

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Visual Novel*

*Visual Novel* adalah *game* yang berbasis naratif dan memiliki akhir cerita yang bervariasi, hal ini yang membuat *visual novel* disebut sebagai “*Interactive Text Book*” ataupun “*Game Adventure Multi-Endings Stories*” (Camingue et al., 2021). *Visual novel* bisa dimainkan di berbagai *platform*, seperti *PC*, *mobile* hingga *PS Vita* (Camingue et al., 2021). *Visual novel* sendiri memiliki *artstyle* berbasis *anime* yang dimana hal ini menjadi ciri khas negara asalnya yaitu, Jepang (Camingue et al., 2021). Maka dari itu, banyak sekali *Visual Novel* yang mengandung unsur *anime*. *Visual novel* sendiri terdiri dari 2 aspek yakni, naratif dan juga visual, dimana naratif adalah konten yang disajikan oleh *visual novel* dan visual merupakan aset yang membantu menerjemahkan naratif.

##### 2.1.1 Karakteristik *Visual Novel*

*Visual Novel* memiliki karakteristik memiliki *style anime* Jepang yang merupakan negara pembuatnya dan mekanik permainannya adalah pemilihan *ending* yang berbeda-beda (Camingue et al., 2021). *Visual novel* sendiri juga memiliki karakteristik dan ciri-ciri tertentu yang membedakan media *visual novel* dengan media lain. Berikut merupakan karakteristik dan umumnya merupakan bagian dari *Visual Novel* (Ciesla, 2019):

###### a. *The Faceless Protagonist*

Pada *visual novel* menggunakan *first POV* dimana karakter utama tidak ditunjukkan wajah aslinya sehingga pemainlah yang seakan-akan merupakan pemain utama di dalam cerita tersebut. Pada perancangan akan menggunakan *first POV* pada *visual novel*.

###### b. *Dialogue Tree*

Merupakan titik alur cerita dimana adanya pilihan-pilihan yang mengarah ke alur berikutnya. Pohon dialog ini yang merupakan

bagian dari *storyline* yang dimiliki *visual novel*. Dimana pada perancangan akan ada alur yang bercabang pada *visual novel*.

c. *The Endings Tree*

Dimana merupakan *ending* yang bervariasi sesuai dengan pilihan dan keputusan dari *player* melalui pilihan dari pohon dialog.

d. *Branch Cutting*

Pembatas alur cerita guna untuk membatasi *ending* yang ada dan memiliki 1 klimaks atau *True Ending*.

Karakteristik *visual novel* juga terlihat dari konsepnya dimana konsep dari *visual novel* sendiri terinspirasi dengan budaya Jepang. Konsep-konsep yang dibuat adalah penentu tema cerita, genre maupun dalam pembuatan karakter. Menurut (Ciesla, 2019), Berikut konsep yang ada pada *visual novel* :

a. *Anime*

Pada konsep ini, menggunakan konsep yang berbasis animasi Jepang dimana pada konsep ini menggunakan alur dan musik yang sama dengan animasi Jepang. *Visual novel* konsep ini biasanya akan diadaptasi menjadi animasi.

b. *Dating Sim*

Pada konsep ini, dimana pemain akan merasakan simulasi kencan hingga mencapai suatu tujuan tertentu. Pada konsep ini pemain harus membuat karakter yang merupakan pasangan mereka terkesan hingga seakan-akan karakter tersebut bisa jatuh hati kepada *player* dan *player* harus menaklukkan hati mereka.

c. *Doujinshi Games*

Pada konsep ini biasanya disebut dengan *homemade* atau *fanmade visual novel*. Konsep *doujinshi visual novel* adalah konsep dimana seorang *fans* yang membuat *visual novel* mengenai *fandom* yang mereka ikuti. Pada isi konten terdapat karakter atau cerita pada *fandom* yang sudah ada kemudian dikarang cerita yang baru oleh *fan* yang membuatnya serta memproduksinya.

d. *Isekai*

Pada konsep ini dimana *player* atau tokoh utama memasuki dunia lain yang bertema fantasi. Konsep ini biasanya akan bertemakan *adventure* karena *player* akan berpetualang di dalam dunia tersebut.

e. *Kawaii*

Pada konsep ini dimana mengikuti kebudayaan *kawaii* Jepang. *Kawaii* atau keimutan memiliki konsep dengan cerita, karakter, dan aset yang imut pada *visual novel*. Biasanya ditandai dengan warna pastel ataupun material lucu dan imut.

f. *Otome*

Pada konsep ini menargetkan pemain wanita. Pada konsep ini *player* akan disajikan beberapa karakter pria dimana *player* akan mencari kasih sayang dari berbagai karakter pria yang tersedia.

g. *Nikage*

Pada konsep ini dimana konsep *visual novel* mengandung cerita yang menyedihkan atau *depressing*. Biasanya *visual novel* ini mengangkat isu yang depresif tentang kehilangan dan sebagainya.

### 2.1.2 Elemen *Visual Novel*

Elemen *Visual Novel* dibagi menjadi 2 yakni, visual dan naratif. Pada elemen naratif dimana naratif bisa dibuat dengan teknik naratif multipresepsi, cerita dengan alur yang bercabang, cerita yang tidak terduga, perpaduan antara dunia nyata dan *supernatural*, atau menggunakan domestik dan mitologi sehingga cerita *visual novel* menjadi menarik (Calavaro, 2009). Narasi pada *visual novel* pada umumnya disebut *Choose Your Own Adventure*, dimana menggunakan teknik naratif cerita bercabang dan pemain harus memilih alur narasi mereka sendiri (Nainggolan, 2021).

Pada elemen visual yang diambil dari kemampuan desain komunikasi visual yakni kemampuan dalam, *Visual Style*, *Visual Character Design* dan juga *Visual Narrative* (Pratama et al., 2018). *Visual Style* adalah keunikan yang dimiliki oleh kreator itu sendiri di dalam segi visual yang

mampu memberikan kesan dan pesan yang unik kepada *audience* (Piree, 2024). *Visual Character Design* adalah sekumpulan form desain konsep yang menampilkan penampilan, sikap, tingkah laku, dan estetik dari suatu karakter (Wall, 2022). *Visual Narrative* atau naratif visual adalah narasi yang bersifat untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan menggunakan elemen visual seperti ilustrasi dan gambar (Nabilah, 2023). Maka dari itu *visual narrative* berkaitan dengan elemen-elemen desain yang ada pada DKV. Ketiga *skill* di atas mengandung beberapa elemen di dalamnya, yakni:

### 2.1.2.1 *Storytelling*

*Storytelling* adalah sebuah penyampaian cerita yang disampaikan secara *oral* ataupun secara cetak (Harvey, 2013). Di dalam sebuah *storytelling*, terdapat sebuah segitiga *storytelling* yang menjelaskan mengenai elemen yang harus ada pada *storytelling*, 3 elemen tersebut adalah *storyteller*, *story*, dan *audience* (Harvey, 2013). Pada segitiga tersebut *story* merupakan penghubung antar *storyteller* atau orang yang menyampaikan cerita dan *audience* atau orang yang mendengarkan cerita (Harvey, 2013).

Pada segitiga *storytelling* tersebut, pada elemen *story*, terdapat beberapa jenis genre atau jenis cerita. Menurut Hanna.B seorang profesor *storytelling* dalam judulnya yang berjudul *The Art Of Story Telling*, berikut adalah genre *story* atau cerita menurut buku tersebut (Harvey, 2013):

- a. *Personal Narrative*: cerita yang berdasarkan pengalaman pribadi atau cerita yang dibuat oleh penulis.
- b. *Family Story*: cerita yang diceritakan secara turun temurun dari keluarga.
- c. *Ghost Story*: cerita yang menceritakan tentang suatu hal horor yang ada pada suatu tempat tertentu.
- d. *Folktales*: cerita yang merupakan cerita rakyat yang berkaitan dengan budaya daerah tertentu.

- e. *Fairytales*: cerita dongeng yang mengandung unsur *magical* di dalamnya.
- f. *Sacred Story*: cerita mengenai dewa dewi dan manusia yang berkaitan dengan spiritual manusia serta asal usul manusia.
- g. *Legends*: cerita legenda atau kepercayaan, bisa benar dan tidak yang berkaitan dengan budaya daerah tertentu.
- h. *Tall tales*: cerita yang berkaitan dengan karakter yang memiliki kekuatan.
- i. *Fables*: cerita yang menggunakan tokoh hewan yang memiliki sifat seperti manusia.

Dengan demikian, *storytelling* akan berfungsi jika menggunakan segitiga *storytelling* tersebut dimana cerita harus ada yang bercerita dan harus ada yang mendengarkan. Kaitannya dengan *visual novel* yang dirancang, dimana *visual novel* akan berperan sebagai *story* yang akan disampaikan pada *audience* dan perancang merupakan *storyteller* yang akan menyampaikan cerita kepada *audience*. Genre yang digunakan untuk *visual novel* merupakan *personal narrative* dimana cerita ditulis oleh kreatifitas dari perancang berdasarkan hasil dari data yang didapatkan.

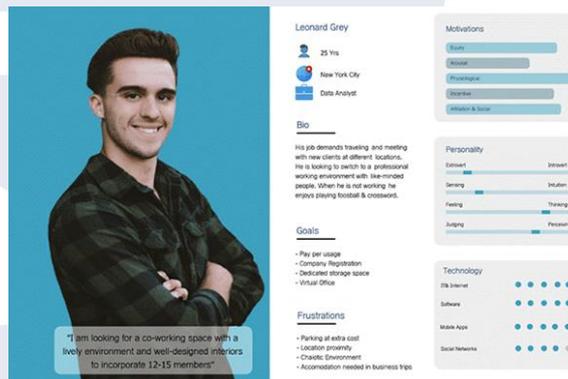
### 2.1.2.2 *User Experience (UX)*

*User Experience* adalah pengalaman *user* saat menggunakan media interaktif dan bagaimana cara *user* berinteraksi dengan media (Faradilla, 2023). Manfaat dari *UX* sendiri adalah tingkat konverensi yang tinggi, *user* yang lebih loyal, efisiensi sumber daya, dan meningkat manfaat produk (Faradilla, 2023). Cara pembuatan *user experience* yang efektif adalah dimana kita harus bisa memahami *user needs*, menggunakan struktur atau susunan yang umum, tidak bertele-tele, pembuatan *user persona*, membuat *journey mapping*, desain *wireframe* atau *prototyping*, *user testing*, dan penyempurnaan (Binus University, 2023). Maka dari itu, *UX* sendiri itu ada untuk memastikan bahwa *target* dari media tersebut tepat sasaran dengan target *user* yang

akan memakai media tersebut. Maka dari itu *UX* sangat diperlukan untuk mengetahui kebutuhan *user* :

a. *User Persona*

*User persona* adalah representatif fiksi yang mewakili *target audience* dari suatu perancangan guna untuk melakukan analisis mendalam (Populix, 2024). *User Persona* dibagi menjadi 2 yakni, *Persona Marketing* dan *Persona Interaktif*. *Persona Marketing* adalah alat yang digunakan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan dari *user* seperti *brand* yang sering digunakan atau produk yang sering digunakan. *Persona* interaktif adalah *user* yang berkaitan dengan pengguna media tersebut (Populix, 2024).



Gambar 2.1 Contoh *User Persona*

Sumber: <https://cdn.prod.website-files.com/62c41df069...>

Manfaat dari *User Persona* sendiri adalah sebagai alat untuk memahami pengguna produk, sebagai alat bantu profesional untuk berdiskusi dalam bisnis, pengambilan keputusan jadi jelas dan terarah, pemahaman mendalam mengenai kebutuhan pelanggan, dan alat bantu desainer untuk membuat desain dalam suatu media (Populix, 2024). Untuk membuat *user persona* yang efektif tentunya membutuhkan sebuah cara yang benar. Menurut (Mtarget, 2022), cara yang efektif dalam membuat *user persona* adalah pengumpulan data harus spesifik, analisa data, membuat *user persona* yang sesuai dengan data,

menambahkan kategori khusus, dan selalu memperbarui *user persona* jika diperlukan. Dengan demikian, *user persona* adalah gambaran *target audience* yang akan menjadi *user* dari media yang dirancang.

b. *Journey Mapping*

*Journey Mapping* adalah pemetaan visual dari proses *user* selama menggunakan produk atau perusahaan yang bersangkutan (Miro, 2025). *Journey Mapping* sangat penting dibuat dalam sebuah perancangan media interaktif karena manfaat yang dimilikinya. Manfaat dari pembuatan *journey mapping* adalah membuat perjalanan *user* menjadi mudah dipahami, bisa membantu menempatkan diri sebagai *user*, menggambarkan ekspektasi *user*, dan mampu menjaga kualitas produk dan retensi *user* (Miro, 2025).

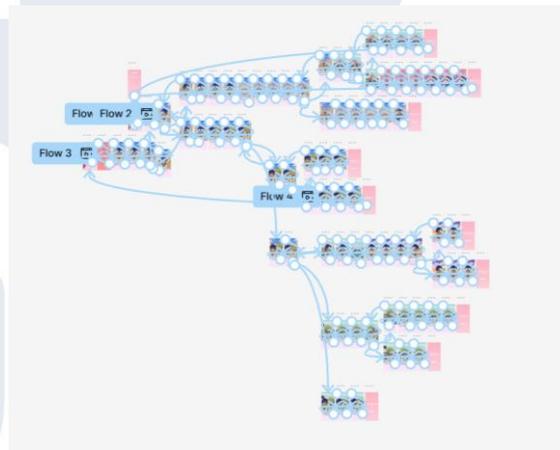
Customer Journey Mapping								
Stage	Awareness		Consideration			Decision		Delight
Touch Point	Facebook Posts	Facebook Page	Website	Email Enquiry	Phone Call	School Tour	Sign up	Referral
Customer process	Browsed Facebook and stumbled upon a post by your child care centre	Browsed through the posts and photo albums on Facebook Page	Searched and served at your school website via mobile phone	Signed up email enquiry	Scheduled a phone call to find out more	Asked about school curriculum	Considered the location and price. Decided to enrol after comparing	Referred a friend after 2 months.
Experience	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊	😊

Gambar 2.2 Contoh *Journey Mapping*  
 Sumber: <https://binus.ac.id/bandung...>

*User Journey Mapping* dibagi menjadi 3 titik sentuh menurut (Miro, 2025), titik sentuh pra pembelian, titik sentuh pembelian, titik sentuh pasca pembelian. Dimana di setiap titik sentuh akan di analisa berdasarkan 5 tahapan yakni, kesadaran, pertimbangan, keputusan, retensi dan advokasi (Miro, 2025). Dengan demikian *user* dapat dianalisis berdasarkan tingkatan 5 tahapan tersebut dalam menggunakan media *visual novel* yang akan dirancang.

### c. *Wireframe*

*Wireframe* adalah kerangka kerja dalam suatu pembuatan *website* dan aplikasi (Ningrum, 2022). Tujuan dari pembuatan *wireframe* adalah membuat struktur desain untuk mempermudah desainer dalam membuat media interaktif (Ningrum, 2022). *Wireframe* sendiri dibagi menjadi 3 jenis yaitu, *low fidelity*, *mid fidelity* dan *high fidelity* (Ningrum, 2022). *Low Fidelity* adalah *wireframe* yang merupakan dasarnya saja dalam pembuatan desain, *mid fidelity* adalah *wireframe* yang sudah mulai ada perbedaan pada warna dasar, *high fidelity* adalah *wireframe* yang sudah detail atau spesifik dan siap untuk menuju tahap *prototyping* (Ningrum, 2022).



Gambar 2.3 Contoh *Wireframe*

Sumber: <https://www.figma.com/design...>

*Wireframe* sendiri memiliki berbagai komponen yang berada di dalamnya. Komponen *wireframe* meliputi, *layout* utama, navigasi, *interface*, informasi dan fitur tambahan lainnya seperti *popup*, *bullet* dan *chat* (Ningrum, 2022). Manfaat dari *wireframe* sendiri adalah untuk memiliki gambaran dasar, membuat desain lebih terstruktur, memberikan gambaran untuk desain, serta lebih mudah untuk membuat koordinasi (Ningrum, 2022). Maka

demikian, *wireframe* akan digunakan setelah melakukan *prototype* dimana *wireframe* berfungsi sebagai penghubung navigasi *page* atau interaksi lain pada perancangan.

### 2.1.2.3 *User Interface*

*User interface* adalah tampilan yang digunakan untuk memberikan informasi pada media interaktif (Atilla & Serafica, 2023). Tujuan dari *UI* adalah menghubungkan *user* dengan operasi komputer yang sedang berjalan, memberikan struktur formasi informasi dan tombol yang jelas, meningkatkan estetika, dan mendukung fungsi dari suatu media interaksi secara efektif (Atilla & Serafica, 2023). Karakteristik *UI* terlihat pada jelas, sederhana dan sesuai dengan *target audiencenya* (Atilla & Serafica, 2023). Berbeda dengan *UX* dimana *UI* merupakan tampilan dari media yang memiliki guna sebagai tampilan yang akan disajikan kepada *user*. Tentunya elemen *UI* memiliki elemen desain di dalamnya seperti:

#### a. *Layout*

*Layout* adalah tata letak dari aset-aset yang ada pada suatu layar kerja desain (Arifin, 2023). Fungsi *layout* adalah untuk menyajikan seluruh elemen desain secara efektif dan mempermudah *audience* untuk mudah mendapatkan informasi yang didapatkan dari desain tersebut (Arifin, 2023). Manfaat dari *layout* sendiri adalah untuk membuat elemen desain yang disajikan lebih komunikatif, membantu audiens menangkap informasi, dan mengisi tata ruang desain menjadi lebih rapih dan harmonis (Arifin, 2023).



Gambar 2.4 Contoh *Layout*  
 Sumber: <https://i.gyazo.com...>

Elemen-elemen yang ada pada *layout* merupakan elemen desain yang terdiri dari, gambar, *text*, garis, ruang, dan bidang (Arifin, 2023). Tentu saja, *layout* juga memiliki prinsip yakni, hirarki dimana merupakan simpasis dari desain, keseimbangan, perataan, kedekatan, dan ruang (Arifin, 2023). Kerapihan *layout* pada desain dinilai sangat penting dalam pembuatan desain untuk menyampaikan informasi menjadi efektif (Arifin, 2023). Maka dari itu, *layout* akan digunakan pada perancangan berbasis desain seperti poster dan aplikasi serta desain-desain yang mengutamakan posisi pada elemen.

#### b. *Grid*

*Grid* adalah garis-garis yang membantu desainer pada pembuatan desain (Nafisah, 2021). Fungsi dari *grid* adalah memberikan struktur *layout* yang konsisten (Nafisah, 2021). Jenis jenis desain dalam *User Interface* adalah *columm*, *baseline*, *pixel*, *hierarchy*, *modular*, dan *manuscript* (Nafisah, 2021). Komponen penting yang ada pada *grid* adalah *collumn*, *margin*, dan *gutter* (Nafisah, 2021). Berikut contoh gambar dari *grid*.



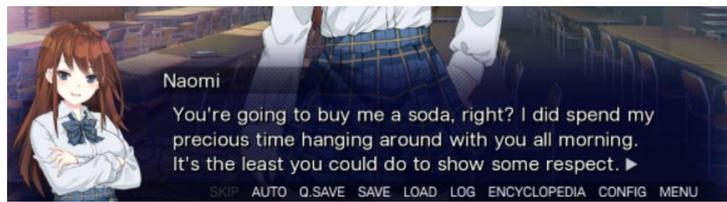
Gambar 2.5 Contoh *Grid*

Sumber: <https://readericlicked.wordpress.com...>

Komponen-komponen tersebut memiliki arti masing masing. *Collumn* adalah komponen dasar dalam pembuatan desain dimana kolom adalah bagian yang akan di desain (Nafisah, 2021). *Margin* adalah ruang kosong di sekitar yang ada di sekitar kolom dan merupakan pembatas akhir di ujung desain (Nafisah, 2021). *Gutter* adalah ruang kosong yang ada di antara kolom dimana disebut jarak antar elemen yang terletak pada kolom (Nafisah, 2021). Dengan demikian, *grid* digunakan untuk mendukung *layout* dimana *grid* akan membantu dalam bentuk penempatan elemen pada *layout* yang digunakan dalam perancangan.

### c. Tipografi

Tipografi adalah seni atau teknik untuk merangkai bentuk tulisan pada desain (GÜNAY, 2024). Sebuah tipografi yang baik harusnya memiliki estetika, *readability* dan komunikasi yang baik (GÜNAY, 2024). Tipografi juga berkaitan dengan elemen desain yang ada pada *typeface*, *font sizes*, *spacing*, *line lengths*, *text formatting*, dan *color selection* (GÜNAY, 2024).



Gambar 2.6 Contoh Tipografi

Sumber: <https://forum.gdevelop...>

Tipografi sendiri memiliki elemen yang berisikan angka, huruf, simbol, dan tanda baca (GÜNAY, 2024). Pada tipografi sendiri kita harus memperhatikan *letter size and weight*, dimana ini merupakan ukuran besar kecil dan tipis tebal suatu kata (GÜNAY, 2024). Kemudian ada pengertian pada kerning dimana kerning merupakan jarak spasi antar karakter (GÜNAY, 2024). Pada tipografi juga harus memperhatikan *line leght, text layout*, warna dan kontras (GÜNAY, 2024). Tipografi yang baik akan berpengaruh pada *readability* pada tulisan (GÜNAY, 2024). Maka perancangan akan dibuat menggunakan jenis tipografi yang menekan unsur *readability*. Dengan demikian, tipografi yang baik adalah dimana *text* bisa dibaca dengan baik walaupun *typeface* yang digunakan beraneka macam.

#### d. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu gambar yang memiliki tujuan menyampaikan suatu pesan atau merupakan penghias sehingga bisa menyampaikan sesuatu ke audiens (Atilla, 2023). Tujuan dari ilustrasi adalah memperkuat dan menggambarkan sebuah narasi dimana menggambarkan tulisan yang diberikan oleh narasi (Atilla, 2023). Ilustrasi memiliki beberapa jenis. Jenis-jenis Ilustrasi adalah ilustrasi kartun, ilustrasi karikatur, dan ilustrasi komik (Atilla, 2023).



Gambar 2.7 Contoh Ilustrasi  
Sumber: <https://img.utdstc.com...>

Ilustrasi sendiri memiliki 2 macam fungsi. Menurut (Atilla, 2023), fungsi pertama yaitu ekspresif dimana ilustrasi berguna untuk memperlihatkan suatu perasaan, ekspresi, gagasan yang digambarkan oleh narasi. Fungsi berikutnya adalah analitis dimana ilustrasi digunakan sebagai menunjukkan suatu proses, sistem, atau bagian bagian suatu benda. Oleh karena itu, Ilustrasi dapat ditemukan di media manapun di bidang desain seperti, buku, *game*, *website* dan media desain lainnya sebagai fungsi ekspresif maupun analitis. Dimana kedua fungsi tersebut akan digunakan dalam pembuatan ilustrasi pada perancangan *visual novel*. Jenis ilustrasi yang digunakan oleh *visual novel* yang dirancang adalah ilustrasi *anime*. Dimana pada karakteristik *visual novel*, menggunakan *artstyle anime* sesuai dengan negara asal *visual novel* (Ciesla, 2019). *Anime* sendiri memiliki beberapa *style*, sebagai berikut (Doncorgi, 2023):

#### 1. *Shoujo Anime Style*

Pada *artstyle* ilustrasi *shoujou* memiliki ciri khas yang menarik audiens perempuan. Tema atau genre yang digunakan untuk *artstyle* ini

adalah tema pertemanan, romansa, dan komedi. Dimana genre tersebut disukai oleh kalangan perempuan di usia remaja hingga dewasa.



Gambar 2.8 Contoh *Shoujou Anime Style*  
Sumber: <https://shared.fastly.steamstatic...>

*Style* ini memiliki ciri khas memiliki bentuk tubuh yang kurus, memiliki mata yang besar atau ekspresif, dan memiliki warna yang *soft*. *Art style* ini berdasar pada *art style* yang imut dan *smooth*. Salah satu karya yang menggunakan ilustrasi *artstyle shoujou* adalah *Sailor Moon*.

## 2. *Josei Anime Style*

Pada ilustrasi ini memiliki ciri khas yang menarik audiens wanita dewasa atau *ladies*. *Josei Anime Style* memiliki tema atau genre mengenai *daily life* atau kehidupan sehari-hari, romansa, dan hubungan kehidupan orang dewasa. Dimana di dalamnya terdapat karakter yang memiliki model dewasa.

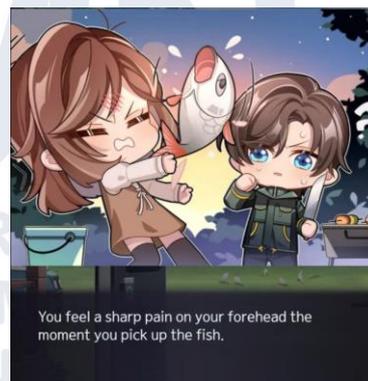


Gambar 2.9 Contoh *Josei Anime Style*  
 Sumber: <https://shared.cloudflare.steamstatic...>

Pada ilustrasi ini memiliki warna yang *tame* dengan garis yang cukup *simple*. *Lineart* juga dibuat lebih rapih serta ditonjolkan dan *shading* yang *simple*. Salah satu contoh *style* ini adalah *anime Yuri on Ice*.

### 3. *Chibi Anime Style*

Pada ilustrasi ini memiliki ciri khas karakter dengan tubuh yang mungil dengan bentuk kepala yang besar. Karakter juga memiliki tubuh yang kecil dengan ukuran yang cukup ekstrim seperti bayi. Penggambaran ekspresi pada wajah juga terlihat jelas dan hiperbola.



Gambar 2.10 Contoh *Chibi Anime Style*  
 Sumber: <https://i.pinimg.com...>

*Style* ini memiliki bentuk yang jauh lebih *simple* dengan ciri khas mata besar dan tidak punya hidung. Karakter juga terkadang ditonjolkan di bagian ekspresi dengan diberi

banyak efek pada ekspresinya seperti bentuk hati atau kilauan. Contoh *anime* yang menggunakan ilustrasi jenis ini adalah *Imoutou Umaru-Chan*.

#### 4. *Moe Anime Style*

Ilustrasi ini digunakan untuk menargetkan wanita muda atau remaja. Dimana pada *style* ini digunakan untuk tema cerita mengenai relasi realistis secara romansa maupun tidak dan tema pertemanan dewasa lainnya. Umumnya karakter pada ilustrasi ini menggunakan model karakter remaja.



Gambar 2.11 Contoh *Moe Anime Artstyle*  
Sumber: <https://platform.polygon.com...>

Ilustrasi ini memiliki ciri khas sedikit *realist* dari segi warna akan tetapi banyak mengandung unsur hiperbola dalamnya. Unsur *realist* bisa di lihat dari *background* dan unsur hiperbola bisa terlihat dari karakter. Contoh karya dengan *Moe Anime Style* adalah *anime K-On*.

#### 5. *Seinen Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki ciri khas yang dewasa. Dimana ilustrasi ini memiliki ciri khas yang realistis dan detail serta memiliki warna yang lebih cenderung gelap. Karakter di dalamnya juga memiliki *tone* warna yang cenderung gelap.



Gambar 2.12 Contoh *Seinen Anime Style*  
 Sumber: <https://shared.fastly.steamstatic.com...>

Ilustrasi ini digunakan untuk tema yang *deep* dan juga fokus pada aksi. Biasanya mengandung cerita dengan aksi seperti *hero* atau detektif. Contoh karya yang menggunakan gaya ilustrasi ini adalah *Bungo Stray Dogs*.

#### 6. *Kawaii Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki ciri khas yang manis dan berwarna. Umumnya menggunakan warna-warna cerah atau pastel. Dimana *style* ini mirip *chibi style* tetapi bentuk tubuh dan anatomi lebih proporsional dan lebih mirip manusia.



Gambar 2.13 Contoh *Kawaii Anime Style*  
 Sumber: <https://i.pinimg.com...>

Ilustrasi ini menargetkan anak-anak dan memiliki nuansa yang manis, ceria dan *playful*. Ilustrasi yang digambarkan memiliki bentuk mata yang bulat dan karakter yang cenderung memakai pakaian imut. Contoh karya adalah *Hanayamata*.

## 7. *Kemono Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki ciri khas yang memiliki karakter yang setengah manusia setengah hewan. Dimana karakter akan memiliki figur hewan seperti telinga dan ekor tetapi masih dalam bentuk *humanoid*. *Humanoid* adalah bentuk proporsi yang masih menyerupai manusia.



Gambar 2.14 Contoh *Kemono Anime Artstyle*  
Sumber: <https://pbs.twimg.com...>

Karakter campuran hewan yang umum berada pada artstyle ini adalah karakter dengan telinga serigala atau telinga kucing, karakter dengan ekor rubah dan lainnya. Karakter bisa juga merupakan bentuk hewan sepenuhnya akan tetapi memiliki proporsi seperti manusia. Contoh karya yang menggunakan *style* ini adalah *Beast Star*.

## 8. *Kodomo Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki ciri khas yang *simple* dan berwarna dimana ditargetkan khusus untuk anak-anak. Ilustrasi ini memiliki desain karakter dengan wajah yang bundar. Ilustrasi cenderung lebih simpel dan warna yang berwarna-warni atau *tone* yang *colorful*.



Gambar 4.15 Contoh *Kodomo Anime Style*

Sumber: <https://64.media.tumblr.com...>

Walaupun ditargetkan untuk anak-anak ilustrasi ini juga bisa dinikmati di semua kalangan usia. Karya yang menggunakan ilustrasi ini umumnya menceritakan mengenai petualangan, persahabatan, dan kisah ramah anak lainnya. Contoh karya yang menggunakan ilustrasi ini adalah *Doraemon* dan *Pokemon*.

#### 9. *Cartoonist Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki perpaduan antara kartun *western* dan *anime* Jepang. Ilustrasi ini memiliki *lineart* yang tebal, mata besar dan wajah yang ekspresif. Warna yang disajikan menggunakan warna solid.



Gambar 4.16 Contoh *Cartoonist Anime Style*

Sumber: <https://steamcdn-a.akamaihd.net/steam>

Ilustrasi ini menargetkan para penonton global atau *western*. Ilustrasi ini sangat mengarahkan ke *artstyle* kartun *western*. Contoh

karya yang menggunakan ilustrasi ini adalah *Astro Boy* dan *The Big O*.

#### 10. *Realistic Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki gaya yang realistis dengan *tone* yang serius. Proporsi yang digunakan pada gaya ilustrasi ini sangat mirip dengan proporsi tubuh asli manusia. Unsur *realistic* berada pada karakter dan *background*.



Gambar 4.17 Contoh *Realistic Anime Style*

Sumber: <https://i.pinimg.com...>

*Detail* pada ilustrasi terlihat pada tekstur dan proporsi. Meski begitu, ilustrasi tidak sepenuhnya *realist* tetapi masih ada perbedaan pada bentuk wajah karakter yang lebih fiktif dan hiperbola. Contoh karya dengan *style* ini adalah *Attack On Titan*.

#### 11. *Shounen Anime Style*

Ilustrasi ini memiliki ciri khas dengan pose yang dinamik dan mengandung unsur aksi di dalamnya. Pada *style* ini menargetkan anak laki-laki. Warna pada *style* ini biasanya menggunakan warna yang solid dan tidak terlalu terang maupun gelap, hampir mirip dengan *tone style Seinen*.



Gambar 4.18 Contoh *Shonen Anime Style*

Sumber: <https://i.ytimg.com...>

Genre yang dibawakan oleh *artstyle* ini umumnya menggunakan genre *action* yang melibatkan banyak aksi. Cerita mengenai pahlawan dan petualangan juga biasa menggunakan *artstyle* ini. Contoh karya yang menggunakan *style* ini adalah *My Hero Academia*.

Dengan demikian, jenis-jenis *artstyle anime* yang digunakan disesuaikan dengan tema serta target yang diincar pada masing-masing jenis ilustrasi. Pada perancangan *visual novel*, hal pemilihan jenis *anime artstyle* juga diterapkan. Dimana *visual novel* akan memilih *artstyle* yang seusai dengan tema dan target yang dirancang.

#### e. Warna

Warna adalah suatu yang diciptakan oleh cahaya yang dipantulkan oleh partikel dan molekul berbeda (Karja, 2021). Menurut teori Brewster tahun 1831 dimana warna ada 4 kelompok warna primer, sekunder, tersier dan netral (Haris, n.d.). Warna primer terdiri dari warna merah, kuning, dan biru dimana warna ini tidak bisa dibuat oleh campuran warna lain (Karja, 2021). Warna sekunder adalah warna campuran dari warna primer dan warna tersier adalah penggabungan warna dari warna sekunder yang biasanya merupakan warna-warna kombinasi yang juga sudah

tercampur putih dan hitam dimana putih dan hitam adalah warna netral (Karja, 2021).



Gambar 2.19 Contoh Warna

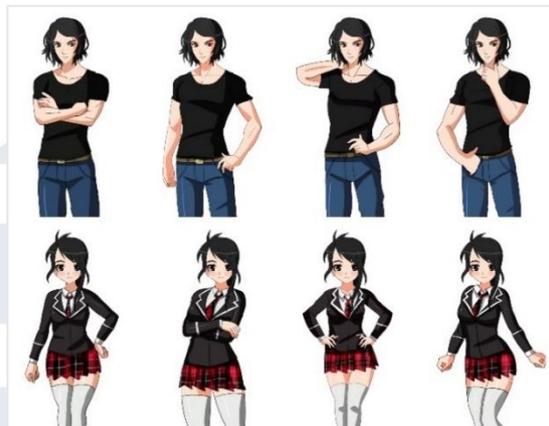
Sumber: <https://cdn.gamedevmarket...>

Warna sendiri juga memiliki skema warna, skema warna yang dimaksud adalah monokromatik, pelengkap, analog, triadik dan netral (Doss, 2021). Warna sendiri juga memiliki makna dan tiap warna pasti memiliki maknanya tersendiri (Karja, 2021). Warna memiliki makna secara emosional sebagai contoh warna merah bermakna, keberanian dan energi, warna kuning melambangkan optimisme dan cahaya (Ma Chung, 2022). Warna *pink* melambangkan romansa dan kasih (Kumaparan, 2023). Warna biru melambangkan laki-laki dan keamanan (Hunterlab, 2023). Dengan demikian, warna sendiri juga berpengaruh dari *feel* atau pesan yang akan disampaikan kepada *audience* pada penggunaan desain. Dimana warna akan berperan penting pada perancangan untuk menyampaikan *feel* tersebut.

#### 2.1.2.4 *Character Design*

*Character design* adalah dimana kita membuat suatu karakter. Menurut (Harder, 2023), pembuatan karakter harus membuat sebuah *brief* dalam merancang seorang karakter supaya lebih kredibel yang dibuat menjadi karakter kuisioner. Karakter kuisioner terdiri dari pertanyaan mengenai nama, jenis kelamin, usia, etnis/spesies, profesi,

*origin*, *personalitas utama*, *skills/abilities*, *weakness/ketakutan*, *dislike/hate*, hobi, orang terdekat, keinginan, kebutuhan, *struggle*, idealistik, rahasia, kepercayaan, *range of change*, penampilan, dan *background story* (Harder, 2023).



Gambar 2.20 Contoh *Character Design*  
Sumber: <https://img.itch.zone...>

Setelah mengetahui konsep karakter yang dibuat pastinya harus ada tahap pembuatan karakternya. Menurut (Harder, 2023), tahap pembuatan karakter yang dirangkai terdiri dari beberapa langkah dan menjadikannya 1 paket di dalam satu perancangan karakter, yakni:

a. *Research and Moodboard*

Pada tahap inilah seorang desainer melakukan referensi dan membuat *moodboard* karakter. Dalam pembuatan referensi pastikan kita harus melakukan *copyright* pada gambar yang akan dipakai untuk *moodboard* dan referensi.



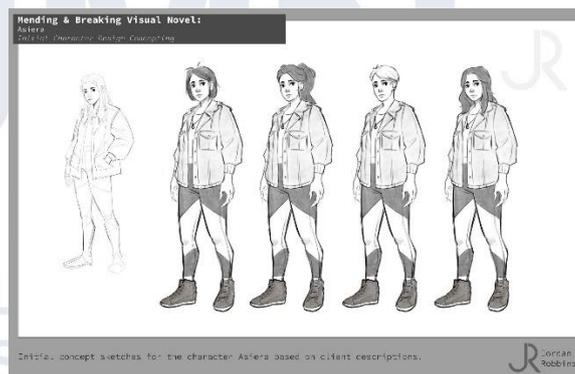
Gambar 2.21 Contoh *Research and Moodboard*  
Sumber: <https://cdnb.artstation.com...>

Aspek yang harus dimasukkan ke dalam *moodboard* antara lain:

1. *Personality*: untuk mencari ekspresi pose dan sikap.
2. *Physical Features*: untuk mencari bentuk badan, struktur tubuh, dan juga model rambut.
3. *Technical Aspect*: untuk mencari anatomi dan prespektif dari tubuh karakter.
4. *Acessories*: untuk mencari model pakaian, *property*, senjata, *makeup*, tato, ataupun peliharaan.
5. *Lighting/mood*: mencari arah cahaya, atmosfer, *color pallete* yang mengatur efek dramatis.
6. *Style*: mencari *level* untuk gaya gambar, kualitas *render*, dan bentuk dasar yang akan dipakai.

b. *Sketches*

Sketsa adalah tahap selanjutnya dalam membuat karakter. Tahap sketsa disebut dengan tahap *brainstorming* karena memerlukan beberapa alternatif untuk membuat suatu karakter. Sketsa bisa dilakukan secara tradisional maupun digital.



Gambar 4.22 Contoh *Sketches*

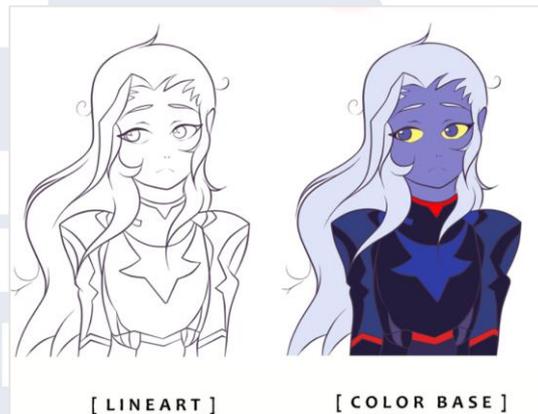
Sumber: <https://cdnb.artstation.com...>

Sketsa bisa dibentuk secara variatif dan membentuk suatu ide yang baru dan akhirnya menemukan bentuk yang diinginkan. Berawal dari melakukan sketsa dengan berbagai alternatif hingga menemukan yang

terbaik. Tahap sketsa adalah tahap awal pada pembentukan visual pada karakter.

c. *Cleanup & Color*

Pada proses ini biasanya disebut tahap pembersihan sketsa atau *lineart*. Pada tahap ini sketsa dibersihkan atau digambar ulang sehingga menghasilkan garis yang rapih. *Lineart* juga ditentukan tebal dan tipis dari garis yang akan digambar.



Gambar 4.23 Contoh *Cleanup & Color*  
Sumber: <https://artenet.es/media/reviews...>

Pada tahap ini juga akan diberi warna dasar akan mendapat gambaran seperti apa karakter yang akan dibuat. Warna dasar bisa ditentukan dari *moodboard* yang sudah dibuat. Pada tahap ini juga perlu adanya referensi untuk mencari warna yang tepat untuk karakter.

d. *Turn Around*

Pada tahap ini karakter akan dibuat dan diperlihatkan sisi depan, belakang, samping dan variasi lainnya. Biasanya di bentuk dalam sebuah *sheet*. Pada tahap ini berfungsi untuk mengetahui desain karakter secara keseluruhan dan untuk mempermudah jika ingin di aplikasikan pada ilustrasi.



Gambar 4.24 Contoh *Turn Around*  
 Sumber: <https://i.pining.com...>

*Character sheet* umumnya berbentuk 2D. *Sheet* tersebut biasanya akan digunakan sebagai referensi model 3D yang berawal dibuat dalam bentuk 2D. Pastikan pada tahap ini karakter sejajar antar satu dengan lainnya.

e. *Expression*

Pada tahap ini karakter akan dibuat ekspresinya. Dimana pada tahap ini karakter akan ditunjukkan secara *headshot*. *Headshot* merupakan gambar yang ditunjukkan hanya kepala dan wajah saja.



Gambar 2.25 Contoh *Expression*  
 Sumber: <https://img.itch.zone...>

Pada tahap ini ditunjukkan berbagai variasi ekspresi seperti, marah, sedih, senang, bingung, dan lainnya. Pada tahap ini bisa ditambahkan bentuk wajah jika di *squash* dan di *press*. *Squash* dan *Press* digunakan untuk menunjukkan ekspresi yang hiperbola.

f. *Pose*

Pada tahap ini akan menunjukkan karakter jika dimasukkan ke dalam *pose*. Dimana pada *pose* dibuat secara *full body*. *Full body* adalah bentuk gambaran tubuh dari ujung kepala hingga ujung kaki.



Gambar 2.26 Contoh *Pose*  
Sumber: <https://pbs.twimg.com...>

*Pose* sendiri akan membantu audiens untuk mengetahui sikap dari karakter tersebut. *Pose* juga menunjukkan sikap dan *personality* yang dimiliki oleh karakter. *Pose* juga bisa menunjukkan emosi yang sedang dirasakan melalui *pose* gestur.

g. *Render*

Pada tahap *render* merupakan tahap akhir dalam pembuatan karakter. Pada tahap ini karakter akan dipoles dengan tekstur dan dimensi untuk karakternya. Pada tahap ini akan dilakukan *shading*, pencahayaan serta pembentukan tekstur pada karakter.



Gambar 2.27 Contoh *Render*  
Sumber: <https://online-courses.club...>

Jika karakter bersifat 2D, maka karakter yang sudah diberi *shading*, tekstur dan *lighting* akan bisa langsung digunakan. Jika karakter akan dibuat 3D ini akan membantu menjadi referensi bentuk dan *volume* untuk karakter tersebut. Pembuatan karakter juga melakukan *finishing* pada tahap ini.

Dengan demikian, pembuatan karakter sendiri memiliki dasar-dasar dan prinsip guna untuk memperkuat karakter atau *speciality* dari karakter tersebut. Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang ada karakter yang dibuat bisa lebih *special* dan tidak monoton. Penggunaan prinsip dalam perancangan karakter juga membantu dalam penggunaan karakter yang dibuat dalam perancangan.

#### 2.1.2.5 *Environment Design*

*Environment design* adalah pembuatan lokasi atau latar tempat pada suatu *game/visual novel* (Pless, 2023). Desain *enviromntment* atau desain dunia pada *game* harus disesuaikan dengan *mood*, suasana hati ataupun *genre* dari *game* yang akan dibuat (Pless, 2023). Menurut (Pless, 2023), ada 5 hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *enviromntment design*. 5 hal tersebut adalah, memiliki gaya dan estetika, menggunakan *engine* yang tepat, mencari inspirasi, menyesuaikan dengan *mood* dengan pencahayaan, dan warna.



Gambar 2.28 Contoh *Environment Design*  
Sumber: <https://i.ytimg.com/vi/nZEMx...>

*Environment design* sendiri memiliki berbagai macam jenis baik dalam segi *game*, film maupun animasi. Menurut (Juoego Studio,

2024), Berikut adalah jenis-jenis desain dunia atau *environment design*, yaitu:

a. *Open World*

Dunia ini biasanya menyediakan lingkungan yang luas dan pemain pada dunia ini bisa bebas untuk menjelajah dunia tersebut. Dunia juga dibuat tidak terbatas dan dibuat secara luas. Dunia ini juga memiliki *immersive* yang tinggi.



Gambar 2.29 Contoh *Open World*

Sumber: <https://asst2game.ru/uploads...>

Pada jenis ini mendorong pemain untuk melakukan eksplorasi dan di dalamnya ada misi, aktivitas hingga interaksi yang bisa dimainkan. Dimana pemain bisa berbicara dengan karakter di dalam dunia dengan bantuan fitur *visual novel* di dalamnya.

b. Lingkungan Linear

Lingkungan linear artinya dimana lingkungan atau *environment* yang dibuat berdasarkan alur cerita. Pada lingkungan ini pemain dibawa untuk mengikuti cerita yang disajikan. Peran *storytelling* sangat penting pada lingkungan ini.



Gambar 2.30 Contoh Lingkungan Linear

Sumber: <https://img.itch.zone...>

Lingkungan yang sudah terkontrol kuat di dalam sebuah naratif yang sudah diatur oleh penciptanya baik di dalam sebuah *game*, animasi, ataupun *film*. Sebagai contoh, karakter sedang belajar dan bertemu dengan seorang guru di sini lingkungannya adalah lingkungan sekolah yang mengikuti alur ceritanya.

#### c. Lingkungan VR

Lingkungan yang diciptakan di *platform virtual reality*. *Virtual reality* menggunakan alat eksternal untuk dapat mengaksesnya. Pada lingkungan ini mengandalkan *immersive* yang tinggi.



Gambar 2.31 Contoh Lingkungan VR

Sumber: <https://shared.fastly.steamstatic.com...>

Lingkungan ini lebih fokus ke interaksi dengan seluruh lingkungan yang dilihat di dalam *virtual reality*. *Environment* dibuat dalam bentuk 360 derajat. Pemain dapat seakan-akan menyentuh benda yang ada lingkungan *virtual reality* ini.

#### d. Dunia Hub Dunia

Dimana *environment* ini merupakan *environment* yang merupakan *home* atau *checkpoint* pada

suatu *game*. Tempat ini biasanya mengandung *challenge* yang lebih sedikit dan lebih santai. Tempat ini biasanya adalah tempat yang paling aman.



Gambar 2.32 Contoh *Hub Dunia*

Sumber: <https://www.talkandroid.com...>

*Environment* ini menjadi tempat istirahat *player*. Tempat ini adalah tempat dimana bisa berbicara dengan berbagai karakter tanpa adanya ancaman atau *challenge* yang mencengkam. Tempat ini juga tidak mengandung alur cerita krusial di dalamnya.

e. Lingkungan Prosedutural

Dimana pemain membuat *environment* mereka sendiri. Kreativitas adalah sesuatu yang utama pada lingkungan ini. Imajinasi pemain yang akan membangun dunia dengan aset yang sudah disiapkan oleh *developer*.



Gambar 2.33 Contoh Lingkungan Prosedutural

Sumber: <https://storage.qoo-img.com...>

Kegiatan yang dilakukan adalah seperti membangun rumah atau meletakkan elemen pada dunia yang pemain rancang sendiri. Pada *visual novel* umumnya, lingkungan ini berada pada fitur tambahan untuk mendekorasi rumah.

f. Lingkungan abstrak

Lingkungan dimana merupakan bentuk *environment* yang berbentuk abstrak atau *simple* atau mengandung beberapa elemen desain saja yang menyebar di dalam *environment* tersebut. Dimana pada lingkungan ini biasanya menggambarkan situasi yang dramatis.



Gambar 2.34 Contoh Lingkungan Abstrak  
Sumber: <https://static.wikia.nocookie.net>

Lingkungan ini memiliki *background* yang abstrak dan tidak berbentuk. Selain simpel bentuk yang digambarkan juga bisa bermacam-macam atau berbentuk coretan dengan penuh warna dan goresan.

g. Lingkungan Simulasi

*Environment* yang dibuat menyerupai lingkungan atau dunia nyata. *Environment* ini dibuat secara akurat dan mirip dengan dunia nyata. Guna *environment* ini, pemain dapat melakukan simulasi di dalam lingkungan ini.



Gambar 2.35 Contoh Lingkungan Simulasi  
Sumber: <https://cdn.dlcompare.com...>

*Environment* simulasi dimana pemain bisa melakukan simulasi sambil mengikuti jalan cerita. *Environment* simulasi ini bisa membuat pemain untuk mencoba banyak hal seperti, membuat ramuan, mengendarai pesawat, mengendarai mobil, dan lainnya.

h. Lingkungan Tertutup

*Environment* yang cenderung berada di ruangan tertutup dan gelap. Lingkungan tertutup bisa berarti *interior* atau di dalam ruangan. *Environment* ini berada pada *indoor*.



Gambar 2.36 Contoh Lingkungan Tertutup

Sumber: <https://ricedigital.co...>

Selain pada *indoor*, Lingkungan tertutup juga bisa digambarkan di tempat yang gelap walaupun masih pada ranah *outdoor*, seperti di bawah jembatan, di ruang bawah tanah, atau di dalam goa. Tempat tersebut berada pada *outdoor* tetapi masih masuk ranah lingkungan tertutup karena gelap dan ada sesuatu yang menutupi.

i. Lingkungan Bersama

*Environment* ini biasanya merupakan arena *multiplayer*. Pada *environment* ini mirip dengan lingkungan *hub* dunia dimana berperan sebagai *lodge* atau tempat berkumpul para pemain.



Gambar 2.37 Contoh Lingkungan Bersama

Sumber: <https://imgur.com/7vnnCmq>

Pada *environment* ini, para pemain bisa berinteraksi dan bekerja sama di dunia yang sama. Para pemain juga dapat menentukan pilihan bersama untuk menyelesaikan suatu cerita atau mengerjakan *challenge* bersama. Kerja sama *team* sangat adalah hal utama pada lingkungan bersama.

j. Lingkungan berubah sesuai waktu

*Environment* yang berubah berdasarkan waktu pada *game*. Pada *game* atau *film*, tentunya memiliki alur waktu mereka sendiri tergantung dari alur cerita yang disajikan. Waktu yang dimaksud adalah waktu pagi, siang, sore, dan malam.



Gambar 2.38 Contoh Lingkungan Berubah Sesuai Waktu

Sumber: <https://www.reddit.com...>

Perubahan waktu pada lingkungan ini, biasanya terlihat pada pencahayaan waktu pagi, siang atau malam. Dimana cahaya pada waktu siang lebih cerah dan merata sementara waktu malam cahayanya gelap dan

hanya mengandalkan cahaya dari lampu saja. Pada sore hari atau pagi hari biasanya akan ada campuran warna jingga dengan kuning.

Dengan demikian, *environment* itu sendiri tergantung dengan media apa yang dibuat misal, media *game* atau *film* ataupun animasi. Penggunaan *Environment* yang tepat akan sangat membantu dalam membangun suasana dari pesan yang mau disampaikan, *Environment* yang baik adalah *environment* yang dapat menggambarkan lokasi dengan baik dalam sebuah perancangan.

## 2.2 *Chatbot* karakter Pada Psikologis

*Chatbot* adalah *software AI* yang mempelajari bagaimana cara kerja suatu hal dengan cara kerja dimana *user* akan memberikan *input* kemudian *AI* akan merespon *input* tersebut (Mitta, 2019). *Chatbot* sendiri bisa memiliki *input* berupa *text*, *live chat* hingga *voice input* (Mitta, 2019). Cara kerja *chatbot* sendiri adalah dimana *chatbot* akan melakukan analisis mendalam dari *input* yang diberikan tetapi menggunakan respon yang sudah diharapkan (Mitta, 2019). Contohnya jika *user* berkata “hai apa kabar” maka *chatbot* akan merespon dengan kata-kata yang mirip dan hampir sama (Mitta, 2019).

*Chatbot* dengan *chatbot* karakter sebenarnya memiliki cara kerja yang sama akan tetapi *chatbot* karakter memiliki dampak kepada psikologis (Shalim, 2024). Dampak *chatbot* secara positif dimana *chatbot* karakter bisa membantu menjadi dukungan emosional bagi penggunanya yang merasa kurang mampu berinteraksi dengan sosial jadi sebagai teman yang bisa menemani dikala membutuhkan dukungan mental (Shalim, 2024). Akan tetapi jika *chatbot* karakter digunakan secara tidak bijak, hal ini bisa bercenderung pada dampak negatif yakni, dimana pengguna bisa mengalami penurunan kemampuan keterampilan sosial (Shalim, 2024). Hal ini dikarenakan pengguna terlalu berbicara dengan *chatbot* karakter sehingga tidak terbiasa bersosialisasi dengan manusia (Shalim, 2024). Maka dari itu, penting sekali untuk memperhatikan kedua dampak tersebut agar penggunaan ini bisa jadi bermanfaat untuk pengguna. Dimana hal ini akan menjadi pembahasan utama pada perancangan.

### 2.2.1 Artificial Intelligence

*Artificial Intelligence* atau *AI* adalah sebuah lapangan teknologi yang memiliki banyak konsep untuk mengolah informasi (Mohammad, 2020). Dasar dari *AI* sendiri terdiri dari berbagai konsep bisa dari konsep mengolah *computer*, perancangan *software*, hingga pengelolaan data (Mohammad, 2020). Teknologi yang disatukan sehingga terbentuknya *AI* adalah teknologi *machine learning*, *deep learning*, *natural language generator*, *speech recognition*, dan *biometric identification* (Mohammad, 2020). *AI* sendiri juga memiliki beberapa tipe yang berkembang dari tipe yang pertama hingga terakhir yakni, *reactive machine*, *limited memory machine*, *artificial intelligence system*, dan *theory of mind system* (Mohammad, 2020).

Manfaat dari sistem *AI* ini sudah digunakan di berbagai bidang tetapi paling banyak digunakan pada bidang bisnis (Mohammad, 2020). Manfaat *AI* dilihat dari penggunaan *AI* di berbagai operasional mesin pabrik, *device* sehari-hari seperti *smartphone* dan *computer*, pencarian data pada asisten *AI* di internet, bahkan banyak pekerjaan yang memerlukan banyak waktu dapat dibantu oleh teknologi *AI* secara bersamaan dan juga waktu yang cepat (Mohammad, 2020). *AI* juga sekarang mampu mendeteksi *error* pada mesin maupun sistem operasional dan melakukan analisa statis dan diagnosis jika ada permasalahan pada sistem (Mohammad, 2020).

Resiko dari *AI* sendiri dimana resiko tersebut bisa berdampak negatif dimana *AI* masih dalam tahap pengembangan sehingga jika data yang di *input* terlalu bervariasi, *AI* terkadang kesulitan untuk menganalisa data tersebut (Mohammad, 2020). Penggunaan *AI* juga bisa berisiko pada keamanan data dimana *AI* bisa dipakai untuk memanipulasi data, penipuan hingga *hacking* untuk melakukan pencurian data (Mohammad, 2020). Selain itu, interaksi manusia dan juga *AI* dalam bentuk mesin atau robot bisa menimbulkan kecelakaan atau *error* pada *AI* yang bisa menyakiti manusia (Mohammad, 2020). Oleh karena itu pentingnya kita untuk bijak dan waspada dalam penggunaan *AI* dan mendukung dalam pengembangannya. Sikap dan algoritma *AI* juga akan menjadi salah satu pembangun konten pada perancangan.

### **2.3 Dewasa Muda**

Dewasa muda adalah kelompok antara usia 20-40 tahun dimana pada masa ini merupakan transisi dari remaja hingga dewasa (Riadi, 2022). Dimana pada usia tersebut terjadi transisi fisik, transisi intelektual, dan transisi peran sosial (Riadi, 2022). Dewasa muda sendiri memiliki beberapa aspek seperti, memiliki kekuatan dan energi yang besar, tekun dalam menitis karir, dan memiliki motivasi dalam berusaha keras (Riadi, 2022). Karakteristik dewasa muda adalah dimana mengalami masa pengaturan, merupakan usia produktif, merupakan masa bermasalah, masa ketegangan emosi, keterasingan sosial, perubahan sosial dan masa komitmen (Riadi, 2022).

Dewasa muda sendiri memiliki beberapa perkembangan yang cukup pesat dari masa remajanya. Perkembangan pertama adalah perkembangan fisik dimana perkembangan fisik berupa sudah mencapai puncak kesehatan, kekuatan dan daya tahan dimana tingkat sensori dan motorik sudah sempurna (Riadi, 2022). Perkembangan kognitif dimana pertumbuhan otak sudah sangat kompleks dan memiliki daya pikir lebih fleksibel dibandingkan saat masa remaja (Riadi, 2022). Perkembangan dalam segi emosional dan sosial dimana mereka sudah mulai membuat komitmen dengan lawan jenis mereka dan sudah memiliki kemampuan yang baik dalam berorganisasi (Riadi, 2022). Dengan demikian usia dewasa muda sebenarnya sudah mencapai puncak kematangan dari segi manapun dengan sempurna sehingga dalam segi emosional dan percintaan juga sudah akan dialami oleh dewasa muda. Maka dari segi perancangan akan dibuat khusus untuk target dewasa muda.

### **2.4 Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang relevan adalah penelitian sebelumnya yang membahas topik yang serupa mengenai *chatbot* karakter. Penelitian yang diambil adalah sebanyak 3 penelitian yang membahas mengenai *chatbot* karakter. Penelitian akan di analisis hasil penelitiannya sehingga pada perancangan ini menemukan sebuah kebaruan di dalam penelitian serta menjadi referensi bagi perancangan yang dilakukan. Berikut penelitian yang relevan yang akan dianalisa berserta dengan kebaruan yang diteliti.

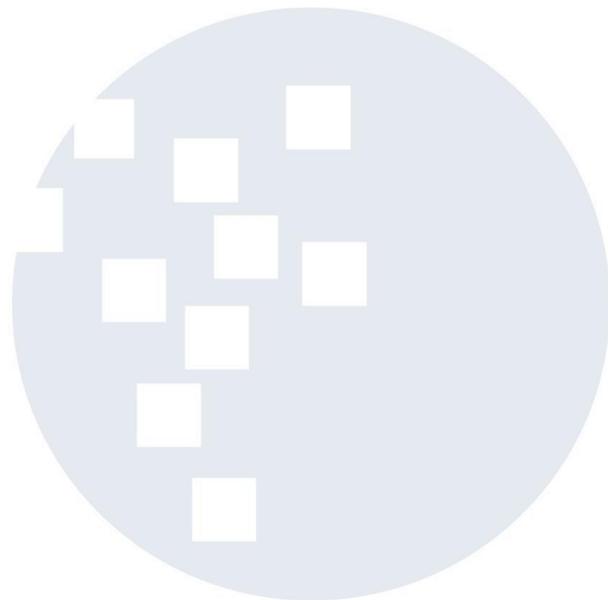
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Analisis Faktor Penggunaan <i>Character.Ai</i> di Kalangan Mahasiswa Dengan Metode UTAUT (P et al., 2024).	Zheand Rizky, Intan Fidausi, Shania Chairunnisia, Azdana Hasfi	Membahas mengenai faktor utama dalam penggunaan <i>Character AI</i> adalah <i>Social influence</i> dimana pengguna dari <i>Character AI</i> bermula dari ajakan teman terdekat	Penelitian difokuskan tidak hanya pada faktor penyebab dari <i>Character AI</i> akan tetapi penelitian difokuskan pada dampak <i>Character AI</i> pada psikologis dan penelitian tidak berkaitan dengan <i>Character AI</i> saja akan tetapi <i>chatbot</i> karakter secara umum.
2	Studi Fenomenalogi: Pengalaman Generasi Z Dalam Menghadapi Kesepian Dengan <i>Character Artificial Intelligence</i>	Zhahira Sakinati Mutiarrama, Raji Darajatunnisa, Fadia Faustina,	Hasil penelitian mengenai alasan seseorang bermain <i>chatbot</i> karakter dimana alasan utamanya	Penelitian ini lebih memfokuskan dampak yang terjadi akibat bermain dari <i>chatbot</i>

	(Mutiarrama et al., 2024).	Naurah Mahfuzhah, Alif Rara Wihita	adalah rasa kesepian.	karakter dimana dampak akan dirasakan setelah pengguna bermain <i>chatbot</i> .
3	<i>The Effectiveness Of Character AI As Learning Media In Enchanting EFL Students Sentences Structure At SMP Negeri 3 Magelang</i> (Ningsih, 2024).	Irwanda Kusuma Ningsih	Penelitian melakukan studi banding kepada Siswa SMP dengan melakukan <i>chat</i> dengan <i>Chatbot</i> karakter dan melalui <i>WA</i> dan hasilnya berupa dampak positif dimana <i>Chatbot</i> bisa mengembangkan struktur penulisan dan bahasa pada siswa SMP.	Penelitian ini ditargetkan pada dewasa muda dan dampak yang di fokuskan adalah dampak negatif berkaitan dengan psikologis pengguna <i>chatbot</i> karakter.

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, ketiga penelitian tersebut membahas mengenai *chatbot* karakter mulai dari faktor, alasan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna *chatbot* karakter. Pembaharuan penelitian

yang dilakukan akan memfokuskan kepada dampak terhadap psikologis terhadap pengguna *chatbot* yang berusia 18-24 tahun beserta solusi yang ditangani untuk mengatasi dampak negatif yang ada dalam pengguna *chatbot* karakter. Penelitian pembaharuan juga berupa sebuah perancangan media *visual novel* untuk membuat solusi mengenai dampak *chatbot* karakter terhadap psikologis dewasa muda.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA