

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis dan Elemen Desain

Menurut Landa (2019) desain grafis adalah sebuah bentuk dari sebuah komunikasi secara visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan ataupun informasi kepada audiens (h.2). Desain grafis merupakan sebuah representasi visual dari sebuah ide yang bergantung kepada karya, pilihan, dan penyusunan dari sebuah elemen-elemen visual. Desain grafis juga dapat membujuk, memberi tahu, mengidentifikasi, memberi motivasi, meningkatkan, mengatur, memberi merek, membangkitkan, menemukan, melibatkan, dan membawa atau menyampaikan banyak tingkatan makna.

Elemen desain berperan sebagai komponen dasar yang membantu dalam merancang suatu desain guna menyampaikan informasi secara efektif (h.16). Elemen-elemen ini mencakup garis, warna, bentuk, dan tekstur, yang masing-masing memiliki peran tersendiri dalam menciptakan komposisi visual yang harmonis. Setiap elemen saling berinteraksi, membentuk suatu tampilan yang tidak hanya estetik tetapi juga sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Berbagai bentuk visual yang dihasilkan pun disesuaikan dengan kebutuhan desain agar dapat menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik perhatian audiens.

Dengan kata lain, desain grafis bukan sekadar menyusun elemen visual secara estetik, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Melalui pengaturan elemen seperti garis, warna, bentuk, dan tekstur, sebuah desain mampu membentuk persepsi, menarik perhatian, serta membangun pemahaman visual yang jelas. Hal ini memungkinkan pesan yang disampaikan tidak hanya dapat diterima secara visual, tetapi juga dipahami dan dirasakan secara emosional oleh audiens.

2.1.1 Warna

Menurut Cerrato (2012) dalam buku nya yang berjudul The Meaning of Colors bahwa setiap warna memiliki karakteristik unik berupa frekuensi dan panjang gelombang yang berbeda (h.4). Variasi ini menghasilkan dampak yang beragam pada individu, baik secara fisik, mental, maupun emosional. Selain itu, Cerrato juga menguraikan bagaimana setiap warna memiliki makna serta efek psikologis tertentu, yang dapat memengaruhi persepsi dan reaksi seseorang terhadap suatu visual.



Gambar 2.1 Penggunaan warna pada desain karakter dari film Inside Out

Sumber: Pixar (2015)

Berikut adalah beberapa warna utama beserta karakteristik dan pengaruhnya terhadap persepsi manusia :

- (a) Merah : Warna merah melambangkan energi, kekuatan, gairah, dan keberanian (h.4). Merah sering diasosiasikan dengan cinta, semangat, dan bahaya. Secara emosional, merah adalah warna yang intens dan dapat meningkatkan metabolisme tubuh serta tekanan darah
- (b) Kuning : Kuning melambangkan kehangatan, kebahagiaan, dan optimisme (h.7). Warna ini sering diasosiasikan dengan sinar matahari dan keceriaan. Kuning dapat merangsang aktivitas mental dan menarik perhatian. Namun, jika digunakan secara berlebihan, kuning dapat menimbulkan efek mengganggu atau tidak stabil.

- (c) Oranye : Oranye melambangkan keceriaan, kehangatan, dan penuh semangat (h.6). Warna ini menggabungkan energi merah dengan kebahagiaan kuning. Jingga sering dikaitkan dengan kreativitas, antusiasme, dan daya tarik. Dalam bisnis, jingga mencerminkan optimisme, keceriaan, dan keterjangkauan.
- (d) Hijau : Hijau adalah warna yang melambangkan keseimbangan, harmoni, dan pertumbuhan (h.9). Warna ini sering dikaitkan dengan alam, kesehatan, dan kesegaran. Dalam konteks psikologi warna, hijau memberikan rasa tenang dan menenangkan emosi.
- (e) Biru : Biru melambangkan kepercayaan, ketenangan, dan stabilitas (h.11). Warna ini sering diasosiasikan dengan profesionalisme dan keandalan. Biru memiliki efek menenangkan pada pikiran dan tubuh serta sering digunakan dalam bisnis untuk menciptakan kesan kepercayaan dan keamanan.
- (f) Ungu : Ungu adalah warna yang melambangkan kemewahan, kreativitas, dan spiritualitas. Warna ini sering dikaitkan dengan kebijaksanaan dan imajinasi (h.13). Dalam bisnis, ungu digunakan untuk memberikan kesan eksklusivitas atau produk premium.

2.1.2 Tekstur

Menurut Landa (2019), tekstur adalah kualitas permukaan yang bisa dirasakan secara langsung atau hanya terlihat seperti memiliki permukaan tertentu. Dalam seni visual, tekstur dibagi menjadi dua jenis:

- (a) Tekstur Taktis (Tactile Texture), yaitu tekstur yang bisa dirasakan secara fisik dengan sentuhan. Jenis ini sering disebut

sebagai tekstur nyata dan dapat ditemukan pada desain cetak yang menggunakan teknik seperti *embossing* (timbul), *debossing* (cekung), *stamping*, *engraving*, dan *letterpress*.

- (b) Tekstur Visual (*Visual Texture*), yaitu tekstur yang hanya memberikan kesan visual tanpa bisa dirasakan secara langsung. Tekstur ini bisa dibuat dengan menggambar, melukis, memotret, atau memindai permukaan asli (seperti renda atau kayu).



Gambar 2.2 Tekstur dan karakteristiknya

Sumber: Tara Sunil Thomas (2018)

Seorang desainer dapat menciptakan berbagai efek tekstur menggunakan keterampilan dalam menggambar, melukis, fotografi, atau media lainnya untuk memberikan dimensi dan kedalaman pada desain.

2.1.3 Pola

Menurut Landa (2019), Pola merupakan pengulangan elemen visual secara konsisten dalam suatu area, di mana setiap pola memiliki keteraturan dengan arah yang jelas sehingga membentuk ritme yang dapat diprediksi oleh audiens. Dalam pembentukannya, pola terdiri dari tiga elemen dasar, yaitu titik, garis, dan *grid*. Titik dapat menjadi dasar dari berbagai bentuk, baik organik maupun representasional, seperti daun. Pola semacam ini sering digunakan dalam desain grafis untuk menciptakan tampilan yang dinamis dan menarik secara visual.



Gambar 2.3 Pola pada desain karakter Mirabel dari film Encanto

Sumber: Meg Park (2022)

2.2 Desain Karakter

Desain karakter berperan penting dalam menciptakan tokoh yang unik dan dapat diterapkan dalam berbagai media, seperti buku, film, animasi, komik, serta game. Keberadaan karakter yang kuat tidak hanya sekadar menghidupkan cerita, tetapi juga membantu audiens memahami alur narasi melalui perspektif karakter tersebut (Nieminen, 2017, h.7). Ballon (dalam Nieminen, 2017) mengatakan agar sebuah karakter dapat diterima dan disukai oleh banyak orang, pencipta karakter perlu menghadirkan kepribadian serta sifat yang realistis dan relevan dengan kehidupan audiensnya. Ketika karakter memiliki pengalaman, emosi, serta konflik yang sejalan dengan apa yang dialami oleh penonton atau pemain, hal ini akan membangun keterikatan emosional yang lebih kuat. Audiens cenderung lebih mudah berempati terhadap karakter yang memiliki masalah serupa dengan mereka, sehingga hubungan antara karakter dan audiens menjadi lebih mendalam (Waluyo & Patria, 2022, h.80). Dengan kata lain, desain karakter yang kuat tidak hanya menghidupkan cerita, tetapi juga membangun keterikatan emosional dengan audiens melalui kepribadian, emosi, dan konflik yang relevan dengan pengalaman mereka. Hal ini memungkinkan audiens lebih mudah berempati dan terhubung dengan karakter yang mereka ikuti.

2.2.1 6 Core Principles of Character Design

Tillman (2011) dalam karyanya yang berjudul *Creative Character Design* menjelaskan bahwa terdapat enam (6) prinsip utama yang harus diperhatikan oleh seorang desainer dalam menciptakan karakter. Sebelum memutuskan aspek gaya dan makna visual, ia menekankan pentingnya membangun cerita yang kokoh bagi karakter terlebih dahulu. Hal ini bertujuan agar desain karakter tetap konsisten dan tidak mengalami perubahan drastis meskipun terjadi penyesuaian atau penambahan detail pada latar belakang karakter di kemudian hari.

2.2.1.1 Arketipe (*Archetype*)

Dalam proses desain karakter, arketipe berfungsi sebagai fondasi utama yang mencerminkan sifat, perilaku, serta kepribadian manusia yang ingin diwujudkan dalam sebuah tokoh (Tillman, 2011). Terdapat enam jenis arketipe utama yang umum digunakan dalam berbagai karya fiksi, yaitu *hero* (pahlawan), *shadow* (bayangan/antagonis), *fool* (si bodoh), *anima/animus* (representasi feminin/maskulin dalam karakter), *mentor* (pembimbing), dan *trickster* (si licik). Meskipun setiap arketipe memiliki karakteristiknya masing-masing, dalam banyak cerita, tidak jarang sebuah karakter mengalami perkembangan yang menyebabkan pergeseran arketipe atau bahkan menggabungkan beberapa arketipe sekaligus seiring dengan perkembangan alur dalam sebuah buku, film, atau media lainnya.

2.2.1.2 Cerita (*Story*)

Menurut Tillman (2011), cerita merupakan elemen fundamental dalam desain karakter. Sebelum mulai merancang visual, latar belakang karakter harus disusun secara matang agar desain yang dihasilkan lebih efektif dan menyeluruh. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk memperkuat visual suatu karakter dalam tahap

perancangan adalah dengan menerapkan konsep 5W1H, yang mencakup beberapa aspek penting sebagai berikut:

- a) *Who*: Siapa karakter yang sedang dirancang?
- b) *What*: Apa peran karakter tersebut dalam sebuah cerita?
- c) *When*: Kapan waktu cerita tersebut berlangsung?
- d) *Where*: Di mana latar tempat yang membentuk karakter tersebut?
- e) *Why*: Kenapa karakter memiliki peran seperti yang diceritakan?
- f) *How*: Bagaimana karakter menjalankan perannya dalam cerita?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, proses desain karakter dapat menjadi lebih terarah dan sistematis. Selain itu, pendekatan ini juga membantu desainer dalam mengembangkan variasi desain yang tetap relevan dengan karakter yang sudah dibangun. Misalnya, seorang karakter ilmuwan yang sering ditampilkan mengenakan jas laboratorium dapat memiliki versi desain lain saat ia berada di luar pekerjaannya.

2.2.1.3 Orisinalitas (*Originality*)

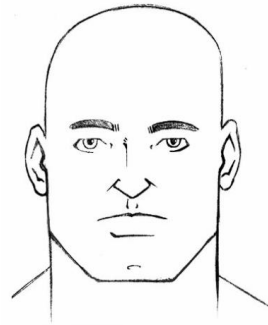
Orisinalitas dalam desain karakter bukan sekadar menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, melainkan memberikan sentuhan unik yang membedakan karya tersebut dari yang sudah ada. Tillman (2011) mengungkapkan bahwa di era modern ini, menghasilkan konsep yang sepenuhnya orisinal semakin sulit karena hampir semua ide telah terealisasi dalam berbagai bentuk desain. Namun, orisinalitas masih bisa dicapai melalui imajinasi dan inovasi seorang desainer. Proses ideasi yang matang memungkinkan seorang kreator untuk mengambil inspirasi dari berbagai hal di sekitarnya, baik

dari pengalaman pribadi, lingkungan, maupun fenomena sosial dan mengolahnya menjadi sesuatu yang memiliki ciri khas tersendiri. Dengan demikian, meskipun suatu gagasan mungkin memiliki kemiripan dengan konsep yang telah ada, sentuhan personal dari desainer akan membuat karakter yang dihasilkan tetap terasa segar dan mampu menarik perhatian audiens.

2.2.1.4 Bentuk (*Shapes*)

Bentuk (*Shapes*) merupakan elemen mendasar yang berperan dalam menentukan identitas serta fungsi suatu objek, termasuk dalam desain karakter. Dalam konteks ini, bentuk tidak hanya sekadar aspek visual, tetapi juga menjadi sarana untuk menyampaikan makna dan membangun persepsi audiens terhadap karakter yang diciptakan. Tillman (2011) menekankan bahwa variasi bentuk dalam desain karakter dapat memengaruhi bagaimana karakter tersebut dipahami serta bagaimana ia berkontribusi dalam narasi yang dibawakan. Oleh karena itu, memahami makna di balik setiap bentuk menjadi hal yang krusial agar desain karakter dapat menyampaikan pesan yang sesuai dengan kepribadian dan perannya dalam cerita yaitu:

- (a) Bentuk persegi sering dikaitkan dengan stabilitas, kepercayaan, keteraturan, dan maskulinitas, sehingga cocok untuk karakter yang kuat dan dapat diandalkan.



Gambar 2.4 Bentuk kepala karakter dengan karakteristik persegi

Sumber: Tillman (2011)

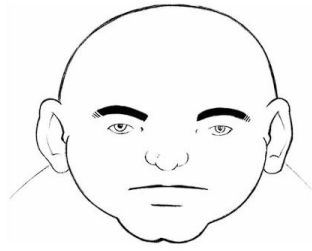
- (b) Bentuk segitiga umumnya melambangkan aksi, agresi, ketegangan, serta konflik, yang sering digunakan untuk karakter yang dinamis atau antagonistik.



Gambar 2.5 Bentuk kepala karakter dengan karakteristik segitiga

Sumber: Tillman (2011)

- (c) Bentuk lingkaran umumnya merepresentasikan kelengkapan, kelembutan, kesatuan, serta sifat kekanak-kanakan, menjadikannya ideal untuk karakter yang ramah dan penuh energi positif.



Gambar 2.6 Bentuk kepala karakter dengan karakteristik lingkaran

Sumber: Tillman (2011)

2.2.1.5 Referensi (*Reference*)

Dalam dunia desain karakter, referensi berperan sebagai landasan penting dalam menciptakan ilustrasi yang akurat dan meyakinkan. Secara umum, referensi dapat diartikan sebagai sumber acuan atau rujukan dalam proses kreatif. Tillman (2011) menjelaskan bahwa referensi bagi seorang desainer bukan hanya sekadar melihat contoh visual, tetapi juga melibatkan kemampuan mengamati kehidupan sehari-hari maupun foto untuk memastikan bahwa setiap elemen yang digambarkan memiliki ketepatan visual. Dengan memanfaatkan referensi, desainer dapat menghasilkan karakter yang lebih realistis, fungsional, dan sesuai dengan konsep yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, penggunaan referensi yang tepat tidak hanya memperlancar proses desain, tetapi juga meningkatkan kualitas karya secara keseluruhan.

2.2.1.6 Estetika (*Aesthetic*)

Estetika (*Aesthetic*) dalam desain karakter merupakan salah satu aspek fundamental yang mencakup filosofi seni, keindahan dan ekspresi visual, serta menjadi elemen pertama yang menarik perhatian audiens. Untuk menciptakan estetika yang tepat, seorang desainer harus mempertimbangkan preferensi dan karakteristik target audiensnya, termasuk faktor budaya, genre cerita, serta penggunaan warna dan detail lainnya. Menurut pendekatan ini, ada dua pertanyaan utama yang

perlu dijawab dalam proses desain: pertama, kelompok usia mana yang menjadi sasaran karakter tersebut, dan kedua, dalam genre apa karakter tersebut berperan. Dengan memahami dan menjawab kedua aspek ini, desainer dapat menciptakan karakter yang lebih relevan, menarik, dan memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens yang dituju.

2.2.2 *Three-dimensional character*

Teori *Three-dimensional character* merupakan konsep dasar dalam proses pembuatan dan pengembangan suatu karakter terutama dalam konteks *storytelling*, baik dalam literatur, teater, ataupun film. Teori ini dikemukakan oleh Lajos Egri yang tulis dalam bukunya *The Art of Dramatic Writing*, Egri berpendapat bahwa setiap karakter harus dikembangkan dengan makna serta kompleksitas yang mendalam disetiap prosesnya, yang dapat dicapai dengan menggunakan tiga dimensi yang saling berkaitan dengan satu sama lain yaitu fisiologi, sosiologi, dan psikologi (Egri, 2020).

a) Fisiologi

Fisiologi merupakan sebuah dimensi yang meliputi aspek fisik yang membentuk sebuah identitas visual, seperti penampilan karakter, usia, gender, tinggi dan berat badan, dan ciri khas yang membedakan sebuah karakter dari karakter lain (Setyawan et al., 2020). Dalam dimensi ini representasi visual seorang karakter memiliki peran penting dalam menggambarkan sebuah kepribadian ataupun latar belakang suatu karakter (Nieminen, 2017, h.35). Misalnya, karakter yang memiliki tubuh yang besar sering dikaitkan dengan kekuatan dan ketangguhan, sementara karakter yang memiliki tubuh kurus ataupun ringkih memberikan persepsi seseorang yang lemah (Nieminen, 2017, h.37). Bahasa tubuh seperti postur, ekspresi, dan gerakan juga dapat menjadi elemen penting dalam menyampaikan emosi dan niat sebuah

karakter. Dari cara karakter tersebut berdiri, berbicara, ataupun bergerak dapat menunjukkan kepribadian mereka kepada audiens.

b) Sosiologi

Sosiologi karakter juga memiliki peran krusial dalam membentuk identitas dan perilaku sebuah karakter, faktor seperti status sosial, tingkat pendidikan, pekerjaan, budaya, serta lingkungan tempat mereka tumbuh dapat memengaruhi cara mereka berpikir dan berinteraksi dengan sekitarnya (Daroini et al., 2020). Misalnya, karakter yang berasal dari keluarga terpandang mungkin memiliki sikap percaya diri dan berbicara dengan bahasa yang formal, sedangkan karakter dari lingkungan yang kurang beruntung bisa saja lebih waspada atau memiliki gaya bicara yang lebih santai. Dalam desain karakter, sosiologi berperan dalam membentuk identitas visual karakter. Aspek ini dapat diwujudkan melalui elemen desain seperti jenis pakaian, dan aksesoris yang menggambarkan status sosial serta lingkungan tempat karakter tumbuh. Misalnya, seorang karakter dari keluarga bangsawan biasanya mengenakan busana mewah dengan detail rumit, menunjukkan status sosial dan kemewahannya, sementara karakter dari kelas kebawah mengenakan busana yang lebih simpel dan lebih umum. Selain itu, budaya juga dapat tercermin dalam desain karakter melalui pemilihan warna, pola, atau aksesoris yang memiliki makna simbolis, seperti motif batik untuk karakter dari budaya Indonesia atau ornamen khas tertentu yang menandakan identitas etnis mereka.

c) Psikologi

Dalam desain karakter, aspek psikologis memegang peran penting dalam membentuk kepribadian serta emosi yang ingin disampaikan (Daroini et al., 2020). Kondisi mental, motivasi,

ketakutan, serta ambisi seorang karakter dapat tercermin melalui berbagai elemen visual, seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, simbolisme, dan pilihan warna. Misalnya, karakter yang sedang diliputi kemarahan mungkin digambarkan dengan tatapan tajam, alis berkerut, serta rahang yang mengatup erat, sedangkan karakter yang tenang dan percaya diri cenderung memiliki postur rileks dengan ekspresi lembut. Sementara itu, warna turut berperan dalam membangun suasana emosional karakter. Pakaian yang berwarna cerah dan mencolok dapat menunjukkan sebuah karakter yang ceria dan penuh semangat, sebaliknya karakter yang mengenakan pakaian dengan warna gelap sering diasosiasikan sebagai pribadi yang lebih tertutup dan serius (Nieminen, 2017, h.33).

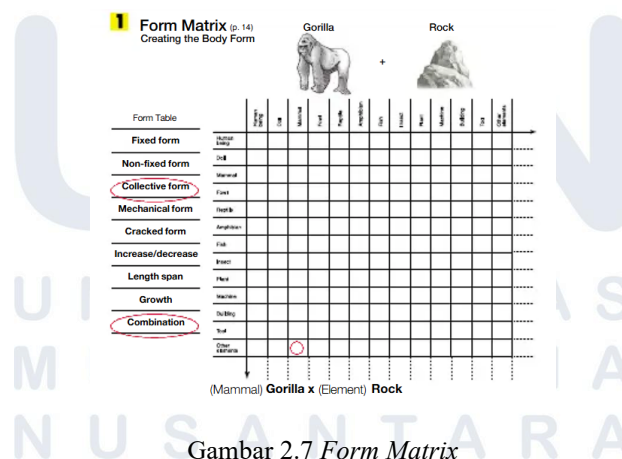
Teori Three-Dimensional Character dari Lajos Egri menjelaskan bahwa pembangunan karakter yang kuat harus mencakup tiga dimensi utama: fisiologi, sosiologi, dan psikologi. Dimensi fisiologi berkaitan dengan aspek fisik seperti bentuk tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh yang menciptakan identitas visual dan memberi kesan awal kepada audiens. Sosiologi mencakup latar belakang sosial karakter, termasuk status, profesi, budaya, dan lingkungan yang membentuk perilaku serta cara berpakaian, sehingga memperkaya konteks karakter secara visual dan naratif. Sementara itu, dimensi psikologi menyangkut kondisi mental, emosi, serta motivasi yang diwujudkan melalui ekspresi, warna, dan gestur yang mencerminkan suasana batin karakter. Ketiga dimensi ini saling melengkapi untuk menciptakan karakter yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga masuk akal dan dapat dipercaya dalam cerita, menjadikannya dasar yang relevan dalam desain karakter digital termasuk dalam konteks VTuber.

2.3 Costume Matrix

Manga Matrix adalah sebuah metode kerangka yang dirancang oleh Hiroyoshi Tsukamoto untuk menciptakan karakter dengan pendekatan berbasis

pola matematis. Metode ini menguraikan struktur karakter ke dalam elemen-elemen fundamental, yang kemudian diorganisir dalam suatu diagram sistematis. Diagram ini berfungsi sebagai panduan utama dalam proses kreatif, membantu perancang menciptakan karakter dengan cara yang lebih sistematis dan terarah (Januardi & Jupriani, 2025, h. 121). Dengan kata lain, *Manga Matrix* adalah metode perancangan karakter yang menggunakan pendekatan matematis dengan memecah elemen dasar karakter ke dalam diagram sistematis. Manga Matrix terdiri dari tiga sistem utama yaitu Form Matrix, Costume Matrix, dan Personality Matrix.

Dalam proses perancangan karakter, struktur dan bagian tubuh memainkan peran penting sebagai elemen dasar pembentuk anatomi. Elemen-elemen ini kemudian dapat dikombinasikan dengan berbagai variasi untuk menciptakan karakter yang memiliki ciri khas unik. Dalam pengembangannya, terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk membentuk tipe tubuh karakter, di antaranya : *Non-fixed form*, *fixed form*, *collective form*, *mechanical form*, *cracked form*, *increase/decrease form*, *length span form*, *growth* dan *combination* (Tsukamoto, 2006).



Gambar 2.7 Form Matrix

Sumber: (Tsukamoto, 2006).

Dalam desain karakter, kostum bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga memiliki peran signifikan dalam memperkuat identitas visual dan kepribadian karakter tersebut. Proses perancangannya mengacu

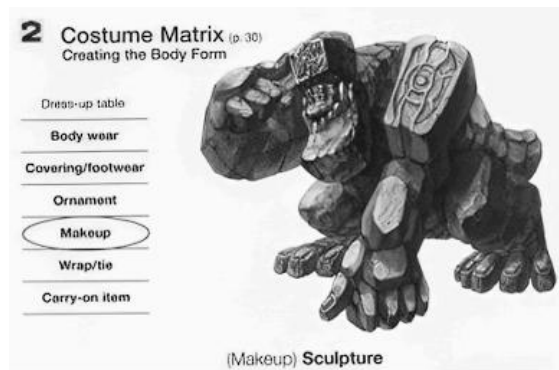
pada sistem parameter dalam *matrix system*, di mana desainer dapat memilih elemen kostum dari berbagai kategori yang telah disusun secara sistematis. Klasifikasi parameter kostum meliputi: *Body wear*, *covering/footwear*, *makeup*, *ornament*, *wrap/tie*, *carry-on item* dan klasifikasi material kostum: *earth*, *heaven*, *water/fire*, *inorganic matter*, *image*.



Gambar 2.8 *Costume Matrix*

Sumber: (Tsukamoto, 2006).

Dalam desain karakter, *body wear* merujuk pada pakaian yang dikenakan untuk menutupi tubuh, seperti baju, kemeja, atau celana. *Covering* mengacu pada alas kaki, termasuk sepatu, boots, atau aksesoris lain yang digunakan untuk melindungi kaki. Ornamen merupakan elemen dekoratif yang melekat pada karakter, seperti kalung, cincin, atau aksesoris lainnya yang menambah keindahannya. Makeup atau riasan berfungsi sebagai elemen penunjang ekspresi wajah, seperti tato, eyeliner, atau hiasan lain yang memperkuat identitas visual karakter. *Wrap* atau *tie* mencakup aksesoris yang digunakan untuk melilit atau mengikat bagian tubuh, seperti syal, ikat pinggang, atau pita. Sementara itu, *carry-on item* mencakup benda yang dibawa oleh karakter, seperti tas, kamera, payung, atau perlengkapan lain yang dapat melengkapi desain visualnya.

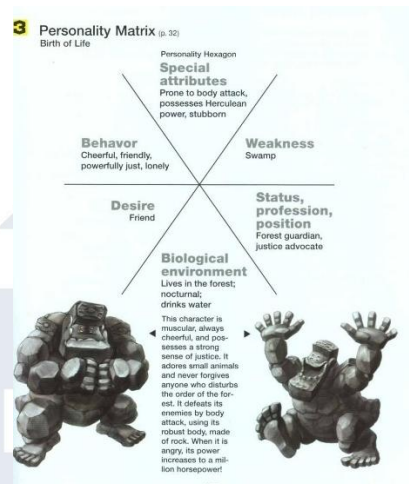


Gambar 2.9 *Costume Matrix*
Sumber: (Tsukamoto, 2006).

Klasifikasi material kostum *heaven* merujuk pada pakaian yang memberikan kesan elegan dan berwibawa, seperti gaun, pakaian pesta, atau rok panjang yang menghadirkan aura anggun. Material kostum *earth* menggambarkan busana yang menggunakan material alami, seperti jaket kulit, mantel tebal, dan pakaian lain yang memiliki kesan natural. Kostum *water/fire* merepresentasikan desain yang dinamis, kostum bertema *water* dirancang menggunakan bahan yang ringan dan mengalir, mencerminkan karakteristik air. Sementara itu, kostum bertema *fire* dibuat dari material yang menghadirkan kesan panas atau berapi. Kostum *inorganic matter* menggambarkan pakaian yang terbuat dari bahan buatan manusia atau material anorganik, seperti logam, karet, atau plastik, memberikan tampilan futuristik atau industrial. Terakhir, kostum *image* merujuk pada pakaian dengan motif atau pola khas yang unik dan berulang, menciptakan tampilan visual yang mencolok dan ikonik.

Personality Matrix merupakan sebuah matriks yang berfokus kepada pembentukan kepribadian serta sifat unik dari tokoh yang diciptakan. Matriks ini bertujuan untuk memberikan dimensi psikologis yang lebih mendalam pada karakter sehingga terasa lebih hidup dan memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens. Dalam *framework Manga Matrix*, aspek kepribadian ini dikategorikan ke dalam enam parameter utama yang berperan dalam membentuk karakter

secara lebih kompleks yang meliputi: *behaviour, status, profession, position, biological environment, special attribute, weakness, dan desire*.



Gambar 2.9 *Personality Matrix*

Sumber: (Tsukamoto, 2006).

2.4 Virtual Youtuber

Istilah "VTuber" mengacu pada kreator konten virtual yang memanfaatkan teknologi *motion-capture* untuk merekam serta memetakan gerakan tubuh mereka ke dalam model ilustrasi 2D atau 3D yang ekspresif. Dengan bantuan teknologi ini, model virtual yang dibuat secara digital dapat bergerak secara dinamis, menciptakan ilusi karakter yang tampak hidup dan berinteraksi layaknya manusia nyata. (Davey, 2019, h. 7). VTuber berbasis tiga dimensi (3D) menggunakan model digital yang memiliki tingkat fleksibilitas tinggi, memungkinkan pergerakan seluruh tubuh secara dinamis apabila didukung oleh perangkat keras yang memadai. Sebaliknya, VTuber berbasis dua dimensi (2D) mengadopsi model visual datar yang menyerupai ilustrasi dalam animasi atau kartun, dengan keterbatasan dalam aspek pergerakan dibandingkan dengan model tipe 3D (Stephanie, 2020, h.31).



Gambar 2.10 Video Live Streaming Kizuna Ai
Sumber: A.I.Channel (2018)

Kizuna AI merupakan pelopor dalam industri Virtual YouTuber (VTuber) yang memulai debutnya pada 29 November 2016 (Liman, 2023, h. 76-77). Karakter ini dikisahkan sebagai kecerdasan buatan (A.I.) yang berusaha memahami manusia, meskipun dalam realitasnya tetap memiliki pengisi suara di balik layar (Vita et al., 2023). Kizuna AI menghasilkan berbagai jenis konten, termasuk permainan video, vlog, serta pertunjukan musik. Untuk membedakan setiap jenis kontennya, ia mengelola beberapa *channel* YouTube, di antaranya A.I. Channel, yang berfokus pada vlog dan musik, serta A.I. Games, *channel* khusus untuk streaming *video games*. Popularitas Kizuna AI semakin meningkat pada tahun 2020, menjangkau audiens global di luar Jepang, serta berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri VTuber secara lebih luas. Dengan kata lain, VTuber adalah *content creator* virtual yang memanfaatkan teknologi motion-capture untuk menghidupkan ilustrasi 2D atau model 3D, menciptakan ilusi karakter yang dapat bergerak layaknya manusia. Salah satu pelopor dalam industri ini adalah Kizuna AI, yang sejak debutnya pada tahun 2016 telah memainkan peran penting dalam mempopulerkan VTuber secara global melalui berbagai jenis konten, termasuk vlog, permainan video, dan pertunjukan musik.

Dengan kata lain, VTuber adalah kreator konten virtual yang menggabungkan teknologi motion-capture dengan ilustrasi digital untuk

menghadirkan karakter yang tampak hidup dan mampu berinteraksi secara real-time. Baik dalam bentuk 2D maupun 3D, model VTuber dirancang agar dapat meniru gerakan tubuh manusia, menciptakan pengalaman visual yang imersif bagi penonton. Salah satu tokoh penting dalam perkembangan industri ini adalah Kizuna AI, yang melalui berbagai konten seperti vlog, video game, dan musik, berhasil membuka jalan bagi popularitas VTuber di tingkat global serta membentuk standar baru dalam dunia hiburan digital.

2.4.1 Sejarah dan Perkembangan *Live Streaming*

Live Streaming berawal dari masa-masa awal internet ketika platform seperti Justin.tv (yang kemudian menjadi Twitch) memelopori berbagi konten secara langsung. Awalnya, streaming langsung sangat terkait dengan komunitas game, tetapi seiring berjalannya waktu, streaming langsung meluas ke berbagai bentuk konten, termasuk pendidikan, pertunjukan musik, dan interaksi sosial (Lu et al., 2021, h.1-2). Pertumbuhan pesat platform seperti YouTube Live, Twitch, Bilibili, dan NicoNico pada tahun 2010-an menciptakan kemungkinan baru bagi kreator konten, yang memungkinkan peralihan dari unggahan video tradisional ke interaksi langsung dengan audiens. Evolusi ini memperkenalkan fitur-fitur seperti obrolan langsung, pemberian hadiah virtual, dan konten interaktif. Dengan kata lain, *live streaming* berkembang dari awal kemunculan internet hingga menjadi fenomena global yang melampaui komunitas game, mencakup berbagai jenis konten seperti pendidikan, musik, dan interaksi sosial. Kemajuan platform seperti YouTube Live dan Twitch pada tahun 2010-an semakin memfasilitasi keterlibatan audiens melalui fitur interaktif seperti obrolan langsung dan hadiah virtual.

2.5 Pakaian Adat

Pakaian adat merupakan bagian penting dari budaya Indonesia yang sering digunakan dalam berbagai acara seremonial, seperti perayaan Hari

Kemerdekaan, ulang tahun institusi, pernikahan, hingga ritual adat. Setiap daerah tentunya memiliki pakaian adat yang unik, mencerminkan identitas serta warisan budaya yang diwariskan secara turun-temurun (Putra, 2020). Sebagai simbol kekayaan budaya nasional, pakaian adat tidak hanya sekadar busana, tetapi juga memiliki nilai historis yang menghubungkan masyarakat dengan leluhur mereka (Nasruddin, 2018). Keberadaannya mencerminkan nilai dan tradisi yang telah dijaga dari generasi ke generasi. Meskipun berakar kuat pada tradisi, pakaian adat terus berkembang seiring waktu, dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun kebutuhan internal masyarakat. Perubahan ini menunjukkan bahwa budaya bersifat dinamis, memungkinkan pakaian adat tetap relevan tanpa kehilangan esensi aslinya.



Gambar 2.11 Pakaian Adat Nusantara

Sumber: Kompas (2022)

Dengan kata lain, pakaian adat tidak hanya berfungsi sebagai busana seremonial, tetapi juga menjadi representasi identitas budaya yang menghubungkan masyarakat dengan nilai-nilai leluhur. Keunikan tiap daerah tercermin melalui desain, motif, dan simbol yang diwariskan secara turun-temurun. Meski lahir dari tradisi, pakaian adat tetap dapat mampu untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, membuktikan bahwa budaya dapat bersifat dinamis tanpa menghilangkan makna aslinya.

2.5.1 Penggunaan Pakaian Adat

Pakaian adat tidak hanya berfungsi sebagai busana tradisional, tetapi juga memiliki kegunaan penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Penggunaan pakaian adat sering dikaitkan dengan acara seremonial, seperti pernikahan, upacara adat, dan perayaan nasional, di mana setiap elemen pakaian mencerminkan identitas budaya serta nilai-nilai yang diwariskan dari generasi ke generasi (Nasruddin, 2018). Dalam pernikahan adat, misalnya, warna dan motif pakaian pengantin sering kali mengandung makna filosofis, seperti simbol keharmonisan, kesuburan, dan keberuntungan. Sementara itu, dalam upacara adat, pakaian adat menjadi bentuk penghormatan kepada leluhur serta cara untuk menjaga tradisi yang telah lama berkembang dalam suatu kebudayaan (Hamdi et al., 2024).



Gambar 2.12 Mahasiswa-i UNNES mengenakan pakaian adat untuk memperingati Hardiknas

Sumber: UNNES (2024)

2.5.2 Simbolisasi dalam Pakaian Adat

Pakaian adat tidak hanya berfungsi sebagai busana tradisional, tetapi juga menjadi simbol identitas dan warisan budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Setiap unsur dalam pakaian adat memiliki makna tersendiri yang mencerminkan filosofi hidup, status sosial, dan nilai-nilai kepercayaan masyarakat setempat (Suyatno & Lelapari, 2021, h. 3). Warna, misalnya, mengandung makna simbolis. Merah pada pakaian adat Minangkabau menggambarkan keberanian (RRI, 2020), sedangkan putih dalam busana adat Bali melambangkan kesucian dan keseimbangan (Salim, 2023).



Gambar 2.13 Kain Motif Batik Parang

Sumber: Detik (2022)

Motif yang digunakan juga memiliki arti mendalam, seperti motif batik Parang yang merepresentasikan semangat pantang menyerah (Mastuti, 2020), atau tenun Sumba yang menunjukkan keterikatan manusia dengan leluhur serta alam (Anggriady et al., 2023, h. 3). Selain itu, aksesoris yang menyertai pakaian adat, seperti siger dari Lampung, bukan sekadar perhiasan, tetapi juga menunjukkan status sosial, kebangsawanan, serta nilai kehormatan dalam masyarakat (Qothrunnada, 2023).

2.6 Penelitian yang Relevan

Creswell (2014) menjelaskan bahwa penelitian terdahulu merupakan proses pencarian referensi dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang dikaji. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan landasan konseptual bagi peneliti agar memiliki pemahaman yang lebih mendalam serta memastikan bahwa fokus analisis tetap sesuai dengan rumusan masalah. Proses ini diawali dengan mengidentifikasi kata kunci yang relevan dari berbagai sumber pustaka dalam jurnal penelitian. Selanjutnya, untuk memperoleh data yang mendukung dan dapat dijadikan acuan dalam menyempurnakan kajian tersebut, penulis memilih tiga jurnal penelitian berdasarkan objek yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	<i>VTuber Personas in Digital Wayang: A Review of Innovative Cultural Promotion for Indonesian Heritage</i>	Hermawan, H., Subarkah, P., & Utomo, A. T.	Dalam studi ini, dianalisis bagaimana karakter VTuber dapat mengangkat nilai-nilai budaya dan memperkenalkannya melalui platform virtual.	Penelitian ini berfokus pada desain pakaian adat dalam VTuber Hololive Indonesia dan bagaimana adaptasi visual dilakukan dalam gaya <i>anime</i> .
2.	<i>New Collaboration in a Virtual World: Studying VTubers through Identity, Gender, and Fan Engagement</i>	Byron, J.	Penelitian ini mendalami bagaimana VTuber mengembangkan identitas mereka dengan memanfaatkan desain karakter, gender, serta keterlibatan aktif dengan <i>fanbase</i> .	Penelitian ini berfokus pada representasi budaya Indonesia dalam desain karakter, sementara penelitian ini lebih umum dalam membahas aspek identitas VTuber.
3.	<i>Visual Representation of Indonesian Culture in Character Design: HololiveID Virtual Youtuber</i>	Rimbawati & Putra	penelitian ini menganalisis bagaimana karakter VTuber Hololive Indonesia generasi kedua (Holoro) menggunakan unsur budaya Indonesia dalam desain	Penelitian ini secara khusus menganalisis desain karakter VTuber Hololive ID dalam konteks video <i>Indonesian Folk</i>

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			mereka. Dengan menggunakan metode analisis semiotik dan visual.	<i>Music Medley</i> . Selain itu, Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana pakaian adat diadaptasi ke dalam gaya visual <i>anime</i> menggunakan kerangka <i>manga matrix</i>

Penulis memverifikasi keabsahan landasan pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini dengan merujuk pada penelitian sebelumnya yang tercantum dalam Tabel 2.1. Pendekatan *costume matrix* dari kerangka *costume matrix* dan teori *Three Dimensional Character* dipilih sebagai dasar teori untuk menganalisis makna dan simbolisasi yang ada pada desain karakter VTuber, khususnya yang terlihat pada desain pakaian yang dikenakan oleh masing-masing *talent*. Pendekatan ini digunakan dalam analisis kualitatif-deskriptif yang berfokus pada analisis visual objek yang diteliti.