocity, Masjid Kubah Mas, Alun-alun dan Hutan Kota Depok, Situ Rawa Kalong, Taman Bunga Wiladatika, Trans Studio Theme Park Cibubur, dan Tropikana Waterpark.



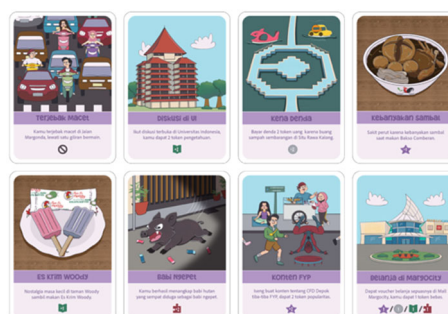
Gambar 7. Kartu Kuliner

Kartu kuliner berisi informasi mengenai berbagai makanan dan minuman khas maupun populer di Kota Depok. Kuliner tersebut antara lain dodol belimbing, Peyek Gale, Biskuit Temma, Pancong Mang Kumis, Sop Durian Margando, Bakso Comberan, jus lidah buaya, dan Es Krim Woody.



Gambar 8. Kartu Fenomena

Kartu fenomena berisi informasi mengenai berbagai peristiwa, tokoh populer, kebiasaan masyarakat, serta isu yang berkembang di Kota Depok dan memengaruhi cara kota ini dikenal oleh masyarakat. Fenomena tersebut antara lain babi ngepet, Ayu Ting Ting, kafe live music, fenomena UFO, CFD Margonda, kemacetan, kasus COVID pertama, dan begal.



Gambar 9. Kartu Lika-liku

Kartu lika-liku berisi berbagai dampak atau kejadian tak terduga yang dapat menguntungkan maupun merugikan pemain selama permainan berlangsung. Konten pada kartu ini berkaitan dengan aspek destinasi, kuliner, dan fenomena Kota Depok untuk menambah variasi serta keseruan permainan.



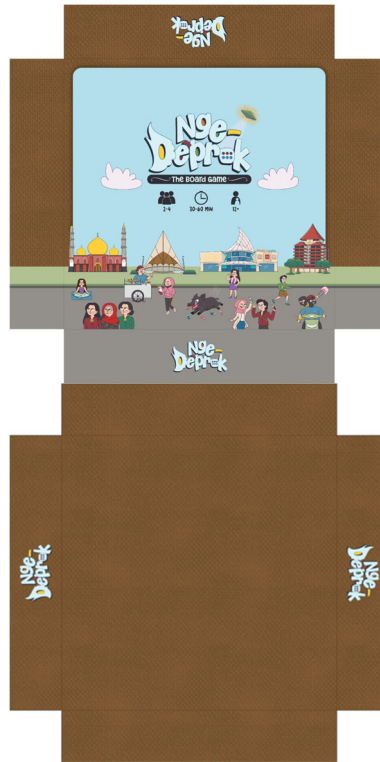
Gambar 10. Papan Permainan

Papan permainan didesain dengan ilustrasi kehidupan masyarakat Kota Depok agar menimbulkan kesan emosional selama bermain. Area bermain didesain dalam bentuk 12 petak mengelilingi papan dan dibedakan berdasarkan kategori yang berbeda. *Deck* kartu dengan empat kategori diletakkan di bagian luar petak aksi agar area ilustrasi utama tetap terlihat dengan jelas. Selain itu, latar papan menggunakan visual tikar sebagai representasi konsep “ngedeprok” atau duduk santai bersama.



Gambar 11. Rulebook Permainan

Rulebook berisi panduan lengkap untuk memulai dan menjalankan permainan. Di dalamnya terdapat penjelasan mengenai konsep permainan, tujuan permainan, komponen yang digunakan, serta informasi terkait setiap elemen permainan. Selain itu, *rulebook* juga memuat tahapan persiapan sebelum bermain, cara bermain, hingga ketentuan akhir permainan.

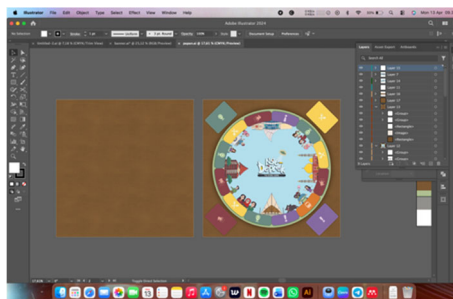


Gambar 12. Kemasan Permainan

Visual pada kemasan permainan papan *Ngedeprok* menampilkan judul “Nge-Deprok” pada bagian tengah dengan tipografi besar sebagai fokus utama visual. Pada bagian bawah visual terdapat berbagai ikon khas Kota Depok, seperti Masjid Kubah Emas, MargoCity, dan Universitas Indonesia, serta ilustrasi fenomena dan aktivitas masyarakat sehari-hari. Selain itu, pada bagian tengah bawah logo terdapat ikon keterangan permainan berupa jumlah pemain 2-4 orang, durasi permainan 30-60 menit, dan batas usia 12 tahun ke atas untuk memudahkan pemain memahami informasi dasar permainan.

Prototype

Pada tahap ini juga dilakukan pengecekan kembali terhadap finalisasi desain sebelum proses *printing* untuk memastikan seluruh elemen visual, *layout*, serta ukuran komponen telah sesuai dengan target produksi sehingga proses pencetakan dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan *output* yang optimal.



Gambar 13. Finishing Desain

Detail aspek material komponen permainan meliputi:

- 1) Pion karakter berukuran 3 cm dengan bahan akrilik.
- 2) Kartu permainan berukuran 10 × 7 cm menggunakan kertas art carton 310 gsm.
- 3) Papan permainan berukuran 50 × 50 cm berbahan hardboard yang dilipat menjadi empat bagian.

- 4) Token berukuran 3 cm menggunakan bahan art carton 310 gsm.
- 5) Rulebook menggunakan bahan art carton 260 gsm dengan ukuran lipatan akhir A6.
- 6) Kemasan berukuran 30 × 30 × 6 cm berbahan hardboard.



Gambar 14. Mockup Kemasan

Test

Pada tahap ini dilakukan uji coba karya melalui teknik *Focus Group Discussion* (FGD) kepada calon pengguna untuk menguji efektivitas permainan papan sebagai media pengenalan Kota Depok.



Gambar 15. Uji Coba Karya

Hasil uji coba menunjukkan bahwa pada tahap awal pemain mengalami kesulitan dalam memahami mekanisme permainan, namun seiring berjalannya waktu pemain mulai terbiasa dan dapat mengikuti alur permainan dengan baik. Selain itu, ditemukan adanya peningkatan ketertarikan terhadap Kota Depok setelah bermain, serta masukan untuk menambahkan elemen interaksi antarpemain agar permainan menjadi lebih dinamis dan menarik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan permainan papan *Ngedeprook* sebagai media untuk memperkenalkan Kota Depok melalui representasi identitas lokal yang diangkat dari destinasi, kuliner, dan fenomena sosial perkotaan. Permainan ini dikembangkan berdasarkan pendekatan *design thinking* dengan mengintegrasikan elemen visual, mekanisme interaktif, dan pengalaman bermain yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Hasil uji coba menunjukkan bahwa *Ngedeprook* mampu meningkatkan ketertarikan pemain terhadap Kota Depok serta membantu membangun pemahaman yang lebih luas mengenai identitas dan potensi kota di luar citra yang selama ini berkembang di masyarakat. Inovasi penelitian ini terletak pada pemanfaatan permainan papan sebagai media pengenalan kota berbasis pengalaman yang menghadirkan proses belajar secara interaktif, partisipatif, dan komunikatif melalui keterlibatan langsung antar pemain dalam mengenal Kota Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. (2014). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cerepinko D et al. (2025). Less Is More in Digital Games Too: A Comparative Analysis of Visual Elements of Physical and Digital Versions for Two Tabletop Games. *Applied Sciences*, 15 (715), 1-17.
- Dwistyan, D.M., & Setiawan, T.A. (2017). Pengenalan Tokoh Wayang dalam Cerita Ramayana dengan Menggunakan Media Board Game untuk Masyarakat. *NIRMANA*, 17(2), 102-109.
- Febriansyah, H. (2021). *Engagement Untuk Generasi Z*. Jakarta: Prenada Media Publishing.
- Haryati, T., & Wahid, J. (2018). Pengaruh City Branding “Beautiful Malang”, Citra Kota, Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 5(2), 123-132.
- Idris, M., & Hartono, I. B. (2022). *Ensiklopedia Kota Depok*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Karim, M. A., Utomo, G. J., & Fauziah, B. (2019). Kualitas Hidup Dan Pertumbuhan Ekonomi, Studi Kasus Dki Jakarta Dan Daerah Penyangganya. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 15(3), 227-247.
- Khairunisa W. A, Suhardjo, Munandar A. (2020). The Commuting Pattern Analysis Of Commuters From Depok City West Java. *Spatial: Wahana Komunikasi dan Informasi Geografi*, 20(2), 1-9.
- Kompas.com. (2021, Maret 2). *Sejarah hari ini 2 Maret 2020: Warga Depok terkonfirmasi sebagai pasien pertama Covid-19 di RI*. Diakses pada 31 Mei 2025, dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/03/02/05250091/sejarah-hari-ini-2-maret-2020-warga-depok-terkonfirmasi-sebagai-pasien>
- Lestari, F., Dali, M.M., & Che-Ha, N. (2020). City branding in Indonesia: The urgency of public communication, involvement, and inter-sectoral collaboration. *Malaysian Journal of Society and Space*, 16(2), 1-13.
- Limantara, D., Waluyanto, H.D., & Zacky, A.A. (2015). Perancangan Board Game Untuk Menumbuhkan Nilai-Nilai Moral Pada Remaja. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nolaeri. (2025, 23 Maret). *Depok kota multikultural dengan sejarah unik dan pesona modern*. Kompasiana. Diakses pada 1 April 2026, dari <https://www.kompasiana.com/nolaeri8936/67e039edc925c444996e8132/depok-kota-multikultural-dengan-sejarah-unik-dan-pesona-modern>
- Parantika, A., Rukendi, C., Sandi Wachyuni, S., & Wiweka, K. (2025). Thematic Trends of Café Board Games and Their Impact on Consumers Intention to Visit. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 19(1), 15-32.
- Purnamawati, N., Hidayat, M. A., & Wahyuningsih, S. (2024). Tiktok, Identitas Sosial Dan Stereotip Negatif Etnik Madura Di Kalangan Gen-Z. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 9(1), 51-70. <https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/view/58534>
- Ramirez, Kristoffer Paulo. (2018). A SYSTEMATIC REVIEW OF GEN Z'S LEARNING CHARACTERISTICS AND PREFERENCES.
- Soeherman, Bonnie. (2019). *Fun Research: Penelitian Kualitatif dengan Design Thinking*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi ke-3)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahbani, N., A., R., & Patrianti, T. (2026). Strategi Humas Pemerintah Kota Depok dalam Sosialisasi Kebijakan Car Free Day. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 3(1), 117-129. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v3i1.876>
- Tempo.co. (2023, Mei 24). *Viral kemunculan hewan diduga babi ngepet di Depok, bikin heboh grup RW*. Diakses pada 7 Juni 2025, dari <https://www.tempo.co/arsip/viral-kemunculan-hewan-diduga-babi-ngepet-di-depok-bikin-heboh-grup-rw--184687>

Wijayanti W. P, Machmud S. K, Subagiyo A. (2023). Linkage among Two Satellite Cities: What makes People Move? (Case Study: Bogor Regency and Depok City). *Journal of Regional and Rural Studies*, 1 (1), 1-5.