

## DESAIN KARAKTER *VIRTUAL YOUTUBER* SEBAGAI MASKOT PEMBELAJARAN MENGGAMBAR

Bimahadi Ilmawan Ronggowarsito<sup>1</sup>, Zaini Ramdhan<sup>2</sup>, Riky Taufik Afif<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

corresponding author e-mail: bimahadi@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>

### Abstrak

Adanya pandemi COVID-19 memaksa sektor pendidikan untuk beradaptasi dalam kegiatan belajar mengajar. Pembelajaran dalam bentuk daring dilakukan sebagai salah satu bentuk inovasi pada sektor pendidikan. Perancangan desain karakter *virtual youtuber* bertujuan untuk menghibur dalam kegiatan pembelajaran menggambar agar meningkatkan minat belajar peserta didik Ketika melakukan pembelajaran daring. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kombinasi antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Untuk metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu, wawancara, observasi, kuesioner dan studi pustaka. Hasil akhir dari perancangan desain karakter *Virtual YouTuber* ini berupa animasi terbatas, yang digerakkan menggunakan bantuan *face tracking* agar karakter dapat terlihat seolah-olah hidup dan dapat berinteraksi secara langsung dengan penontonnya. Penggunaan *Virtual YouTuber* sebagai maskot untuk menggantikan manusia dalam proses penyampaian materi pelajaran menggambar di UKM Luminosus Animation terbukti efektif dilakukan oleh penulis. Hubungan antara pengajar dan pelajar menjadi lebih interaktif selama kegiatan pembelajaran menggambar dilaksanakan.

**Kata Kunci:** COVID-19, *Face Tracking*, Pembelajaran, *Virtual YouTuber*

### Abstract

*The COVID-19 pandemic forced the education sector to adapt to teaching and learning activities. Learning in online form is done as a form of innovation in the education sector. The final result of the design of this work aims to entertain in drawing learning activities at UKM Luminosus Animation. The research method used by the author is a combination research method, which is a combination of qualitative and quantitative research methods. The method of data collection conducted by the author in the form of interviews, observations, questionnaires and literature studies. The final result of designing a Virtual YouTuber character design is a limited animation, which is driven using the help of face tracking so that the character can look as if alive and can interact directly with his audience. The use of Virtual YouTubers as mascots to replace humans in the process of delivering drawing subject matter at UKM Luminosus Animation proved effectively done by the author. The relationship between teachers and students becomes more interactive during drawing learning activities.*

**Keywords:** COVID-19, *Face Tracking*, Learning, *Virtual YouTuber*.

## 1. PENDAHULUAN

Terjadinya pandemi COVID-19 memaksa manusia untuk beradaptasi dengan gaya hidup baru. Komunikasi virtual lebih sering digunakan selama pandemi berlangsung dan menjadi kebiasaan baru dalam berkomunikasi di masyarakat. *Work from home, school from home, virtual meeting* dan *webinar* adalah beberapa contoh kebiasaan baru semenjak terjadinya pandemi COVID-19. Pembatasan aktivitas dan interaksi tatap muka secara langsung akan menimbulkan stress pada tubuh manusia, maka dari itu diperlukan sebuah hiburan.

Di tengah hangatya industri hiburan di *platform* digital, terdapat sebuah fenomena yang terjadi di kalangan penggemar budaya populer Jepang yang muncul di tahun 2016 lalu, yang kemudian kembali populer berkat pandemi COVID-19. Fenomena tersebut adalah *Virtual YouTuber*. Puspitaningrum (2019:129) menjelaskan bahwa istilah *Virtual YouTuber* pertama kali digunakan oleh Kizuna Ai pada tahun 2016. Sosok Kizuna Ai digambarkan sebagai karakter gadis remaja dengan gaya penggambaran animasi Jepang, yang mengklaim dirinya sebagai kecerdasan buatan yang ingin berteman dengan seluruh manusia di dunia. Meskipun begitu, sebenarnya Kizuna Ai hanyalah *avatar* 3D yang diisi suaranya oleh manusia biasa. Sejalan dengan pemikiran Puspitaningrum, Saputra dan Setyawan (2021:16) menjelaskan bahwa *Virtual YouTuber* adalah *online entertainer* dengan menggunakan *avatar* virtual yang dibuat menggunakan grafik komputer. *Virtual YouTuber* adalah YouTuber yang diwakili oleh *avatar* digital berbentuk karakter fiksi 2D maupun 3D dan dijadikan seolah olah hidup serta mampu berinteraksi dengan manusia meskipun berbeda dimensi.



Gambar 1. Ilustrasi Karakter *Virtual YouTuber* Kizuna Ai  
[Sumber: [virtuallyoutuber.fandom.com/Kizuna Ai](https://virtuallyoutuber.fandom.com/Kizuna_Ai), 2021]

Karena *Virtual YouTuber* tidak memiliki jiwa dan emosi, maka dari itu diperlukan aktor untuk menggerakkan karakter tersebut seperti boneka atau wayang. Aktor yang menggerakkan karakter *Virtual YouTuber* memerlukan perangkat yang dapat menangkap gerakan dan ekspresi wajah, yang kemudian dikonversikan ke karakter virtual tersebut. Dengan menggunakan bantuan teknologi *motion capture* dan *Augmented Reality* berbasis *face tracking*, *Virtual YouTuber* dapat digerakkan oleh aktor di belakangnya dan seolah-olah hidup seperti manusia.

Menurut hasil wawancara penulis dengan Wilson Tjandra (2/6/22), produser *Virtual YouTuber* Mintchan adalah, istilah dasar yang digunakan oleh *Virtual YouTuber* itu berawal dari istilah *avatar*, namun karena fenomena ini lebih dikenal dengan istilah *Virtual YouTuber* oleh penggemar budaya populer Jepang secara keseluruhan, maka dari itu istilah *Virtual YouTuber* lebih familiar dibanding dengan istilah *avatar*. Oleh karena itu meskipun *Virtual YouTuber* muncul di berbagai platform digital di luar YouTube, tetap dikatakan sebagai *Virtual YouTuber* karena istilah ini ditetapkan oleh publik penggemar budaya populer Jepang untuk menamai fenomena tersebut. Tidak menutup kemungkinan bahwa istilah ini akan diperbarui lagi dengan istilah yang lainnya di masa depan. Istilah ini hanya dibuat agar orang yang paham akan topik pembicaraannya mengerti apa yang sedang dibicarakan.

Sejalan dengan pemikiran Wilson Tjandra, Luthfi Suryanda Atmojo yang merupakan *marketing* dari *Virtual YouTuber* Ghosty's Comic melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis (6/2/22) juga berpendapat bahwa, *Virtual YouTuber* meskipun muncul di platform digital selain YouTube masih tetap dikatakan sebagai *Virtual YouTuber*. Hal ini dikarenakan *Virtual YouTuber* menjadi istilah yang sudah melekat di kalangan penggemar budaya populer Jepang, dan kalangan tersebut sepakat untuk menamakan fenomena ini dengan istilah *Virtual YouTuber*. Seiring berjalannya waktu, *Virtual YouTuber* selain menjadi media hiburan, juga dapat dikembangkan menjadi bisnis IP (*Intellectual Property*). Menurut Wilson Tjandra (6/2/22), persaingan industri pada *Virtual YouTuber* akan semakin ketat, hal ini dikarenakan adanya agensi/perusahaan yang menjadi saingan produk lokal, sehingga terjadi peristiwa saling berebut penonton. Sedangkan penonton di Indonesia lebih memilih produk dari agensi *Virtual YouTuber* Jepang, karena *branding* dari agensi tersebut sangat kuat jika dibandingkan dengan produk buatan Indonesia sendiri.

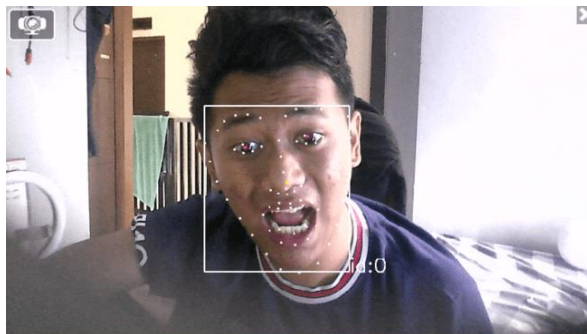
Jika hanya melihat industri *Virtual YouTuber* hanya sebagai karakternya saja, maka saingannya akan sangat ketat. Maka dari itu, pengembangan karakter *Virtual YouTuber* ini dapat disalurkan menjadi bisnis IP, salah satu contohnya adalah dapat dikembangkan menjadi sebuah *game*, komik atau animasi. *Virtual YouTuber* dapat juga dimanfaatkan sebagai *brand ambassador* untuk mempromosikan suatu barang dan jasa. Salah satu contoh *Virtual YouTuber* yang memperkenalkan kehidupan di kampus dan bagaimana keseharian menjadi seorang mahasiswa adalah *Virtual YouTuber* Telyuchan. Nama Telyu yang digunakan oleh karakter ini merupakan akronim dari Teteh Lilis Yuliana.



Gambar 2. Cuplikan Video Siaran Langsung *Virtual YouTuber* Telyuchan  
[Sumber: Youtube/Telyuchan Vtuber, 2021]

Pada perancangan ini penulis menggunakan bantuan teknologi *Augmented Reality* berbasis *face tracking* untuk mengoperasikan hasil akhir dari karya yang penulis rancang. *Augmented Reality* merupakan sebuah teknologi yang mampu menggabungkan benda maya dalam 2D/3D ke sebuah lingkungan yang nyata, kemudian memunculkan atau memproyeksikannya secara *real time* (Mustaqim, 2016:175). Mustaqim (2016:180) menambahkan bahwa salah satu cara kerja sebuah *Augmented Reality* adalah dengan menggunakan metode *markerless*. *Face Tracking* merupakan salah satu dari teknik *markerless* yang menggunakan algoritma yang dikembangkan, sehingga komputer dapat mengenali wajah manusia secara umum dengan cara mengenali posisi mata, hidung, dan mulut manusia, dan akan mengabaikan objek lain di luar wajah.

Pada pengaplikasiannya, terdapat dua jenis model yang digunakan oleh *Virtual YouTuber*, yaitu model 2D dan 3D. Pembuatan *Virtual YouTuber* dibawah tahun 2018 sebagian besar masih memerlukan biaya yang mahal, karena masih mengandalkan alat *motion capture* yang hanya dapat diakses oleh kalangan tertentu dan masih merupakan barang yang eksklusif. Seiring dengan berkembangnya teknologi, minat untuk membuat *Virtual YouTuber* semakin tinggi. Sekarang banyak orang dapat mengakses dan membuat *Virtual YouTuber* dengan biaya yang murah menggunakan *software/aplikasi* yang memiliki fitur *face tracking* seperti Live2D. *Face tracking* menurut Mambu, dkk (2017:164) adalah teknik dalam bidang visi komputer yang digunakan untuk melakukan penjejakan pada wajah yang bergerak.



Gambar 3. Pemeragaan *Face Tracking* oleh Penulis  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022]

Pada kondisi pandemi COVID-19, *Virtual YouTuber* datang sebagai sebuah alternatif hiburan bagi penggemar budaya populer Jepang, dan sebagai teman virtual untuk menghilangkan stres karena kebutuhan interaksi sosial manusia di kala pandemi COVID-19. Penulis ingin memanfaatkan fenomena ini sebagai media pembelajaran menggambar yang edukatif dan menghibur. Saputra dan Setyawan (2021:19) berpendapat bahwa *Virtual YouTuber* sebagai konten media pembelajaran memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa dikembangkan dan diterapkan dalam tingkat pendidikan dari SD, SMP, SMA hingga Perguruan Tinggi. Dengan kelebihan dan ketertarikan animasi dapat diterima oleh segala usia, maka tentunya *Virtual YouTuber* akan menarik untuk terus dikembangkan dalam konteks media pembelajaran. Perubahan media dari konvensional ke manual dapat membuat waktu belajar anak dan bermain dapat berjalan beriringan dengan memiliki nilai keunggulan menarik, interaktif,

dan mudah diakses (Khamadi & Senoprabowo, 2018). Selain itu proses pembelajaran dan edukasi melalui media virtual, hasilnya dapat dicapai dengan baik karena mudah dipahami serta digunakan oleh generasi muda (Senoprabowo, Muqoddas, & Hasyim, 2022).

Dengan memanfaatkan fenomena ini, penulis ingin membuat karakter *Virtual YouTuber* sebagai maskot yang digunakan untuk representasi visual sebagai sarana pengganti manusia dalam proses komunikasi. Teknologi virtual membawa penggunaannya menjelajah ke dalam dunia baru dalam bentuk digital sehingga segala hal dapat diciptakan dalam dunia baru pada virtual tersebut tanpa ada batas ruang dan waktu (Hasyim & Senoprabowo, 2019). Penulis ingin membuat suasana belajar menggambar menjadi menarik, karena hubungan komunikasi yang terjadi adalah bukan manusia dengan manusia, melainkan manusia dengan karakter fiksi. Konten yang ingin penulis sajikan adalah seputar dunia gambar dan animasi, penulis ingin membuat suasana yang dibangun seperti berdiskusi dengan teman dan sahabat di komunitas dan tidak ingin terkesan menggurui. Pengaplikasian perancangan yang dilakukan penulis dapat menyesuaikan di platform digital tempat berkumpul khalayak sasaran seperti di YouTube, Google Meet, Zoom, dan Discord.

Penulis ingin memanfaatkan fenomena ini sebagai sarana untuk berdiskusi dalam menggambar yang lebih baik. Penulis memilih bidang ini karena penulis memiliki latar belakang pendidikan dalam dunia industri kreatif di bidang multimedia animasi. Fokus penelitian penulis akan menggunakan metode penelitian kombinasi, seperti pencarian data melalui studi pustaka, observasi melalui internet, wawancara, dan kuesioner. Khalayak sasaran dari perancangan ini adalah mahasiswa yang tergabung dalam keanggotaan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Luminosus Animation. Dalam pengembangan sebuah desain karakter perlu memperhatikan nilai-nilai yang harus dimiliki. Akan tetapi, tidak semua nilai harus dipaksakan untuk diadopsi dalam karakter tersebut. Nilai yang diadaptasi dapat disesuaikan dengan jenis dan media yang dipilih (Khamadi & Senoprabowo, 2021).

## **2. METODE PENELITIAN**

Pada perancangan ini penulis menggunakan metode penelitian kombinasi sebagai cara untuk mencari data. Metode penelitian kombinasi menurut Sugiyono (2020:558) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan obyektif. Penulis menggunakan metode ini karena ingin memperoleh data secara faktual lebih banyak, sehingga analisis yang diteliti menjadi lebih kuat. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi Pustaka dan wawancara dengan beberapa produser *Virtual YouTuber* di Indonesia yaitu, Wendy Antonius (produser *Virtual YouTuber* Evelyn), Wilson Tjandra (produser *Virtual YouTuber* Mintchan), Andri Karishma Putra (produser *Virtual YouTuber* Cerita Tessa), Luthfi Suryanda Atmojo (*marketing Virtual YouTuber* Ghosty's Comic Jaret Fajrianto), dan Cecep Mochammad Amandoko (ketua UKM Luminosus Animation). Pengambilan data juga dilakukan dengan

metode Kuesioner dengan membuat penulis menyebarkan kuesioner pada khalayak sasar yaitu anggota UKM Luminosus Animation melalui Google Form.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Data Hasil Wawancara dan Kuesioner

Penulis melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang berkaitan dengan topik dan pembahasan *Virtual YouTuber* yang penulis angkat. Hasil dari wawancara tersebut kemudian penulis rangkum dan parafrasekan dalam bentuk deskriptif sebagai berikut:

Narasumber pertama bernama Wendy Antonius (20/12/20), ia adalah seorang produser dari *Virtual YouTuber* Evelyn. Evelyn merupakan *Virtual YouTuber* indie di Indonesia yang telah berjalan sejak tahun 2018 hingga sekarang. Wendy menjelaskan bahwa definisi umum dari *Virtual YouTuber* adalah seorang YouTuber yang menggunakan karakter animasi. Namun jika dalam arti yang mendalam, *Virtual YouTuber* adalah tokoh animasi yang dapat berinteraksi dengan manusia secara langsung sebagai YouTuber. Menurut Wendy, konsep dari *Virtual YouTuber* tidak jauh berbeda dengan *idol*. Hatsune Miku, merupakan *virtual singer* yang telah membawakan konsep virtual pertama yang dapat berinteraksi dengan manusia secara langsung sebelum Kizuna Ai. Wendy menyimpulkan bahwa *Virtual YouTuber* merupakan sebuah turunan dari Hatsune Miku yang merupakan gabungan dari *anime*, *idol*, dan cara berinteraksi untuk memuaskan penonton. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam proses pembuatan *Virtual YouTuber*, diantaranya adalah harus mengetahui target pasar dengan jelas, memperhatikan biaya dalam pembuatan model karakter, merencanakan target pencapaian selama satu tahun ke depan, membuat suatu keunikan yang dapat menjadi nilai jual dari karakter, mencari banyak teman yang dapat diajak untuk berkolaborasi, memperhatikan bagaimana cara berinteraksi dengan penonton, memperhatikan konten yang dibawakan, dan harus dapat bersaing dengan *Virtual YouTuber* yang lainnya.

Narasumber selanjutnya adalah Wilson Tjandra (5/1/21), ia merupakan seorang produser *Virtual YouTuber* Mintchan. Sama seperti Evelyn, Mintchan merupakan *Virtual YouTuber* indie yang telah berjalan sejak tahun 2018 hingga sekarang. Wilson berpendapat bahwa definisi umum dari *Virtual YouTuber* adalah sebuah *avatar* yang dapat berinteraksi dengan manusia secara langsung. Wilson menjelaskan bahwa ide dari fenomena pada *Virtual YouTuber* sudah ada sebelum Kizuna Ai muncul, yaitu sebuah ide untuk menggantikan manusia dengan karakter animasi dalam bentuk *avatar* sebagai maskot sebuah perusahaan. Ide ini muncul sebagai solusi untuk efisiensi branding sebuah perusahaan dalam jangka yang panjang. Pada saat sebelum Kizuna Ai muncul, masih terdapat keterbatasan akses untuk mengeksekusi ide tersebut. Pembuatan gerak animasi yang seolah-olah dapat berinteraksi dengan penontonnya masih digerakkan secara manual oleh animator menggunakan bantuan *software* animasi. Kemudian munculnya Kizuna Ai menjadi terobosan baru dalam perkembangan karakter virtual yang dapat berinteraksi dengan manusia secara langsung. Wilson menyebutkan ada empat aspek yang perlu diperhatikan dalam proses pembuatan *Virtual YouTuber*, yaitu *passion*, *persisten*, *komitmen*, dan harus *realistis*.

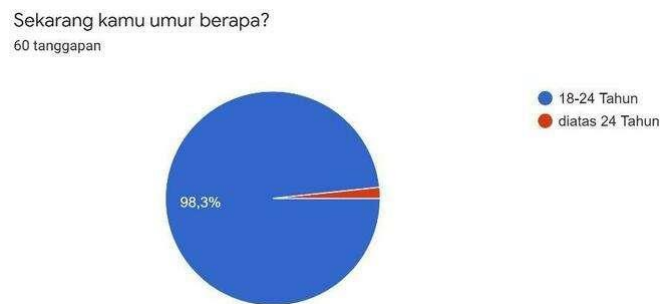
Selanjutnya adalah narasumber ketiga, yaitu Andri Karishma Putra atau akrab disapa dengan nama Andri Jin, seorang produser dari *Virtual YouTuber* Cerita Tessa. Tessa merupakan *Virtual YouTuber* indie di Indonesia yang telah berjalan sejak tahun 2018 hingga sekarang. Menurut Andri, definisi dari *Virtual YouTuber* terbilang relatif dan rancu, karena definisinya terus berubah mengikuti perkembangan zaman. Jika *Virtual YouTuber* adalah YouTuber yang menggunakan karakter virtual, maka semua bentuk karakter virtual baik yang berbentuk manusia maupun bukan, dapat disebut sebagai *Virtual YouTuber*. Jika karakter *Virtual YouTuber* harus dalam bentuk peng gayaan *anime*, maka hal ini kurang valid karena ada yang menggunakan karakter hewan sebagai *avatar*nya. Jika *Virtual YouTuber* harus menyajikan konten dengan cara siaran langsung, maka pendapat ini tidak valid karena konten pertama yang dibawakan oleh Kizuna Ai bukan dalam bentuk siaran langsung. Andri kemudian menyimpulkan bahwa *Virtual YouTuber* dapat dibilang sebagai salah satu bentuk pengembangan IP (*Intellectual Property*). Menurut Andri, terdapat beberapa aspek yang perlu dicermati dalam membuat *Virtual YouTuber*. Yang pertama adalah dari segi penyajian konten, yaitu harus sejalan dengan keinginan bersama (aktor dan produser) dan *enjoy* dalam membawakan konten kepada penonton. Penggunaan gimik hanya sebagai pemanis dalam proses pembawaan konten kepada penonton. Aspek terakhir yang perlu dicermati adalah jangan melihat *Virtual YouTuber* sebagai satu bentuk saja, namun sebagai IP (*Intellectual Property*). Karena dengan melihatnya sebagai IP, kamu bisa berkreasi dan mengemasnya ke dalam banyak hal.

Kemudian narasumber selanjutnya adalah Luthfi Suryanda Atmojo (6/1/21), sebagai seorang *marketing Virtual YouTuber* Ghosty's Comic yang bernama Jaret Fajriyanto. Jaret adalah karakter dari Ghosty's Comic yang kemudian dibuat menjadi *Virtual YouTuber* pada saat pandemi di tahun 2020. Luthfi berpendapat bahwa definisi umum dari *Virtual YouTuber* adalah seorang *public figure* namun dalam bentuk virtual. Jika diartikan secara mendalam, *Virtual YouTuber* adalah YouTuber dalam bentuk virtual yang berinteraksi dengan manusia dalam bentuk virtual. Jadi hubungan yang terjalin bukan antar manusia, melainkan karakter fiksi dengan manusia. Luthfi berpendapat bahwa fenomena *Virtual YouTuber* ini berawal dari Hatsune Miku yang menjadi pelopor konsep *virtual idol* dengan bantuan hologram di konser langsungnya, sehingga dapat memunculkan interaksi antara karakter fiksi dengan manusia. Kehadiran Kizuna Ai sebagai YouTuber membawa angin segar dan menjadikan ini sebagai sebuah fenomena yang hangat dibicarakan di kalangan penggemar budaya populer Jepang. Berkat Kizuna Ai yang menjadi *trend setter* dalam fenomena *Virtual YouTuber* ini, mulai muncul banyak *Virtual YouTuber* baru yang ingin mencoba mengekspresikan dirinya seperti yang dilakukan oleh Kizuna Ai. Fenomena ini kemudian terus berkembang dari tahun 2016 hingga saat ini. Aspek yang perlu diperhatikan dalam pembuatan *Virtual YouTuber* menurut Luthfi adalah branding dan manajemen yang kuat. Dengan mempersiapkan perancangan dan mengkonsepsikan secara matang dari awal, hal ini dapat mempermudah *Virtual YouTuber* diarahkan ke arah mana. Selain itu, jangan melihat *Virtual YouTuber* sebagai *Virtual YouTuber* saja, namun sebagai IP (*Intellectual Property*). Karena dengan melihatnya sebagai IP, hal ini dapat dikreasikan dan dikemas dalam banyak hal.



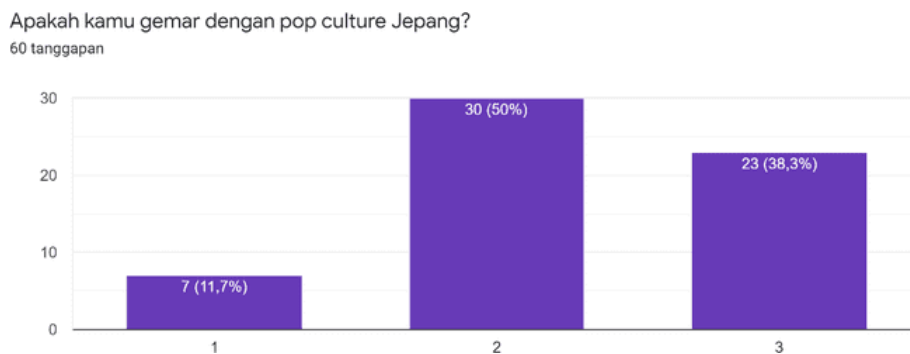
Selain melakukan wawancara dengan produser dan marketing *Virtual YouTuber*, penulis juga melakukan wawancara dengan Cecep Mochammad Amandoko (22/12/21), yang merupakan ketua dari UKM Luminosus Animation periode 2021, untuk berbagi informasi mengenai profil singkat dan kegiatan yang dilakukan oleh UKM ini. Penulis memilih UKM Luminosus Animation sebagai khalayak sasaran pada hasil akhir perancangan karya ini. Cecep menjelaskan bahwa Luminosus Animation adalah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Telkom University yang bergerak di bidang animasi. UKM ini memiliki kegiatan rutin mingguan yaitu *gathering* mingguan, yang merupakan kegiatan untuk saling berbagi ilmu terkait teknis pembuatan animasi, serta diskusi mengenai industri kreatif khususnya animasi, yang dilakukan oleh anggota dan pengurus Luminosus Animation.

Setelah melakukan wawancara dengan berbagai narasumber, penulis memperkuat data dengan menyebarkan kuesioner kepada khalayak sasaran guna mengetahui bagaimana respon khalayak sasaran terhadap fenomena yang penulis angkat. Dari data kuesioner yang diperoleh penulis melalui google form yang disebar di grup line UKM Luminosus Animation, terdapat 60 tanggapan yang telah mengisi kuesioner tersebut. Berikut adalah data inti dari jawaban responden terhadap kuesioner yang telah penulis sebar



Gambar 4. Umur Khalayak Sasar  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]

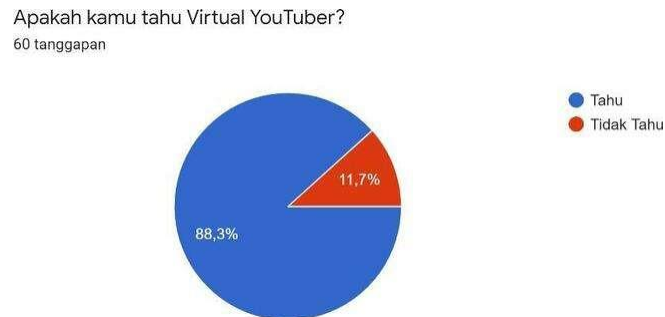
Dari diagram tersebut, diperoleh data bahwa 98,3% dari 54 orang yang mengisi kuesioner tersebut berumur 18-24 tahun. Pada umur 18-24 tahun masih tergolong remaja, hal ini sejalan dengan umur khalayak sasaran yang penulis tujuan.



Gambar 5. Jumlah Khalayak Sasar yang Menyukai Budaya Populer Jepang  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]

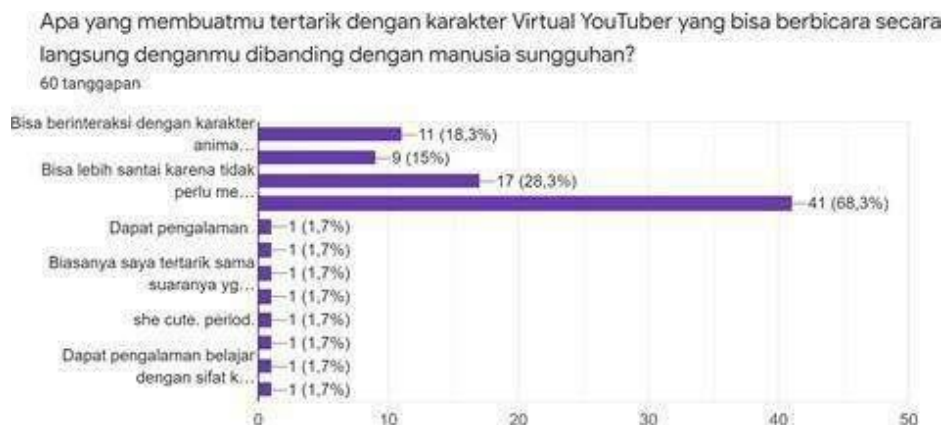


Dari diagram tersebut, rentang angka satu sampai dengan tiga merupakan indikator tingkat kesenangan khalayak sasaran terhadap budaya populer Jepang. Semakin ke kanan, semakin senang khalayak sasaran terhadap budaya populer Jepang. Kemudian diperoleh data bahwa 38.3 % dari 60 orang yang mengisi kuesioner tersebut menyukai budaya populer Jepang, selanjutnya 50% orang biasa biasa saja terhadap budaya populer Jepang dan 11.7% tidak menyukai budaya populer Jepang. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian kecil dari khalayak sasaran menyukai tidak menyukai budaya populer Jepang.



Gambar 6. Jumlah Khalayak Sasar yang Mengetahui *Virtual YouTuber*  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]

Dari diagram tersebut, diperoleh data bahwa 88.3 % dari 60 orang yang mengisi kuesioner mengetahui *Virtual YouTuber*, sedangkan 11.7% lainnya tidak mengetahui *Virtual YouTuber*. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar dari khalayak sasaran mengetahui fenomena *Virtual YouTuber*.



Gambar 7. Ragam Tanggapan Khalayak Sasar terhadap *Virtual YouTuber* yang Dapat Berinteraksi Langsung Dengannya  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]

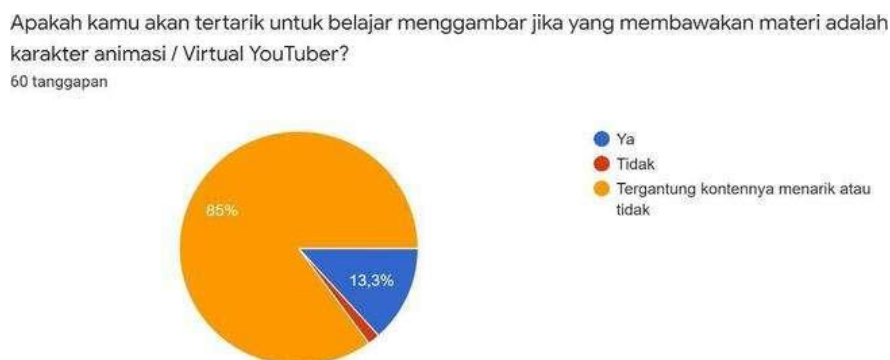
Dari diagram tersebut, diperoleh data bahwa 68.3 % dari 60 orang yang mengisi kuesioner mengatakan bahwa selama pembawaan karakter *Virtual YouTuber* menarik bagi penonton, maka tidak masalah. Kemudian 28.3% lainnya mengatakan dapat lebih santai karena tidak perlu memperlihatkan wajah secara langsung, 18.3% tertarik karena dapat berinteraksi dengan karakter animasi secara langsung. Dari data tersebut dapat

diambil kesimpulan bahwa sebagian besar tanggapan dari khalayak sasaran tergantung dengan bagaimana pembawaan karakter *Virtual YouTuber* terhadap penonton.



Gambar 8. Ragam Tanggapan Khalayak Sasar Terkait Tema Belajar Menggambar dan Materi Pelajaran yang Disenangi oleh Khalayak Sasar [Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]

Dari diagram tersebut, diperoleh data bahwa 68.3% dari 60 orang yang mengisi kuesioner memilih pelajaran menggambar dengan materi pembuatan desain karakter, kemudian 55% memilih pelajaran menggambar dengan materi pembuatan background dan environment. 48.3% memilih pelajaran menggambar dengan materi belajar menggambar dasar. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar dari khalayak sasaran memilih untuk belajar dengan materi pembuatan desain karakter. Hal ini sejalan dengan spesialisasi penulis yaitu desain karakter.



Gambar 9. Ragam Tanggapan Khalayak Sasar Terkait *Virtual YouTuber* Sebagai Subjek Pembawa Materi Pelajaran pada Khalayak Sasar [Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]

Dari diagram tersebut, diperoleh data bahwa 85% dari 60 orang yang mengisi kuesioner memberi tanggapan tergantung dengan bagaimana konten yang dibawakan serta bagaimana cara pembawaan karakter *Virtual YouTuber* menarik khalayak sasaran. 13.3% lainnya tertarik untuk belajar menggambar dengan *Virtual YouTuber* sebagai pembawa materi pelajaran, serta 1.7% tidak tertarik untuk belajar menggambar bersama karakter *Virtual YouTuber*. Dari data tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar ketertarikan dari khalayak sasaran tergantung dengan bagaimana cara *Virtual YouTuber* membawakan materi pelajaran kepada target sasaran.

### 3.2 Hasil Analisis dan Perancangan

Setelah mengumpulkan data dengan menggunakan metode pengumpulan data, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa, *Virtual YouTuber* merupakan karakter fiksi berbentuk 2D maupun 3D dalam bentuk virtual, yang dapat berinteraksi dengan manusia secara langsung dengan bantuan teknologi *motion capture*, yang kemudian digerakkan oleh aktor di belakangnya sebagai pengisi suara dan yang membuat karakter tersebut hidup. Interaksi yang terjalin adalah komunikasi lintas dimensi yaitu manusia dengan karakter fiksi, bukan manusia dengan manusia. *Virtual YouTuber* datang sebagai sebuah hiburan dan sebagai teman virtual untuk menghilangkan stres karena kebutuhan interaksi sosial manusia di saat pandemi COVID-19.

Pesan yang ingin disampaikan oleh penulis dari perancangan desain karakter *Virtual YouTuber* ini adalah untuk diterapkan dalam media pembelajaran dan pengajaran menggambar di UKM Luminosus Animation, sebagai bentuk media pembelajaran interaktif. Penulis ingin menyajikan karakter yang memiliki desain pencampuran budaya populer Jepang dengan budaya daerah di Indonesia yang diadaptasikan ke *timeline* dunia fantasy futuristik. Penulis ingin memperlihatkan pencampuran budaya populer Jepang yang diwakili oleh gaya gambar *anime/manga* yang dikombinasikan dengan kostum serta aksesoris dari budaya Indonesia. Pesan-pesan ini akan penulis sampaikan melalui desain kostum, aksesoris dan warna yang digunakan oleh karakter.



Gambar 10. *Character Sheet* Desain *Virtual YouTuber* dengan Menggunakan Kostum Adaptasi Baju Tradisional  
[Sumber: Dokumentasi Penulis,2022]

Konsep dan pendekatan kreatif yang disampaikan adalah dengan mengadaptasi desain baju tradisional ke desain yang lebih modern, tetapi harus tetap memperlihatkan identitas budaya dari Indonesia. Penulis memilih menggunakan batik sebagai kombinasi yang digunakan dalam mendesain kostum karakter sebagai perwakilan dari unsur daerah, serta menggunakan kain poleng dari Bali dan sabuk timang untuk aksesoris pendamping yang digunakan oleh karakter. Kemudian penulis mengkombinasikan unsur daerah dengan kostum modern dengan cara menambahkan hoodie dan saku dada pada kostum yang digunakan oleh karakter. Untuk menambah kesan modern futuristik,

penulis menggunakan pilihan warna neon untuk diterapkan pada karakter. Untuk membuat tampilan karakter lebih unik, penulis mengkombinasikan warna neon pada garis di kostum karakter sehingga muncul warna yang bervariasi pada garis tersebut seperti lampu RGB LED.



Gambar 11. Background yang digunakan oleh Virtual YouTuber  
[Sumber: Dokumentasi Penulis,2022]

### 3.3 Penerapan Karya

Berikut adalah penerapan desain karakter pada media *Virtual YouTuber* dengan beberapa alternatif pose yang dapat diperagakan oleh karakter.

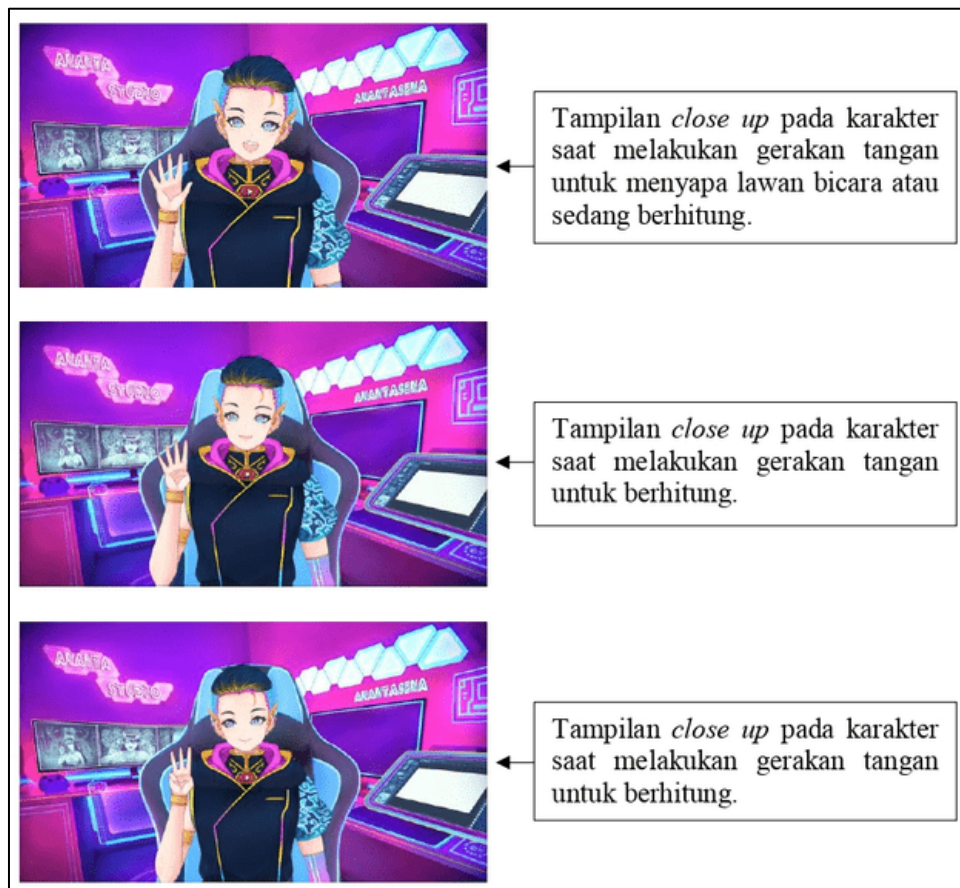
Tabel 1. Introduction Pose  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022]

|   |   |
|---|---|
|  | Tampilan penuh karakter ( <i>full body</i> ) dari kepala hingga kaki saat ditampilkan sebagai <i>Virtual YouTuber</i> . |
|  | Tampilan <i>close up</i> karakter dari kepala hingga perut atas saat ditampilkan sebagai <i>Virtual YouTuber</i> .      |





Tabel 2. *Counting Pose*  
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022]





#### 4. KESIMPULAN

Pada hasil perancangan ini, penulis membawakan konten pembelajaran menggambar menggunakan *Virtual YouTuber* di UKM Luminosus Animation dengan cara bermain peran sebagai seorang karakter fiksi, bukan sebagai pribadi penulis sendiri. Penulis membawakan karakter *Virtual YouTuber* ini dengan gaya bahasa yang digunakan oleh remaja di lingkungan pertemanannya yang bersifat non formal, karena penulis ingin memosisikan karakter *Virtual YouTuber* yang penulis rancang sebagai teman virtual, bukan formal seperti di bidang akademisi.

Dalam proses perancangan ini, penulis merancang berdasarkan referensi yang disesuaikan dengan khalayak sasaran, seperti pemilihan tema modern dan futuristik, pengayaan visual, serta beberapa rekomendasi desain yang penulis jadikan sebagai acuan selama proses mendesain karakter. Proses perancangan ini penulis bagi menjadi bagian pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada bagian pra produksi penulis memfokuskan pada pencarian ide dan mematangkan konsep. Di proses produksi penulis memfokuskan pada proses pembuatan asset dan animating karakter. Pada tahapan pasca produksi, penulis memfokuskan bagaimana cara menampilkan desain karakter pada media *Virtual YouTuber* dan menyampaikannya pada khalayak sasaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Mambu, J. Y., Wahyudi, A., Reinaldo, Z., & Braif, T. (2017). *Robot Perekam Objek Berbasis Face Tracking*. CogITo Smart Journal, 3(2), 164-172.
- Mustaqim, I. (2016). *Pemanfaatan Augmented Reality sebagai media pembelajaran*. Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, 13(2), 174-183.
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetyo, A. (2019). *Fenomena "Virtual Youtuber" Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 12(2), 128-140.
- Saputra, D. I. S., & Setyawan, I. (2021). *Virtual YouTuber (VTuber) sebagai Konten Media Pembelajaran Online*. Prosiding SISFOTEK, 5(1), 14-20.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Edisi ke-2 cetakan ke-1. Bandung: Alfabeta.
- Vtuber, Telyuchan. 2021. *KULIAH Matkul 2sks, Pengenalan Telyuchan + NAMA ASLI TELYU CHAN*. [Online] (Tanggal Update: 6 Maret 2021) URL: [https://www.youtube.com/watch?v=3uWWjegix9k&t=0s&ab\\_channel=TelyuchanVtuber](https://www.youtube.com/watch?v=3uWWjegix9k&t=0s&ab_channel=TelyuchanVtuber) [Diakses pada 14 Desember 2021].
- Hasyim, N., & Senoprabowo, A. (2019). Perancangan Ruang Pamer Digital dalam Media Virtual Reality sebagai Upaya Menyediakan Ruang Pamer Interaktif. *Gestalt*, 1(1), 103–112.
- Khamadi, K., & Senoprabowo, A. (2018). Adaptasi Permainan Tradisional Mul-Mulan ke dalam Perancangan Game Design Document. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(01), 100–118.
- Khamadi, K., & Senoprabowo, A. (2021). PENGEMBANGAN DESAIN KARAKTER KOMIK WARAK NGENDOG BERBASIS NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(2), 186–195.
- Senoprabowo, A., Muqoddas, A., & Hasyim, N. (2022). Memperkenalkan Sejarah dan Nilai-Nilai Perayaan Grebeg Besar Demak melalui Perancangan Game Edukasi. *Jurnal Desain*, 9(2), 275–296.