

PERANCANGAN DESAIN KARAKTER VTUBER SEBAGAI MASKOT FALKANA STUDIO

Yueren Putri Ivanya Daffa¹
email : enerenz48@gmail.com

Received:

22-01-2025

Reviewed:

23-01-2025

Accepted:

23-01-2025

ABSTRAK : Semenjak pandemi COVID-19, masyarakat memiliki berkomunikasi dengan cara *Work from Home* yang menimbulkan efek keterbatasan aktivitas, sehingga membutuhkan hiburan online seperti menonton konten *streaming* dari fenomena *VTuber* pada platform digital YouTube. Sebuah Perusahaan bernama Falkana Studio ingin memanfaatkan fenomena *VTuber* dengan membuat maskot *VTuber*, dikarenakan perusahaan tersebut bergerak di bidang jasa, salah satunya adalah dengan membuat *VTuber* namun belum memiliki maskotnya sendiri sehingga Perusahaan Falkana Studio belum memiliki ciri khas yang menonjolkan identitas perusahaan. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis SWOT dan dengan metode *Design Process* dari Robin Landa (2014) melalui proses *orientasi, analysis, conceptual, design, and implementation*. Peneliti merancang konsep desain maskot *VTuber* dengan menjadikan logo perusahaan sebagai acuan.

Kata kunci: *VTuber, Maskot, Streaming*

ABSTRACT : Since the COVID-19 pandemic, people have been communicating by working from home which has resulted in limited activities, so they need online entertainment such as watching streaming content from the *VTuber* phenomenon on the YouTube digital platform. A company called Falkana Studio wants to take advantage of the *VTuber* phenomenon by creating a *VTuber* mascot, because the company is engaged in the service sector, one of which is by creating *VTubers* but does not yet have its own mascot so that the Falkana Studio Company does not yet have a distinctive feature that highlights the company's identity. The researcher used qualitative research with the SWOT analysis technique and the Design Process method from Robin Landa (2014) through the orientation, analysis, conceptual, design, and implementation processes. The researcher designed the *VTuber* mascot design concept by using the company logo as a reference.

Keywords: *VTuber, Mascot, Streaming*

PENDAHULUAN

Pada era industri modern ini, perkembangan informasi media hiburan sangat mudah untuk dipenuhi oleh masyarakat di seluruh dunia. Hampir seluruh masyarakat dari kalsangan muda hingga orang tua memiliki perangkat lunak seperti smartphone dan komputer canggih yang dapat memudahkan penggunanya untuk mengakses media sosial. Menurut Ronggowarsito et al., (2022) Semenjak pandemi COVID-19, masyarakat memiliki kebiasaan baru dalam berkomunikasi dengan cara *Work from Home*. Selama pandemi berlangsung menimbulkan efek keterbatasan aktivitas interaksi terhadap individu lain secara tatap muka, maka dari itu masyarakat membutuhkan hiburan di *platform* digital seperti menonton YouTube. Salah satu hiburan kalangan muda adalah dengan menonton konten *Streaming* maupun siaran langsung (*live Streaming*) dari fenomena *VTuber*. Konten *Streaming* didefinisikan sebagai kegiatan interaktif antara pembuat konten dengan penonton yang menggunakan audiovisual yang disiarkan secara langsung agar bisa ditonton pada platform digital contohnya seperti YouTube & Twitch. Menurut Nagata dalam (Adzania & Arianingsih, 2022) Istilah *VTuber* adalah singkatan dari *Virtual YouTuber* diartikan sebagai konten kreator *streamer* yang menggunakan sebuah desain karakter 2D ataupun 3D yang dirancang oleh para seniman dengan program yang bernama Live2D. Puspitaningrum (2019) menjelaskan bahwa istilah *VTuber* pertama kali digunakan oleh Kizuna Ai pada tahun 2016. Kizuna Ai digambarkan sebagai sesosok karakter gadis remaja perempuan dengan *style* gambar 3D dengan khas animasi Jepang.

Kegiatan yang biasa dilakukan oleh para *VTuber* ini sama seperti yang dilakukan oleh *YouTuber* pada umumnya, perbedaannya adalah *VTuber* menggunakan karakter virtual dan tidak perlu menunjukkan identitas asli mereka. Menurut Pribadi (2022) dalam (Putra et al., 2023) *VTuber* biasanya melakukan *streaming* dengan melakukan kegiatan interaktif dengan penonton contohnya seperti bermain *game*, menyanyi, mencoba aplikasi baru, maupun konten edukatif. Tercatat pada tahun 2020 bahwa *VTuber* juga memiliki tayangan khusus, salah satu contohnya seperti Hiyori Ibara *VTuber* yang dijadikan maskot untuk Prefektur Ibaraki di Jepang melalui platform digital YouTube IBAKIRA TV. Hal yang membuat *VTuber* lebih menarik adalah karena penontonnya adalah para penggemar *anime* yang seringkali mempunyai hobi yang berhubungan dengan bermain game dan membuat cover lagu pop Jepang. Avatar ini mendobrak antara dunia virtual dan dunia nyata, jadi produksi konten *VTuber* dapat lebih inovatif dan kreatif. Menurut Lawrenson (2022), meskipun sebagian besar *VTuber* terpopuler adalah orang Jepang, minat terhadap *VTuber* berbahasa Inggris mulai berkembang pesat pada bulan Juni 2022, salah satunya adalah Gawr Gura yang berhasil menjadi *VTuber* pertama yang melampaui 4 juta *subscriber* di platform tersebut.

Karakter *VTuber* tidak dapat bergerak dengan sendirinya, maka dari itu diperlukan aktor untuk menggerakkan setiap karakter *VTuber* tersebut dengan cara *face tracking*, karena karakter *VTuber* tidak memiliki nyawa seperti halnya boneka atau wayang. *Face tracking* adalah teknik di bidang visi komputer yang digunakan untuk melakukan pelacakan pada fitur wajah yang bergerak. Kemampuan ini bekerja dengan cara menangkap objek bergerak, contohnya ketika aktor pembicara yang menggerakkan mulut dan fitur ekspresi wajah (Mambu et al., 2017). Untuk menggerakkan karakter *VTuber* tersebut harus melalui proses *rigging* menggunakan perangkat yang bernama Live2D. Live2D adalah standar perangkat industri untuk membuat ekspresi 2D *real-time*, yang dipakai para konten kreator profesional di seluruh dunia yang mana bisa diterapkan dalam aplikasi seluler, game konsol, streaming *VTuber*, dan animasi. Live2D merupakan aplikasi buatan Jepang yang memberikan kemudahan pengguna dalam membuat animasi, aplikasi ini memungkinkan ilustrasi menjadi bergerak dan tampil interaktif tanpa perlu membuat model 3D ataupun *frame by frame*. Live2D biasanya menggunakan metode *rigging*, metode ini bekerja dengan melakukan pemasangan tulang pada setiap karakter sehingga dapat digerakkan sesuai dengan pergerakan manusia yang telah ditangkap dengan kamera melalui bantuan *face tracking*.

Falkana Studio adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berdiri pada tahun 2012 yang berkantor pusat di Surabaya dengan Benny Suswanto Swatan sebagai Founder. Falkana Studio adalah developer studio berbasis *Indie game*, dengan spesialisasi ilustrasi, membuat berbagai macam asset gim animasi, konsep ilustrasi seni, ilustrasi bergerak untuk *Streamer* ataupun *VTuber*, komik, desain logo, dan lain-lain. Namun Falkana Studio belum memiliki identitas



personifikasi maskotnya sendiri. Dengan demikian, membuat desain karakter *VTuber* adalah pilihan yang tepat untuk mempromosikan serta menambah nilai ketertarikan *personal branding* dari Falkana Studio.

METODE PENELITIAN

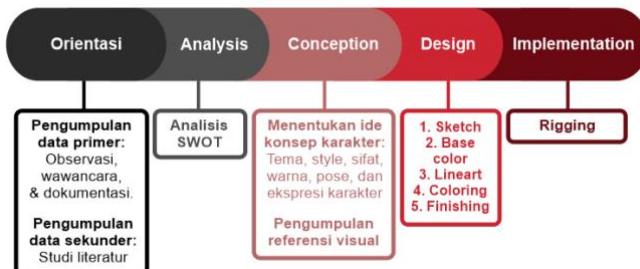
Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kualitatif. Penelitian dengan metode kualitatif menurut Nina Adlini (2022) adalah sebuah penelitian yang dilakukan melalui proses berpikir induktif mempunyai tujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan. Peneliti diharapkan terlibat dalam situasi dan *setting* fenomena, peneliti juga harus menangkap secara objektif terhadap kenyataan subjektif saat melakukan kegiatan penelitian. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena menyesuaikan topik dari judul perancangan desain karakter *VTuber* sebagai maskot Falkana Studio yang dimana membutuhkan penyesuaian dari data beserta fenomenanya. Dengan metode kualitatif, peneliti mengumpulkan data dari studi literatur, hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

TEKNIK ANALISIS DATA

Peneliti akan menggunakan metode analisis SWOT pada Perusahaan Falkana Studio, dengan tujuan untuk menemukan aspek krusial dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dialami oleh Falkana Studio, serta mengetahui kekuatan dan kelemahan kompetitor. Penjelasan umum dari analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) proyek. Analisis SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis, jadi melalui analisis SWOT ini bertujuan untuk mengetahui posisi usaha dan alternatif strategi pemasaran mana yang sesuai bagi pihak pengelola (Rangkuti, 2013).

METODE PERANCANGAN

Peneliti menggunakan metode *Design Process* dari (Landa, 2014) dalam bukunya yang berjudul “Graphic Design Solution”. Adapun beberapa tahap yang ada dalam metode ini yaitu, Orientasi, Analysis, Conception, Design, dan Implementation.



Gambar 1. *Design Process* (Sumber : Landa, 2014)

KERANGKA TEORETIK

VTuber

Pada tahun 2016 disaat profesi sebagai *Youtuber* semakin hangat, muncul sebuah fenomena yang disebut *Virtual YouTuber (VTuber)*. *VTuber* didefinisikan sebagai *Youtuber* yang tidak perlu menampilkan dirinya sebagai manusia sungguhan pada siaran video, melainkan menggunakan karakter *avatar* yang dibuat dari hasil 2D ataupun 3D (Ronggowarsito et al., 2022). Sedangkan menurut Bredikhina dalam (Putra et al., 2023). Menurut penelitian McLaughlin dalam (Li, 2023) menunjukkan poin bahwa ketika *streamer* memberi komunikasi balik terhadap penonton, *streamer* dan para penonton akan terlihat seperti membangun sebuah hubungan antarpribadi (*interpersonal*). Pada umumnya, *VTuber* tidak akan memperlihatkan wajah nyata kepada publik saat melakukan siaran. *VTuber* dengan style gambar 3D diadaptasi dari model 3D dan gerakan *real-time* atau teknologi untuk menangkap

pergerakan mereka Berbeda dengan *VTuber* 3D, *VTuber* dengan tampilan 2D memiliki fitur ekspresi wajah dan gerakan yang lebih terbatas (Lu et al., 2021). Dalam konteks *live streaming VTuber*, desain pesona yang dihadirkan *VTuber* dan kepribadian sebenarnya diadaptasi dari orang sebenarnya yang ada di belakang avatar *VTuber* itu sendiri. Selain visual desain karakter *VTuber*, konten *live streaming VTuber* juga sebenarnya mirip dengan *streamer* manusia nyata pada umumnya, seperti bermain game dan menyanyi. Kelebihan dari menjadi *VTuber* adalah privasi lebih terjaga, desain bervariatif, serta dapat meraup banyak uang, adapun kekurangannya adalah pembuatan *VTuber* memiliki harga yang relatif mahal.

Maskot

Maskot adalah suatu wujud personifikasi yang dibuat untuk merepresentasikan suatu identitas atau produk. Wujud maskot dapat dibuat dari dasar bentuk hewan antropomorfik, sebuah personifikasi objek, atau manusia yang ditujukan untuk membangun identitas suatu *brand* supaya dapat menarik minat audiens (Caufield, 2012)

Falkana Studio

Falkana Studio adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa seni digital yang berdiri pada tahun 2012 yang berkantor pusat di Surabaya dengan Benny Suswanto Swatan sebagai *founder*. Perusahaan Falkana Studio adalah developer studio berbasis *Indie game*, dengan spesialisasi ilustrasi, membuat berbagai macam asset gim animasi, konsep ilustrasi seni, ilustrasi bergerak untuk *Streamer* ataupun *VTuber*, komik, desain logo, dan lain-lain. Falkana Studio juga membuka komisi atau penjualan produk pada *marketplace* Fiverr dan Etsy, dimana 99% pelanggannya adalah orang luar Indonesia. Komisi *VTuber* menjadi yang paling laris dan mendapatkan review positif dengan rate bintang 5 pada *marketplace* Etsy milik Falkana Studio mulai dari tahun 2023 hingga 2025 ini dengan *username* FinfiWorks (Etsy, 2025). Falkana Studio memposisikan dirinya sebagai sebuah jasa seni digital yang menawarkan produk dengan harga murah, pengrajan cepat, bebas revisi, yang mana target pasarnya adalah pelanggan dengan usia 18 tahun hingga 45 tahun.

Kvxart Studios Inc.

Setelah mengulas tentang Falkana Studio, Kvxart Studios Inc. adalah kompetitor dari Falkana Studio yang bergerak di bidang jasa seni digital yang didirikan oleh Kevin Xu pada tahun 2018. Kvxart Studios Inc. hanya menjual paket *VTuber* dari pembuatan desain hingga animasi *rigging* beserta aset-aset khusus yang dikenai biaya tambahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

ORIENTASI

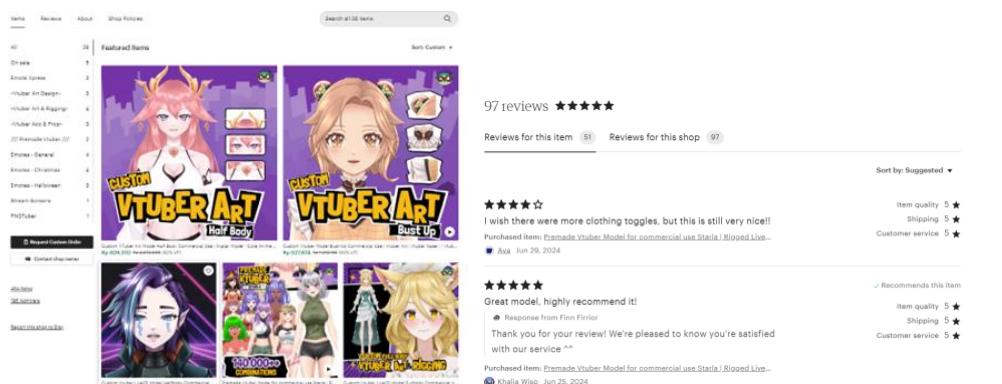
Pada pembahasan ini perancang melakukan pengumpulan data untuk menunjang perancangan yang akan dilakukan. Data yang dikumpulkan oleh perancang merupakan data primer dan data sekunder. Perancang menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.

Observasi Data Primer

Sumber data primer yang harus dikumpulkan sebelum membuat konsep desain *VTuber* adalah dengan melakukan sebuah kegiatan wawancara dengan owner dari Falkana Studio. Data yang dibutuhkan adalah mengetahui target pasar atau audiens dari hasil penjualan, mengetahui kompetitor, serta identifikasi logo perusahaan sebelum membuat desain *VTuber* sebagai maskot. Setelah melakukan wawancara bersama owner Falkana, menghasilkan data terkait karakteristik Perusahaan, model usaha, serta warma yang tepat untuk menggambarkan visi dan misi perusahaan.

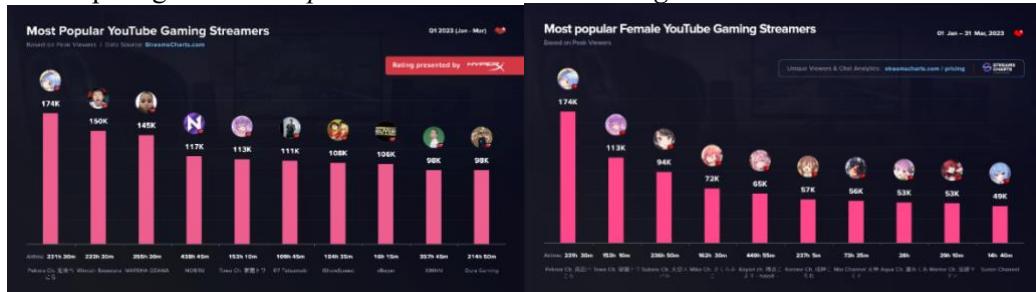
Observasi Data Sekunder

Observasi dari penjualan pada *marketplace* Etsy milik perusahaan Falkana Studio yang membuktikan bahwa *VTuber* adalah produk terlaris yang paling diminati. Berikut adalah produk *VTuber* dan ulasan dari pelanggan pada *marketplace* Etsy milik Falkana Studio:



Gambar 2. Penjualan VTuber Etsy milik Falkana Studio (Sumber : Daffa, 2025)

Perkembangan *VTuber* semakin hari semakin pesat. Semua dapat dilihat dari data yang didapatkan pada *streamchart* di tahun 2023 *VTuber* Usada Pekora mendapatkan peringkat pertama di kategori *streamer YouTube* paling popular di seluruh dunia dengan jumlah penonton sebanyak 174.000 orang. Di tahun yang sama 10 peringkat *Most Popular Female YouTube Gaming Streamer*.



Gambar 3. *Most Popular Female YouTube Gaming* (Sumber : Daffa, 2025)

ANALYSIS

Pada pembahasan ini perancang akan melakukan analisa menggunakan Teknik S.W.O.T (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) yang utama adalah analisis pada Perusahaan Falkana Studio, dan kemudian dilanjut analisis SWOT kompetitor Falkana Studio yaitu Kvxart Studios Inc.

Eksternal	Opportunities (O)	Threats (T)	
Internal	<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Segmen pasar yang terus meluas 2. Kepopuleran <i>VTuber</i> terus meningkat 3. <i>VTuber</i> menjadi profesi yang menggiurkan 	<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor memasang harga yang lebih terjangkau 2. Kompetitor semakin kreatif berpromosi seperti menjual aset gratis yang bagus 	
Internal	Strengths (S)	Strategi (SO)	Strategi (ST)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemampuan cepat dalam penggerjaan 2. Menyediakan banyak paket pembuatan <i>VTuber</i> (sketch, sketch + coloring, rigging) 3. Harga terjangkau 4. Bebas revisi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas <i>VTuber</i> dari segi gambar dan animasi. 2. Membuat konten rutin di berbagai platform. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas promosi seperti promo membership atau bonus aset.

Weakness (W)	Strategi (WO)	Strategi (WT)
1. Produk monoton 2. Tidak ada sample produk di media promosi yang bisa dipakai umum	1. Membuat sample produk yang bisa digunakan sebagai konten dan juga dipakai umum. 2. Membuat maskot Perusahaan yang bebas dipakai umum sebagai promosi gratis.	1. Melakukan update kualitas dari produk seperti memperhalus gerakan animasi 2. Melakukan pengembangan paling terbaru yang bisa membantu percepat pekerjaan serta memangkas biaya produksi.

Tabel 1. SWOT Falkana Studio (Sumber : Daffa, 2025)

Eksternal Internal	Opportunities (O)	Threats (T)
	1. Segmen pasar yang terus meluas 2. Kepopuleran <i>VTuber</i> terus meningkat 3. <i>VTuber</i> menjadi profesi yang menggiurkan	1. Kompetitor memasang harga yang lebih terjangkau 2. Kompetitor semakin kreatif berpromosi seperti menjual aset gratis yang bagus
Strengths (S)	Strategi (SO)	Strategi (ST)
1. Memiliki kualitas yang sangat bagus 2. Gerakan animasi yang cukup halus 3. Memiliki sample produk	1. Membuat konten media promosi & <i>ads</i> 2. Membuat <i>landing page</i> untuk portofolio	1. Membuat paket produk yang lebih murah 2. Meningkatkan kualitas promosi seperti promo membership atau bonus aset.
Weakness (W)	Strategi (WO)	Strategi (WT)
1. Produk terlalu mahal 2. Revisi dibatasi 3. Pengerjaan cenderung lama	1. Membuat paket produk yang lebih murah 2. Menyediakan paket <i>express</i> untuk pengerjaan yang lebih cepat.	1. Membuat pengenalan konten produk secara rutin

Tabel 2. SWOT Kvxart Studios Inc. (Sumber : Daffa, 2025)

Dari hasil analisa diatas didapatkan inti dari permasalahan adalah Falkana Studio memiliki kekurangan pada pengembangan suatu produk dan juga tidak adanya sebuah *sample* produk yang bisa dipakai oleh umum untuk meningkatkan kepercayaan dan untuk mempermudah *marketing*. Falkana Studio sulit mengembangkan sebuah produk karena Falkana Studio tidak memiliki *sample* produk yang bisa dibuat riset dan juga bisa dipakai sebagai contoh produk ke *client* lain. Produk dari Falkana Studio adalah produk berupa jasa. Maka hasil dari *VTuber* mereka hanya boleh dipakai oleh *client* mereka tidak boleh untuk *sample* produk. Maka dari itu peneliti melakukan strategi dengan mengembangkan kualitas dari Falkana Studio yaitu strategi WO (*Weakness – Opportunity*) dengan membuat sebuah design karakter *VTuber* yang ditujukan sebagai maskot dari Falkana Studio sehingga Falkana Studio memiliki *sample* produk yang bisa diberikan kepada calon *client* dan juga Falkana bisa mengembangkan kinerja mereka menggunakan karakter dengan hak cipta mereka sendiri.

CONCEPTUAL

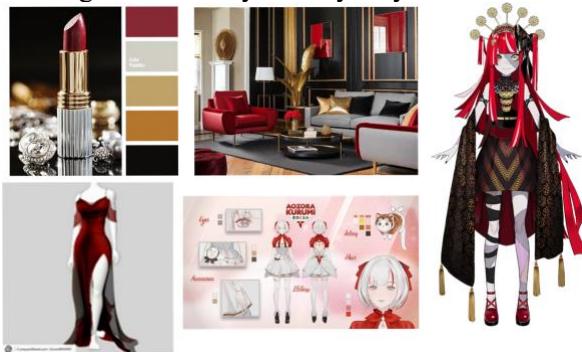


Tahap *conceptual* atau *conception* yang merupakan ide kreatif yang mewakili data dan informasi yang didapatkan dari hasil analisis SWOT. Tahap konsep yang dilakukan adalah dengan menentukan ide konsep karakter disertai dengan menentukan tema, *style*, sifat, warna, pose karakter yang menggambarkan aspek ciri khas dari Falkana Studio yang akan divisualisasikan menjadi sebuah karakter *VTuber*. Acuan dari visualisasi desain karakter *VTuber* adalah dengan menggunakan logo dari Falkana Studio yang berwarna merah & menggunakan font bertuliskan “FALKANAS” berwarna hitam.



Gambar 4. Logo Falkana Studio (Sumber : Daffa, 2025)

Pertama adalah dengan menentukan ide konsep. Maskot *VTuber* Falkana yang namanya disamakan dengan logo yaitu “Falkana” didesain dengan visual manusia 2D dengan gender perempuan yang digambar menggunakan style anime seperti *VTuber* populer pada umumnya. Karena pasar dari Falkana Studio adalah luar negeri, model baju akan didesain *sexy* dan elegan, namun ingin tetap memberikan kesan sedikit *hint* yang menandakan bahwa maskot ini adalah dari Indonesia supaya maskot lebih mudah dikenal dengan nuansa warna merah putih seperti bendera Indonesia. Tema dari karakter *VTuber* ini adalah elegan, maka penentuan warna adalah aspek yang sangat penting pada *VTuber*, yaitu menggunakan warna yang mengacu pada logo utama yang mana akan cenderung memakai warna merah pada pakaian, aksen warna hitam sesuai pada logo font Falkana Studio, mempunyai kulit kuning langsat cerah, serta memberi sedikit warna emas untuk kesan kemewahan. Warna merah menurut Kahfi, 2021 warna merah memberi kesan berani, agresif, ingin menjadi pusat perhatian, sedangkan aksen hitam digunakan untuk menunjukkan pribadi yang bermartabat, dan dipandang terhormat di mata orang lain. Karakter maskot *VTuber* Falkana ini terkesan *feminine*, mempunyai wajah yang cantik, dengan rambut panjang warna mencolok seperti layaknya karakter anime yaitu berwarna putih. Warna putih adalah warna netral yang dipilih untuk menyeimbangkan serta memperlentut dari dua warna yang mendominasi yaitu warna merah dan hitam. Karakter *VTuber* ini didesain menggunakan beberapa aksesoris serta menggunakan jepit rambut dengan bentuk logo Falkana sebagai tanda yang mencolok pada sebuah maskot. Semua aspek desain dan permintaan yang dikonsep tersebut sudah dalam persetujuan kedua pihak yaitu pihak peneliti dan owner dari perusahaan Falkana Studio untuk membuat maskot *VTuber*, yang sudah disesuaikan oleh riset yang dikumpulkan oleh peneliti. Langkah kedua adalah mengumpulkan referensi gambar sebanyak-banyaknya dari internet.



Gambar 5. Referensi untuk *VTuber* (Sumber : Daffa, 2025)

DESIGN

Menurut Landa, (2014) tahapan proses desain mengikuti beberapa tahap yaitu sketsa *thumbnail*, kasaran, komprehensif, persetujuan klien, lalu diimplementasi. Pada proses *design* ada tahap yang harus dilakukan yaitu sketsa, warna dasar, *line art*, *coloring*, *finishing*. Perancang menggunakan *software* Paint Tool Sai selama proses pengerjaan *design*.

a. Sketsa

Perancang membuat dua opsi sketsa yang kemudian hasil dari kedua sketsa tersebut diserahkan kepada *owner* Falkana sebagai klien untuk dipilih salah satu *base* model mana yang akan dijadikan maskot *VTuber* Falkana Studio, dan dari hasil diskusi *owner* memilih opsi pertama dan memberikan saran revisi detail untuk dilanjutkan di tahap berikutnya.



Gambar 6. Sketsa Desain *VTuber* (Sumber : Daffa, 2025)

b. Warna dasar

Dari tahap sketsa sebelumnya, perancang menentukan warna palet untuk dilanjutkan palet untuk diimplementasikan ke desain *VTuber* Falkana, warna utamanya adalah merah dengan kode #B8212C yang diambil dari simbol logo merah Falkana, dan hitam dengan kode #353535 yang diambil dari font FALKANAS, warna putih dengan kode #FFFFFF, dan aksen emas dengan kode #F5D58A.



Gambar 7. Warna Dasar *VTuber* (Sumber : Daffa, 2025)

c. *Line art*

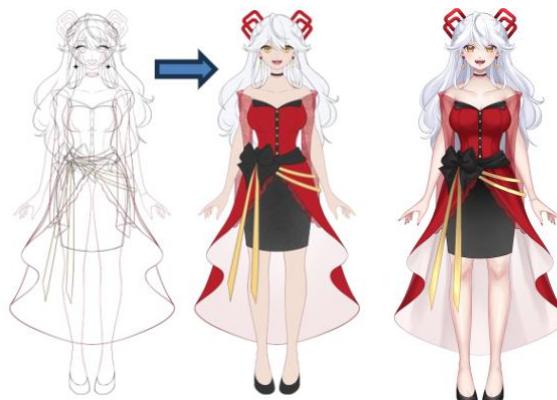
Line art ini menggunakan tools *Linework* pada *software* Paint Tool Sai, dengan *setting* ukuran kanvas 3000 x 6000 *pixels*. Hal krusial yang perlu diperhatikan oleh perancang *VTuber* adalah perancang harus teliti dalam memisah setiap potongan badan dari model *VTuber* menjadi tatanan *layer* dan folder yang berurutan pada *software* yang digunakan. Perancang mengurutkan *layer* dari atas hingga bawah, fitur wajah seperti mata, hidung, mulut, poni akan dijadikan satu ke dalam folder kepala. Leher, dada, ikat pinggang dimasukkan ke dalam folder badan. Tangan dan kaki dipisah folder, dan folder paling belakang adalah rambut. *Line art* diberikan warna yang menyesuaikan tapi lebih gelap dari warna dasar yang sudah diambil dari palet warna sebelumnya.



Gambar 8. *Line Art VTuber* (Sumber : Daffa, 2025)

d. Coloring

Sebelum memberikan shading dan lighting, perancang harus memberi dasar atau istilah *base color* digunakan setelah membuat potongan *line art* di tahap sebelumnya. Warna dasar ditujukan untuk mengunci dan merapikan seluruh objek *line art* yang terlihat bertumpukan, dengan memberi warna dasar maka seluruh layer warna wajib ditempatkan dibawah layer *line art* lalu diberi *shading* pada tahap selanjutnya. Namun pada tahap ini owner dari Falkana menyarankan untuk sedikit revisi warna rok yang diubah jadi warna hitam, dan rok panjang belakang diubah menjadi warna yang terang.



Gambar 1. *Coloring VTuber* (Sumber : Daffa, 2025)

e. Finishing

Setelah teknik pewarnaan selesai, perancang memberikan tambahan lebih detail tekstur, fokusnya terdapat pada desain baju area lengan motif kain bordir atau *lace* yang tersedia pada fitur *layer effect* di sebelah panel kiri *software Paint Tool Sai*, lalu pilih opsi *Lace01*. Sedangkan untuk warna rok diberikan efek sparkle sehingga memberikan kesan rok hitam dengan gemerlap bintang.



Gambar 10. *Finishing Detail VTuber* (Sumber : Daffa, 2025)



Gambar 11. Hasil desain karakter maskot *VTuber* Falkana Studio (Sumber : Daffa, 2025)

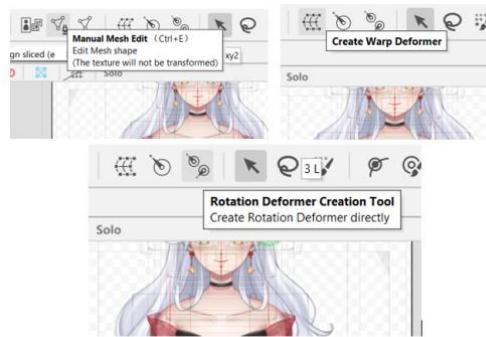
Selain menambahkan tekstur, perancang menambahkan tambahan ekspresi pada *VTuber*, yaitu ekspresi gembira yang biasa digunakan sebagai fitur tambahan seperti *VTuber* pada umumnya. Langkah terakhir setelah selesai adalah lakukan export format psd atau format photoshop sebagai aset yang siap dianimasikan dengan resolusi kanvas 3000 x 6000 pixel.

IMPLEMENTASI

Tahap implementasi pada *VTuber* adalah menggerakkan setiap anggota badan menjadi animasi bergerak melalui proses *rigging* yang cara kerjanya adalah menggunakan pembuatan kerangka digital (*bones*) yang berguna sebagai kontrol yang memungkinkan karakter atau objek dapat dianimasikan dengan cara yang realistik (Smith & Johnson, 2020).



Gambar 12. Pemisahan Bagian Anggota Badan pada Aset *VTuber* Falkana yang harus Dianimasikan (Sumber : Daffa, 2025)



Gambar 12. Tools penting pada *Software Live2D* (Sumber : Daffa, 2025)

Hal dasar yang harus dipahami saat membuat rigging adalah menggunakan parameter untuk arahan setiap gerakan karakter, yang ditandai oleh angle yang disebut X, Y, Z, bentuk, dan sudut yang digabungkan untuk membuat pergerakan.

- X = Gerakan ke arah kiri dan kanan
- Y = Gerakan arah naik dan turun
- Z = Gerakan rotasi ke arah kiri dan kanan
- Bentuk dan sudut = Sebagai pelengkap gerakan, contoh gerakan memantul atau *gemerencing*.

Setelah proses rigging dilakukan maka langkah selanjutnya adalah dengan export format moc3 pada *software Live2D*, lalu mengaplikasikan perangkat keras dengan penyambungan kamera, atau menggunakan kamera *smartphone* untuk mendeteksi serta mengikuti gerakan wajah manusia menggunakan *software VTuber Studio Unity*. Dengan menggunakan *software* ini, *VTuber* dapat ditampilkan dengan rapi, serta dapat menggunakan custom *background* supaya lebih menarik. Selain tampilan *VTuber*, media lain yang ditambahkan untuk melengkapi perancangan ini adalah dengan membuat dua gambar *emotes* atau emotikon yang sering digunakan *VTuber* pada umumnya, dan membuat *banner* paket *VTuber* yang nantinya digunakan pihak Perusahaan Falkana Studio untuk jangka panjang.



Gambar 13. Proses Gerakan Rigging pada *Live2D* (Sumber : Daffa, 2025)



Gambar 14. Tampilan *VTuber* pada media *VTube Studio Unity*



Gambar 15. Media *Banner* dan *Emotes*

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara tahapan konsep dari pembuatan maskot *VTuber* yang harus memiliki ciri khas karakteristik yang menyesuaikan perusahaan Falkana Studio, maka dari itu perancang melakukan berbagai macam sumber data untuk menghasilkan *VTuber* yang menarik sesuai target pasar dari Falkana Studio. Desain konsep maskot *VTuber* sengaja dirancang menggunakan logo dari Falkana Studio, sehingga maskot menonjolkan ciri khas identitas perusahaan tersebut, yang mana dirancang melalui beberapa tahapan detail dari proses pembuatan sketsa, *base color*, *line art*, *coloring*, *finishing* hingga tahap *rigging*. Proses-proses pada perancangan ini sesuai dengan ranah jurusan Desain Komunikasi Visual, supaya lebih mengetahui cara menyusun dan merancang ide kreatif sehingga tercipta sebuah karya visual yang bermanfaat bagi perancang, bermanfaat untuk dibaca audiens untuk sebuah pengetahuan umum., maupun diterapkan untuk merancang karakter *VTuber* sendiri. Dengan saran perancangan yang ditulis oleh penulis bisa digunakan sebagai referensi dan bisa dikembangkan lagi pada penelitian yang selanjutnya, khususnya bagi masyarakat yang memiliki hobi membuat konten streaming dengan menggunakan model *VTuber* yang dikembangkan dan dikreasikan menjadi berbagai macam bentuk yang lebih unik dan kreatif.

REFERENSI

- Adzania, J. I., & Arianingsih, A. (2022). *DAMPAK MENONTON VTUBER TERHADAP PENGEMAR BUDAYA POPULER JEPANG DI BANDUNG*. <https://www.dexerto.com/entertainment/top-20-most-popular-vtubers-2287865/>
- Caufield, Kristopher. (2012). Analyzing the effects of brand mascots on social media: Johnson City Power Board case study. *East Tennessee State University*.
- Etsy. (2024). *FinfiWorks Reviews*. <https://www.etsy.com/shop/FinfiWorks#reviews>
- Kahfi, A. Y. (2021). *Teori Warna: Pengenalan dan Penerapan Warna dalam Dunia Fashion*.
- Landa, R. (2014a). Graphic design solutions. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Landa, R. (2014b). *Graphic design solutions*.
- Lawrenson, E. (2022, July 6). *What is a VTuber? Why are they so popular?* Qustodio. <https://www.qustodio.com/en/blog/what-is-a-vtuber/>
- Li, Y. (2023). Why does Gen Z watch virtual streaming VTuber anime videos with avatars on Twitch? *Online Media and Global Communication*, 2(3), 379–403. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0030>



- Lu, Z., Shen, C., & Li, J. (2021). More Kawaii than a Real-Person Live Streamer: Understanding How the Otaku Community Engages with and Perceives Virtual YouTubers. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445660>
- Mambu, J. Y., Wahyudi Andria, Reinaldo Zakarias, & Braif Therok. (2017). *Robot Perekam Objek Berbasis Face Tracking*. Neliti. <https://www.neliti.com/publications/230913/robot-perekam-objek-berbasis-face-tracking#cite>
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA*. 6(1), 974–980.
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetyo, A. (2019). Fenomena “Virtual Youtuber” Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4758>
- Putra, A. K., Negeri, I., & Surabaya, S. A. (2023). ANALISIS KOMUNIKASI VIRTUAL YOUTUBER DALAM KACAMATA BAUDRILLARDIAN. *Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 1–13.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ronggowarsito, B. I., Ramdhan, Z., & Taufik Afif, R. (2022). *DESAIN KARAKTER VIRTUAL YOUTUBER SEBAGAI MASKOT PEMBELAJARAN MENGGAMBAR*. 353–367. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/index>
- Smith, R., & Johnson, M. (2020). The Role of Rigging in 3D Animation: Techniques and Best Practices. *Animation Studies*.