
PERANCANGAN KARAKTER *VIRTUAL INFLUENCER* SEBAGAI AGEN EDUKASI PEMBUATAN IDENTITAS KEPENDUDUKAN DIGITAL (IKD)

Syaticha Zakiy*, Ervitaliani Marwan**, Irvan Satrya***,
Andi Suryadi****

*Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain,
Universitas Pendidikan Indonesia

**Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain,
Universitas Pendidikan Indonesia

***Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain,
Universitas Pendidikan Indonesia

****Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain,
Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: syaticha@upi.edu

KATA KUNCI

Edukasi,
Kependudukan,
Virtual Influencer

ABSTRAK

Identitas Kependudukan Digital atau IKD merupakan program Kementerian Dalam Negeri yang diluncurkan pada awal tahun 2023 ini. Rentang umur generasi Z sekarang ini dapat mengajukan pembuatan IKD. Namun nyatanya, banyak Gen Z yang kurang edukasi mengenai cara pembuatan IKD. Generasi Z dapat dikatakan sebagai generasi yang dibesarkan oleh internet. Oleh karena itu, digunakan *Virtual Influencer* untuk mengedukasi Gen Z mengenai IKD melalui media sosial. Dalam perancangan desain karakter *Virtual Influencer* ini menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) oleh Luther – Sutopo. Pada perancangannya melibatkan proses menggambar ilustrasi desain karakter dan menganimasikannya menggunakan rigging. Karya yang dihasilkan berbentuk desain karakter yang bisa dipakai untuk membuat konten-konten kebutuhan edukasi IKD dalam media sosial. Walaupun terdapat beberapa hambatan dalam proses perancangannya, hasil dari penggunaan *Virtual Influencer* bisa dikatakan efektif karena sebagian besar Gen Z yang melihatnya menjadi lebih tertarik untuk membuat IKD.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang digagasi Revolusi Industri 4.0 semakin berkembang signifikan didukung oleh teknologi digital seperti Internet of Things (IoT), Big Data, Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence), dan Cloud Computing yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Seiring dengan itu, pada era new normal ini sebagian besar kegiatan yang biasanya dilakukan pada dunia nyata bermigrasi ke dunia digital. Bermigrasinya kegiatan ke dunia digital dari mulai pendidikan, pembayaran, hiburan, jual beli, dan lain sebagainya. Menurut Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Muhammad Arif, kurang lebih dari 77% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Awal sebelum pandemic terdapat 175 juta penduduk yang menggunakan internet. Namun dari data terbaru APJII per tahun 2022, terdapat sekitar 210 juta pengguna internet di Indonesia.

Identitas Kependudukan Digital (IKD) atau E-KTP Digital mengacu pada representasi digital yang sah dari identitas seseorang dalam suatu negara atau yurisdiksi tertentu. Ini adalah bentuk identitas yang menggunakan teknologi digital untuk menggantikan atau melengkapi identitas fisik seperti kartu identitas tradisional. Identitas kependudukan digital mencakup informasi pribadi dan biometrik yang unik untuk setiap individu, seperti nama, tanggal lahir, alamat, nomor identitas, foto, sidik jari, dan lain

sebagainya. IKD diluncurkan pada tahun 2022 dan pada tahap awal peluncuran IKD diterapkan pada pegawai Disdukcapil kabupaten/kota. Namun, sejak awal tahun 2023 IKD sudah dapat digunakan oleh seluruh masyarakat.

Salah satu kelurahan yang sudah mensosialisasikan program IKD ini adalah Kelurahan Pondok Jaya yang berada di Kota Depok. Kegiatan sosialisasi terhadap program IKD berjalan sebulan sekali, menurut data yang tercatat pada Disdukcapil Kelurahan Pondok Jaya, hanya segelintir masyarakat di Kelurahan Pondok Jaya yang sudah membuat IKD yaitu sebanyak 403 orang. Walaupun yang masyarakat yang memiliki IKD di Kelurahan Pondok Jaya terhitung sedikit, angka tersebut masih jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan kelurahan yang lain seperti Kelurahan Kalimulya yang belum ada program sosialisasi program IKD.

Generasi Z, yang merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997-2012, tumbuh dan hidup dalam era digital yang semakin maju. Generasi ini dikenal karena kecakapannya dalam menggunakan platform media sosial, teknologi digital, dan jaringan online untuk terhubung dan berinteraksi dengan orang lain. Dengan keterlibatan mereka yang mendalam dalam ranah digital, menjadi semakin penting bagi Generasi Z untuk membangun dan mempertahankan identitas digital yang kuat yang sesuai dengan tuntutan dan peluang dunia modern. Generasi Z

dikenal sebagai generasi yang mobile dan serbaguna. Identitas kependudukan digital memungkinkan mereka untuk mengakses layanan dan berpartisipasi dalam kegiatan online dari berbagai perangkat, seperti smartphone, tablet, atau komputer. Identitas digital yang dapat diakses di berbagai platform dan perangkat memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam berinteraksi dengan dunia digital.

Virtual Influencer adalah karakter digital yang dibuat menggunakan teknologi animasi dan augmented reality untuk menciptakan kehadiran yang mirip dengan influencer manusia di media sosial. *Virtual Influencer* dibuat menggunakan teknologi face tracking dan hand tracking untuk menangkap gerakan dari streamer. Dengan adanya teknologi tersebut, karakter 2D *VTuber* tersebut bisa menjadi lebih hidup karena bisa menangkap ekspresi streamer. *VTuber* sendiri sudah mulai populer pada tahun 2016 di Jepang oleh *VTuber* bernama Kizuna Ai dan tersebar ke seluruh dunia. Karena kepopuleran *VTuber* tersebut terdapat lebih dari 10.000 *VTuber* per tahun 2020. Di Indonesia terdapat banyak *VTuber* yang terkenal, diantaranya Kobo Kanaeru yang memiliki 1,65 juta subscriber, Palovia Reine yang memiliki hampir satu juta subscriber, dan masih banyak yang lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian Puspitaningrum, *Virtual Influencer* memiliki peran dalam membangun identitas diri Gen Z melalui kontennya yang membuat Gen Z

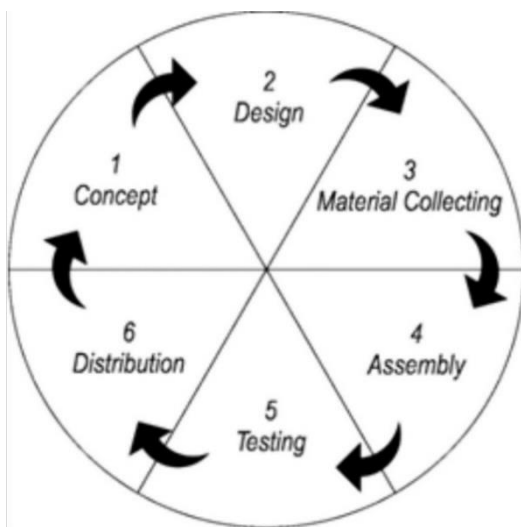
terinspirasi untuk mengembangkan potensi-potensi dalam dirinya. Terlebih dari itu, Gen Z tumbuh dalam era di mana identitas digital menjadi semakin penting. *Virtual Influencer* juga memberikan tempat untuk menciptakan identitas virtual yang berbeda atau merepresentasikan diri mereka dalam bentuk karakter virtual. Hal ini memungkinkan generasi ini untuk mengeksplorasi berbagai sisi kepribadian mereka dan mengungkapkan diri mereka dengan cara yang kreatif dan berbeda. Menurut (Puspitaningrum & Prasetio, 2019), sebanyak 85% anak remaja usia 13-24 tahun menggunakan YouTube sebagai platform utama untuk menonton video. Gen Z juga cenderung menggunakan konten *Virtual Influencer* sebagai sarana untuk mencari informasi. *Virtual Influencer* menawarkan pengalaman hiburan yang unik dengan kemampuan untuk berinteraksi langsung melalui komentar, donasi, atau fitur interaktif lainnya. Gen Z menikmati sensasi menjadi bagian dari pengalaman tersebut dan merasa bahwa interaksi dengan *Virtual Influencer* memberikan rasa keterlibatan yang lebih besar. Karena sebagian besar informasi dan hiburan yang dikonsumsi oleh Gen Z didapatkan dari internet, maka bisa dikatakan bahwa *Virtual Influencer* bisa menjadi sarana edukasi dan informasi IKD untuk Gen Z.

Dengan latar belakang diatas, perancangan ini bertujuan untuk membuat desain karakter *Virtual Influencer* yang ikonik sehingga akan

memudahkan proses komunikasi VTuber sebagai agen edukasi ke sasaran audience yaitu remaja Gen Z melalui representasi visual (desain). Dengan adanya desain karakter VTuber sebagai agen edukasi ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi dan informasi.

METODE

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) oleh Luther – Sutopo. Menurut Sutopo, dalam Setiawan, dkk [6], yang berpendapat bahwa metode pengembangan multimedia terdiri dari enam tahapan, yaitu tahapan *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*.



Gambar 1. Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

PEMBAHASAN

1. Konsep

Tahap konsep adalah tahapan untuk menentukan tujuan dan siapa penonton

Virtual Influencer (identifikasi audience). Selain itu menentukan macam *Virtual Influencer* (presentasi, interaktif, dan lain-lain) dan tujuan aplikasi (hiburan, pelatihan, pembelajaran, dan lain-lain). Rincian konsep pada perancangan ini terdapat pada tabel berikut.

Kategori Konsep	Deskripsi Konsep
Judul	<i>Virtual Influencer</i> sebagai agen edukasi Identitas Kependudukan Digital (IKD).
Tujuan	Membuat karakter <i>Virtual Influencer</i> yang dapat mengedukasi/mensosialisasi kan program IKD.
Sasaran	Generasi Z khususnya yang belum memiliki IKD
Audio	Backsound, dubbing, dan audio effect, dengan format audio (*.wav, dan *.mp3)
Output	Karakter <i>Virtual Influencer</i> yang siap digunakan untuk menjadi VTuber dengan format .moc3.
Gambar	Menggunakan gambar <i>Virtual Influencer</i> .

Untuk perancangan *Virtual Influencer* ini, penulis mengambil konsep dari desain VTuber dan karakter anime wanita terpopuler dikalangan generasi Z. Diantara lainnya seperti Pavolia Reine dan Ipo-Chan.

2. Design

Pada tahapan desain *Virtual Influencer* ini karakter ini digambarkan dengan gaya anime dan anatomi bishoujo. Nama dari karakter ini adalah Sri Ayuningsih yang diambil dari Bahasa Sanskerta yaitu Sri yang artinya adalah cantik, cahaya, dan keindahan.

Sedangkan nama Ayuningsih berdasarkan studi numerologi memiliki kepribadian yang pemrakarsa, pelopor, pemimpin, dan pekerja keras. Sehingga dapat disimpulkan karakter *Virtual Influencer* ini adalah wanita cantik pekerja keras yang menjadi pelopor (pelopor IKD).



Gambar 2. Desain Awal Sri Ayuningsih

Pada desain karakternya sendiri, Sri merepresentasikan Disdukcapil dengan menggunakan seragam Disdukcapil yang biru. Begitu juga penggunaan warna pada karakter Sri berdasarkan *color pallet* yang terdapat pada aplikasi Identitas Kependudukan Digital yaitu biru. Karakter Sri dibuat dengan anatomi anime bishoujo. Peran karakter Sri Ayuningsih ini sebagai agen untuk mendukung serta mengajak generasi Z untuk membuat Identitas Kependudukan Digital.

Referensi yang digunakan dalam mendesain baju dari Sri Ayuningsih adalah seragam Disdukcapil sebagai berikut :



Gambar 3. Seragam Disdukcapil

Dalam pemilihan warna untuk Sri Ayuningsih berdasarkan pada aplikasi Identitas Kependudukan Digital yang didominasi oleh warna biru.



Gambar 3.

Dari seluruh referensi itu, jadilah desain final karakter Sri Ayuningsih






3. Material Collecting

Material collecting adalah tahap dimana pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan dilakukan. Tahap ini dikerjakan paralel dengan tahap assembly. Bahan-bahan yang penulis perlukan dalam pembuatan aplikasi ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Tabel *Material Collecting*

Alat	Keterangan
 Asus A416J	Laptop yang digunakan penulis untuk membuat perancangan ini adalah Asus A416J berwarna slate gray, memiliki ukuran layar 14 inci dan resolusi 1920x1080 piksel, memiliki RAM 12GB, dan 256 SSD.
 Wacom Intuos 2015	Pen tablet yang penulis gunakan adalah Wacom Intuos keluaran tahun 2015 berukuran medium (8,5x5,3 in), hardware ini digunakan untuk menggambar secara digital yang disambungkan memakai kabel pada laptop.
 Adobe Photoshop 2020	Adobe Photoshop adalah aplikasi yang digunakan untuk menyunting foto atau gambar. Penulis menggunakan aplikasi ini untuk color grading gambar desain karakter <i>Virtual Influencer</i> .

 Paint Tool SAI	Paint Tool SAI merupakan aplikasi keluaran Jepang yang dapat digunakan untuk mereancang suatu ilustrasi ataupun tulisan. Penulis menggunakan aplikasi ini untuk membuat ilustrasi dari <i>Virtual Influencer</i> .
 Live2D	Live2D adalah aplikasi yang dapat digunakan untuk rigging dan animasi gambar 2D. Penulis menggunakan aplikasi ini untuk me-rigging dan menganimasikan <i>Virtual Influencer</i> .
 (Insert pic here) Adobe After Effect	Adobe After Effect adalah aplikasi yang digunakan untuk membuat atau menyunting video. Penulis menggunakan aplikasi ini untuk membuat video <i>Virtual Influencer</i> .

4. Assembly

Dalam tahap ini terdapat 5 step, yaitu:

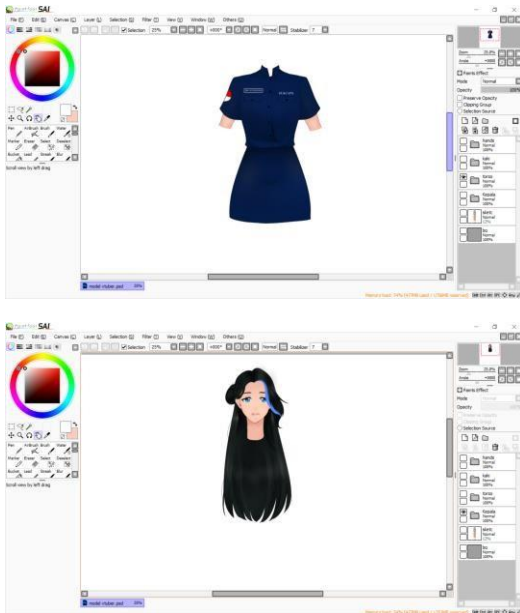
a. Pembuatan Desain

Pembuatan desain karakter *Virtual Influencer* Sri Ayuningsih dibuat menggunakan aplikasi Paint Tool SAI dan Wacom Intuos.



b. Cutting Asset

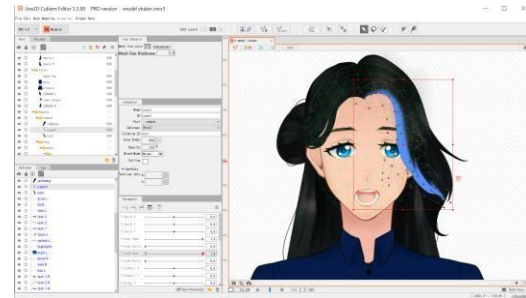
Setelah karakter Sri Ayuningsih dibuat, selanjutnya asset karakter tersebut dipotong berdasarkan bagian yang akan dianimasikan menggunakan Live2D nanti. Memotong asset ini menggunakan aplikasi Paint Tool SAI dengan membagi organ-organ yang akan dianimasikan ke dalam layer yang berbeda. Pada proses pemotongan ini, asset dipotong menjadi enam folder yaitu bagian kepala, torso, tangan, kaki, rambut, dan muka.



c. Rigging

Pada tahap rigging dilakukan pada aplikasi Live2D. Pada tahap ini dilakukan penyatuan asset yang sudah dipotong sebelumnya. Asset tersebut diberikan “tulang” atau rig. Setelah di-rig, asset selanjutnya dianimasikan dengan menggunakan *motion capture* yang

selanjutnya akan diolah di aplikasi *Adobe After Effect*.



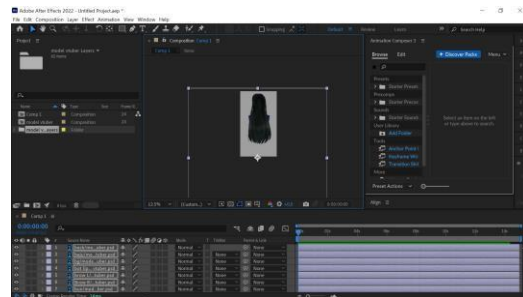
d. Layout

Pada tahapan ini asset yang sudah di-*rigging* akan dimasukkan kedalam layout video yang nantinya akan disebar ke sosial media.



e. Pembuatan Video

Setelah terbentuk layout video, selanjutnya pembuatan video menggunakan aplikasi *Adobe After Effect*. Di dalam video ini menggunakan asset simpel yang sudah penulis buat dan menganimasikannya menggunakan *motion graphic*. Transisi yang digunakan adalah transisi wipe.



5. Testing

Tahapan testing ini dilakukan setelah selesai tahap pembuatan (*assembly*) dengan menjalankan aplikasi atau program dan dilihat apakah ada kesalahan atau tidak. Tahap ini disebut juga sebagai tahap pengujian alpha (*alpha test*) dimana pengujian dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri. Validasi bagian pertama dipindai oleh Bapak Arif dari pihak Disdukcapil Kelurahan Pondok Jaya melalui wawancara via video call.

No	Kriteria Penilaian	Penilaian
1.	Kesesuaian karakter <i>Virtual Influencer</i> untuk digunakan untuk sosialisasi program IKD	Sesuai
2.	Kesesuaian materi yang disajikan oleh <i>Virtual Influencer</i> pada Gen Z	Sangat Sesuai
3.	<i>Virtual Influencer</i> ini mempermudah Gen Z untuk mengetahui informasi mengenai IKD	Sangat Sesuai
4.	Kemampuan <i>Virtual Influencer</i> dalam menyampaikan edukasi mengenai IKD	Sangat Sesuai
5.	Kemenarikan visual <i>Virtual Influencer</i> dalam menyampaikan edukasi mengenai IKD	Sangat Sesuai
6.	Tata Bahasa yang digunakan <i>Virtual Influencer</i> mudah untuk dipahami Gen Z	Sesuai

Bapak Arif juga mengatakan bahwa animasi seperti ini bukannya hanya diterima oleh Gen Z namun orang tua pun senang melihatnya.

Uji validasi karya yang kedua dilakukan oleh ahli ilustrasi Ibu Jeanne yang pernah menjadi

mentor penulis semasa magang di M&C Editorial & Production Dept. Ibu Jeanne sebagai ketua projek virtual youtuber yang berkolaborasi dengan penulis.

No	Kriteria Penilaian	Penilaian
1.	Kesesuaian karakter <i>Virtual Influencer</i> untuk digunakan untuk sosialisasi program IKD	Sesuai
2.	Kesesuaian materi yang disajikan oleh <i>Virtual Influencer</i> pada Gen Z	Sangat Sesuai
3.	Keselarasn warna pada desain Karakter Sri Ayuningsih	Sangat Sesuai
4.	Kemenarikan visual desain karakter Sri Ayuningsih dalam mengedukasi IKD	Sesuai
5.	Visual karakter <i>Virtual Influencer</i> yang menarik	Sangat Sesuai
6.	Visual yang menarik dan dapat memberikan kesan yang identik dengan IKD	Sangat Sesuai

SIMPULAN

Virtual Influencer sebagai agen edukasi pembuatan Identitas Kependudukan dirancang dengan konsep yang berdasarkan pada VTuber yang terkenal dikalangan Gen Z. Desain *Virtual Influencer* dengan nama “Sri Ayuningsih” memperkenalkan Identitas Kependudukan Digital kepada masyarakat khususnya Gen Z yang belum mempunyai Identitas Kependudukan Digital. Distribusi *Virtual Influencer* melalui aplikasi media sosial seperti TikTok yang penggunanya sebagian besar adalah Gen Z.

Target audiens untuk *Virtual Influencer* “Sri Ayuningsih” ini adalah Generasi Z. Rentan

umur untuk Generasi Z yang dituju adalah 16 – 20 tahun dan difokuskan untuk Gen Z yang belum memiliki IKD dan sedang mencari informasi mengenai Identitas Kependudukan Digital. Perancangan *Virtual Influencer* ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka dan wawancara. Hal tersebut mempunyai tujuan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang akan menjadi rujukan data untuk mendesain karakter *Virtual Influencer*.

Dengan menggunakan metode pengembangan proyek multimedia “*Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) versi Luther - Sutopo” telah dihasilkan desain *Virtual Influencer* Bernama “Sri Ayuningsih”. Pada perancang *Virtual Influencer* ini ditemukan beberapa karakter wanita 2D yang terkenal dikalangan Gen Z yang menjadi dasar inspirasi desain karakter Sri Ayuningsih yang berambut hitam panjang dan menggunkaan anatomi bishoujo. Setelah diciptakan desain karakter Sri Ayuningsih, selanjutnya tahapan rigging menggunakan aplikasi Live2D untuk menganimasikannya yang setelahnya digabungkan dengan *motion graphic* untuk hasil akhirnya. Dalam proses penganimasian *Virtual Influencer* ini terdapat kendala dimana animasi yang dihasilkan kurang mulus sehingga tidak sesuai dari ekspetasi penulis. Untuk mendapatkan hasil animasi yang mulus dibutuhkan perangkat keras yang lebih memadai yang penulis belum punya.

Setelah dilakukan uji coba peluncuran *Virtual Influencer* kepada beberapa Gen Z sebagai tester sebagian besar diantaranya memberikan kontribusi positif terhadap sosialisasi IKD dengan cara tersebut. Dengan adanya *Virtual Influencer* ini memudahkan masyarakat untuk membuat IKD dan mempersiapkan persyaratannya. Sehingga semakin banyak masyarakat yang memiliki IKD.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, S. (2006). *Cartooning Character Design*. California: Walter Foster Publishing.
- Grafik, D. &. (2007). *Color Basic*. Jakarta: Link Match Graphic.
- Ruyattman, M. (2013). Perancangan Buku Panduan Membuat Desain Karakter Fiksi Dua Dimensi Secara Digital. Surabaya: Program Studi Desain Komunikasi visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra.
- Tillman, B. (2019). *Creative Character Design*. Florida: CRC Press; 2nd edition.
- J. Chen, “The VTuber takeover of 2020,” Polygon, 2020. [Online]. Available: <https://www.polygon.com/2020/11/30/21726800/holive-VTuber-projektmelody-kizuna-ai-alliopemori-vshojo-youtube-earning>
- Tsai, Francis. (Februari 2007). *Effective character design. Pesan disampaikan dalam majalah imagine fx*
- Arsenyan, J., & Mirowska, A. (2021a). *Almost human? A comparative case study on the social media presence of Virtual Influencers. International Journal of Human Computer Studies*, 155. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102694>
- Arsenyan, J., & Mirowska, A. (2021b). *Almost human? A comparative case study on the social media presence of Virtual Influencers. International Journal of Human Computer Studies*, 155. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102694>
- Bonafix, D. N. (2011). *Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*

Heidmets, R. (2023). *The Animation*.

Memenuhi Tugas, U., Pengampu, D., Disusun Oleh, Ms., & Seni Rupa Desain, F. (2015). Mengidentifikasi Transisi Shot Pada Sebuah Video serta Kesan yang Ditimbulkan.

Novica, D. R., & Hidayat, I. K. (2018). Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. Dalam *Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS)* (Vol. 3, Nomor 2)

Paramitha, C. A. (2022). Jurnalisme Imersif dan Partisipasi Publik dalam Industri Media. *Jurnal Komunikatif*, 11(2), 137–149. <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4119>

Puspitaningrum, D. R., & Prasetio, 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.v12i2.475>

Ruyattman, M. (2013). *Perancangan Buku Panduan Membuat Desain Karakter Fiksi Dua Dimensi secara Digital*.

Soenyoto, P. (2017). *Animasi 2D. Studi Manajemen Informatika Politeknik*.

Palcomtech, P., Basuki Rahmat No, J., & Palembang, B. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Sumsel Museum Berbasis Mobile Menggunakan Metode Pengembangan *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*. 8(1).

Susanti, N. P., Koesoemadinata, M. I. P., & Belasunda, R. (2022). *The use of virtual YouTuber for online learning. Dalam Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era* (hlm. 247–251). Routledge. <https://doi.org/10.1201/978100326313550>

Utami, D. (2011). *Animasi Dalam Pembelajaran. Majalah Ilmiah Pemberajaran Nomer 1*, 7.

Wahyuningsih, S. (2015). *Sri Wahyuningsih Desain Komunikasi Visual*.