

PEMBUATAN KARAKTER VIRTUAL SEBAGAI PEMANDU DALAM KONTEN VIDEO TUTORIAL MENGGAMBAR

Natan Dwipangga Arisuwito

Hutomo Setia Budi

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Tutorial menggambar menjadi sebuah kebutuhan bagi orang yang sedang belajar menggambar. Video tutorial menggambar bisa diakses melalui media sosial YouTube. Di lain sisi, *virtual youtuber* menjadi tren global termasuk di Indonesia dengan munculnya puluhan kanal YouTube berbasis *virtual youtuber*. Melalui penelitian ini, peneliti merancang karakter virtual untuk sebuah kanal YouTube yang akan memandu penonton dalam video tutorial menggambar. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana merancang karakter virtual dan tutorial menggambar yang diminati pemirsa. Selain itu juga mengetahui bagaimana respon pemirsa terhadap karakter virtual sebagai pemandu dalam konten video tutorial menggambar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan dilakukan dengan menyebar angket kepada responden, wawancara terhadap *expert* dan *extreme users*, dan observasi terhadap kompetitor.

Kata Kunci: *virtual youtuber*, karakter virtual, tutorial menggambar

ABSTRACT

Drawing tutorial become a necessity for people who learn to draw. Drawing tutorial videos can be accessed via YouTube. On the other hand, virtual youtuber become a global trend including in Indonesia where dozens of virtual youtuber channels are popping up. Through this study, researcher designed virtual character which will guide the audiences through drawing tutorial videos on a YouTube channel. The purposes of this study are to find out how to design a virtual character and drawing tutorial which will attract the audiences and to take viewers response to the virtual characters as a guide for drawing tutorial. The research methods used in this study are qualitative and quantitative method. The approaches is carried

out by spreading questionnaires, interviewing expert and extreme users and observing competitor.

Keyword : *virtual youtuber, virtual character, drawing tutorial*

PENDAHULUAN

Menggambar merupakan salah satu hobi yang diminati banyak orang. Lima grup menggambar lokal di Facebook (ADCI, PT SAI Indonesia, DCI, DA'AD, dan DACI) saja memiliki rata-rata 68.000 anggota. Ribuan karya ilustrasi dibagikan setiap harinya dalam komunitas-komunitas tersebut. Banyaknya komunitas ini merupakan sebuah peluang bagi kreator konten tutorial menggambar untuk menambah peminat pada konten tutorial menggambar yang dibuatnya. YouTube menjadi salah satu sasaran penggiat konten untuk mengambil peluang tersebut.

YouTube merupakan salah satu media daring yang paling banyak diakses masyarakat Indonesia. Dilansir dari merdeka.com (Jamaludin, 2017), pada tahun 2017 terdapat 50 juta orang di Indonesia mengunjungi YouTube setiap harinya. Pihak Google sendiri memberikan keterangan bahwa pengguna YouTube saat ini telah mencapai 1,5 miliar dengan 400 jam video diunggah setiap harinya (Yusuf, 2018). YouTube menjadi media yang diminati pembuat konten, terlebih karena para pembuat konten cukup mengunggah kontennya tanpa perlu mengeluarkan biaya untuk mempublikasikan karyanya.

Pada tahun 2016, muncul Kizuna Ai sebagai salah satu pelopor *virtual youtuber* dan memberikan dampak kepada konten kreator lainnya di seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Tahun 2018 menjadi puncaknya ketika muncul 31 kanal *virtual youtuber* di Indonesia. Salah satu yang terkenal adalah kanal Maya Putri dengan 211.000 subscriber yang membawakan konten *gaming* dan *cover* lagu. Beberapa *virtual youtuber* lain juga membawakan konten berupa berita, seperti Anaoons Channel dan IpoChan Official. Namun, belum ada kanal *virtual youtuber* yang membawakan konten tutorial menggambar.

Berangkat dari latar belakang ini, peneliti merancang bisnis berupa kanal yang akan membahas tutorial menggambar yang dipandu oleh karakter virtual. Target pasar dari bisnis ini adalah pemuda berusia 15-30 tahun dengan hobi menggambar atau baru belajar menggambar terutama yang tergabung dalam komunitas menggambar dan membutuhkan tutorial. Kompetitor potensial dari bisnis ini adalah kanal tutorial menggambar YouTube Learn2DrawManga dan kanal *virtual youtuber* Indonesia Maya Putri, Anaoons Channel, dan Mintchanchannel. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana merancang karakter virtual dan tutorial menggambar yang diminati pemirsa. Berikutnya adalah mengetahui bagaimana respon pemirsa terhadap karakter virtual sebagai pemandu dalam konten video tutorial menggambar.

METODE PENELITIAN

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer kualitatif dan kuantitatif yang didukung oleh data sekunder. Data primer kualitatif didapatkan melalui wawancara, observasi, dan studi kompetitor. Wawancara, observasi, dan studi kompetitor digunakan dalam perancangan karakter virtual dan tutorial menggambar. Sedangkan data kuantitatif didapatkan melalui *market test*. Akan ada angket yang diisi responden setelah menonton video purwarupa yang dibagikan di kanal YouTube. Data yang didapat dari angket ini akan digunakan untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap produk yang dibuat. Sedangkan data sekunder didapat melalui studi pustaka berupa jurnal dan buku yang berkaitan dengan penelitian.

Metode *market test* yang akan dilakukan adalah metode uji pasar yang mana responden akan diperhadapkan langsung dengan produk yang telah dibuat. Responden yang berjumlah 57 orang merupakan pemirsa dari video purwarupa yang telah dibuat. Video purwarupa berjudul *Nezuko Kamado Speedpainting ... bentar, ini bukan speedpainting!! [Vtuber - Indonesia]* telah disebarakan melalui kanal Kelincibertanduk. Responden akan menonton video tersebut dan mengisi angket melalui tautan yang telah disediakan di deskripsi video dan kolom komentar.

Wawancara dilakukan terhadap tiga orang *expert users* dan tiga orang *extreme users*. Tiga orang *expert users* yang akan diwawancarai adalah Excel Coananda, Desy Setyorini, dan Aristyo Pramana. Excel Coananda adalah seorang *online media expertise* dan *founder* dari Risa Comic, Risa Media, dan Lingkarya Moesia, media yang membahas seputar *J-pop culture*. Desy Setyorini adalah seorang *freelance illustrator* dan merupakan seorang anggota komunitas menggambar di Malang. Aristyo Pramana adalah seorang *professional illustrator* dengan *penname* Legensegerr dan merupakan seorang anggota komunitas di Malang. Tiga orang *extreme users* yang akan diwawancarai adalah Dichi Putri, Aziz, dan Axel. Dichi Putri adalah seorang *professional illustrator* sekaligus fans dari beberapa ilustrator asal luar dan dalam negeri dan pernah membeli karya-karya mereka yang berupa *artbook* dan tutorial menggambar. Aziz adalah seorang pelajar yang menjadi fans berat salah satu karakter anime. Axel adalah seorang mahasiswa yang menjadi fans salah satu karakter virtual *idol*.

Studi kompetitor dilakukan melalui observasi terhadap kompetitor. Kompetitor yang akan diobservasi adalah kanal Maya Putri, Love2DrawManga, Anaoons Channel, dan Mintchanchannel. Learn2DrawManga adalah sebuah kanal YouTube yang menyediakan tutorial menggambar dan konten lain di bidang menggambar dengan *voice over* berbahasa Inggris dengan total *subscriber* 344.000. Berikutnya adalah Maya Putri, Anaoons Channel, dan Mintchanchannel yang merupakan kanal *virtual youtuber* Indonesia dengan masing-masing *subscriber* berjumlah 213.000, 2.060, dan 5.500. Observasi yang dilakukan adalah pengamatan konten yang disediakan oleh kanal-kanal tersebut.

Studi pustaka akan dilakukan dengan mencari referensi dari jurnal yang diterbitkan dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Jurnal yang pertama adalah "Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang" dalam *Jurnal Kajian Wilayah*. Jurnal ini akan menjadi referensi peneliti dalam memilih gaya pada tutorial. Jurnal yang berikutnya adalah "Anime

sebagai Budaya Populer (Studi pada Komunitas Anime di Yogyakarta)” dalam *E-societas*. Peneliti akan menentukan gaya dari tutorial dan karakter virtual berdasarkan jurnal ini. Jurnal “Imej Karakter Animasi Jepun (Anime) dalam Kalangan Remaja di Selangor” dalam *Sains Humanika* mengkaji ciri utama karakter anime yang digemari. Melalui jurnal ini, peneliti akan menentukan sifat dari karakter virtual yang akan digemari oleh pasar. Jurnal “The Effect of An Animated Virtual Character on Mobile Chat Interactions” dalam *Proceeding of the 3rd International Conference on Human-Agent Interaction* meneliti karakter avatar yang diaplikasikan pada aplikasi *chat mobile*. Peneliti akan melihat tingkat kepentingan dari penambahan karakter virtual dalam tutorial menggambar dari penelitian ini. Jurnal lain yang menjadi referensi dari penelitian ini adalah “Virtual Character Personality Influences Participants Attitudes and Behavior-An Interview with a Virtual Human Character about Her Anxiety” dalam *Frontiers in Robotics and AI 2*. Peneliti akan mengambil sifat dari karakter virtual yang memberi dampak interaksi lebih panjang untuk diaplikasikan pada karakter virtual. Yang terakhir adalah “Beauty in the Eye of ‘Produser’: Japan’s Virtual Idol Hatsune Miku from Software, to Network, to Stage” dalam *POST-SCREEN: Intermittence + Interference*. Jurnal ini meneliti apa yang membuat Hatsune Miku berbeda dari *virtual idol* lainnya. Peneliti akan mengambil beberapa faktor penunjang ketenaran Hatsune Miku untuk diaplikasikan dalam karakter virtual yang akan dibuat.

Studi pustaka juga dilakukan dengan mencari referensi pada beberapa buku yang terbit dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Buku *Acting and Characters Animation: The Art of Animated film, Acting, and Visualizing* dan *Shoujo Across Media: Exploring “Girl” Practises in Contemporary Japan* akan menjadi referensi dalam pengembangan karakter virtual. Buku *Dubbing, Film, and Performance: Uncanny Encounters, Virtual Character Design for Games and Interactive Media, How to Rank in YouTube* dan *YouTube Channel for Dummies* akan menjadi referensi dalam pembuatan layout, deskripsi, penentuan durasi video, dan pengembangan kanal YouTube.

PEMBAHASAN

Tutorial menggambar dan karakter virtual dirancang menurut referensi yang telah ditemukan dari jurnal dan buku. Referensi ini akan dibandingkan juga dengan kesimpulan yang didapat dari wawancara bersama *expert users* dan *extreme users*. Hasilnya akan dibuat purwarupa terlebih dahulu untuk dilakukan tes terhadap pasar. Responden akan menonton video yang telah dibagikan dan memberikan umpan balik melalui angket yang telah disediakan. Data yang didapat akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat. Berikut hasil dan pembahasan dari data-data yang telah dikumpulkan.

Tutorial Menggambar

Anime begitu digemari di seluruh dunia. Budianto (2015:179-180) menyebutkan bahwa anime sudah menjadi komoditas internasional. Jepang berhasil menarik perhatian dunia melalui

anime. Kepopuleran anime menjadi peluang pasar yang baik bagi bisnis-bisnis yang berhubungan dengan salah satu budaya Jepang ini.

Di Indonesia sendiri, animo masyarakat terhadap anime tinggi. Di Asia, Indonesia menjadi *fandom* anime terbesar (Nugraha, 2017:7). Pecinta *J-pop culture* sendiri beragam, dari pecinta *dorama*, musik Jepang, *cosplay*, *manga*, dan sebagainya sehingga budaya ini dapat dijadikan komoditas yang bernilai di Indonesia. Dengan demikian, gaya menggambar utama yang akan dibawakan dalam tutorial menggambar adalah gaya anime.

Konten dalam tutorial menggambar menjadi faktor penting yang membuat tutorial tersebut bermanfaat. Pramana (wawancara pribadi, 2019) menyatakan tutorial menggambar yang bermanfaat sebagai berikut.

Tutorial menggambar yang bermanfaat adalah tutorial menggambar dengan konten yang cara penyajiannya komunikatif dan menyenangkan tanpa keluar dari konteks utamanya. Banyak tutorial menggambar yang terlalu banyak membawakan konten humor sehingga kehilangan konten utamanya. Di samping itu juga penting mengadakan sesi tanya jawab apabila dimungkinkan.

Tutorial menggambar yang diminati adalah yang memiliki konten tips dan trik dalam menggambar. Putri (wawancara pribadi, 2019) menjelaskan ketika dia mencari tutorial dari ilustrator yang digemarinya, Putri ingin lebih tau tips dan trik menggambar dari ilustrator tersebut. Hal senada juga disebutkan Setyorini (wawancara pribadi, 2019) yang mana Setyorini mengharapkan detail tips menggambar seperti *step by step* dan *brush* yang digunakan. Dengan demikian, peneliti akan merancang konten tips dan trik menggambar yang menyenangkan.

Karakter Virtual

Karakter virtual menjadi bagian penting dari tutorial menggambar. Penelitian yang dilakukan oleh Kang, Feng, Leuski, Casas, dan Shapiro (2015: 111) menunjukkan bahwa karakter virtual yang terlihat hidup akan membuat interaksi dengan pemirsa menjadi lebih lama dibandingkan ketika pemirsa tidak dapat melihat avatar yang mewakili lawan bicara. Hal ini selaras dengan pendapat Setyorini (wawancara pribadi, 2019) yang menyebutkan bahwa penambahan karakter virtual akan membuat tutorial tidak membosankan. Karakter virtual yang akan dibuat dengan gaya anime seperti yang sedang populer saat ini. Coananda (wawancara pribadi, 2019) menyebutkan bahwa *virtual youtuber* sedang ramai-ramainya, banyak orang penasaran, dan karena konsepnya dipopulerkan di Jepang oleh Kizuna Ai, banyak *weaboo* yang berkiblat ke Jepang akan mengikuti tren ini. Karakter virtual nantinya akan dimasukkan dalam *layout* video dan seolah-olah memberikan panduan dalam video tutorial menggambar.

Karakter virtual membutuhkan sifat yang dapat dirasakan oleh pemirsa. Karakter virtual diperlakukan layaknya orang sebenarnya. Kepribadian karakter virtual menjadi penting diberikan pada karakter virtual karena kepribadian yang berbeda akan memberikan respon yang berbeda pula pada pemirsa. Leonardo (wawancara pribadi, 2019) mengatakan, “[Faktor

penting yang membuat karakter menarik adalah] ada *defining character trait*-nya.” Aziz (wawancara pribadi, 2019) juga menyebutkan, “Aku suka sama Kurumi itu karena [yang pertama] sifat *yandere* sama *sadistic*-nya.” Dari wawancara terhadap *extreme users* Leonardo dan Aziz ini dapat disimpulkan bahwa sifat dari karakter virtual menjadi daya tarik bagi peminatnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pan, Gillies, dan Slater (2015: 8), 10 dari 12 orang menyatakan ingin menghabiskan waktu lebih lama dengan karakter yang bersifat pemalu. Penelitian yang dilakukan oleh Mamat (2014: 41) juga menyebutkan bahwa sifat sedikit ceroboh pada karakter virtual perempuan diminati oleh kaum laki-laki. Dengan demikian sifat pemalu dan sedikit ceroboh akan diberikan pada karakter virtual yang dibuat. Selain itu, persona karakter virtual akan diperdalam dalam konten keseharian karakter virtual. Cara penyajian konten ini akan didasarkan pada respon pemirsa purwarupa yang menjadi responden kuesioner.

Karakter virtual memerlukan suara agar terlihat lebih hidup. Sousa (2016: 119) menyebutkan bahwa salah satu rahasia ketenaran Hatsune Miku adalah vokalnya yang tinggi seperti anak-anak. Banyak fans *virtual idol* yang menyukai vokal tinggi. Hal ini diperkuat oleh Leonardo (wawancara pribadi, 2019) yang mengatakan, “Saya *prefer* yang suaranya lebih *high pitch* dan muda, *sweet sounding voice*, *aga cheerful*.” Dengan demikian, vokal tinggi akan diberikan pada karakter virtual.

Karakter-karakter virtual yang unik memiliki *iconic lines*. Dalam buku yang ditulis Giesen dan Khan (2018: 58) dapat disimpulkan bahwa pilihan kata penting dilakukan sebelum melakukan *dubbing* karena pilihan kata yang digunakan akan menjadi ikon bagi karakter yang dibuat. Untuk karakter virtual ini sendiri akan diuji coba dengan diberikan *iconic lines* berupa teriakan dengan nada tinggi ketika sedang menggambar dengan cepat.

Selain sifat dan *iconic lines*, *outfit* yang dikenakan karakter virtual juga akan menarik minat dari pemirsa. Aziz (wawancara pribadi, 17 Oktober 2019) menyebutkan, “Aku suka sama Kurumi itu karena ... terus [yang ketiga] gaya bajunya.” Dalam buku *Shoujo Across Media* (Berndt, Nagaike, dan Ogi, 2019: 212) disebutkan, “... *common type of kawaii in fashion is a style that is ‘deliberately designed to make the wearer appear childlike and demure.’*” Dapat diartikan bahwa model pakaian yang terlihat kekanakan dan pendiam adalah tipe *kawaii* yang paling umum. Dari pernyataan tersebut, referensi dari buku karya Oriko (2019) berikut ini yang akan digunakan pada karakter virtual dan diujikan pada tes pasar.



Gambar 1. Katalog 27 dan 45

Sumber: メルヘンでかわいい女の子の衣装デザインカタログ(2019)

Elemen terakhir yang akan ditambahkan adalah objek pendukung. Klevan (dalam Bosseaux, 2015: 11) menyebutkan bahwa perkembangan emosi tokoh dilukiskan dari interaksinya dengan benda di sekelilingnya. Objek pendukung yang akan ditambahkan pada karakter virtual adalah *pen tablet* sebagai alat yang akan digunakannya untuk menggambar.

Video dan Kanal Youtube

Dalam membuat konten YouTube dan mengelola kanal, ada beberapa komponen yang perlu diperhatikan. Sebagian dari komponen tersebut yang akan dirancang dalam penelitian ini adalah durasi video, desain antarmuka, dan struktur deskripsi.

Durasi video di YouTube menjadi salah satu komponen penentu utama. Durasi video YouTube dapat dilihat pada *thumbnail* video sehingga menjadi bahan pertimbangan bagi pemirsa untuk membuka video tersebut atau tidak. Green (2014: 46-47) menyarankan agar menjaga durasi video dalam kisaran waktu lima hingga tujuh menit. Dia menyebutkan bahwa pemirsa bisa saja enggan menonton video YouTube hanya karena masalah durasi. Observasi dilakukan terhadap empat kanal YouTube kompetitor. Rata-rata durasi lima video terpopuler masing-masing kanal adalah 5 menit 45 detik untuk kanal Maya Putri; 7 menit 13 detik untuk kanal Love2DrawManga; 7 menit 48 detik untuk kanal Anaoons Channel; dan 11 menit 10 detik untuk kanal Mintchanchannel. Dari semua video yang diobservasi, video terpopuler berdurasi 6 menit 1 detik. Dengan demikian, peneliti setuju dengan pendapat Green untuk menetapkan batasan lima hingga tujuh menit untuk video tutorial menggambar yang dibuat.

Desain antarmuka dari video yang dibuat didasarkan pada referensi dari kompetitor. Berikut desain antarmuka yang digunakan oleh koopetitor.



Gambar 2. Desain antarmuka video *Main Overwatch - Moira!*

Sumber: Mintchanchannel (2019)



Gambar 3. Desain antarmuka video *Abis Parkour, Dekorasiin Mapnya!!*

Sumber: Maya Putri (2019)

Penempatan karakter virtual dalam dua video tersebut adalah di sisi bawah video. Jika dilihat dari panjangnya, ukuran karakter kurang lebih seperempat panjang layar. Dari referensi ini, peneliti akan menempatkan karakter virtual di sisi kanan video dengan ukuran kurang lebih seperempat panjang layar.

YouTube menyediakan kolom deskripsi yang mampu memuat hingga 5.000 karakter. Dalam buku *YouTube Channels For Dummies* (Ciampa, Moore, Carucci, Muller, & Wescott, 2015: 358-39) disebutkan bagaimana mengeloa deskripsi video dengan baik.

Dua baris pertama dalam paragraf pertama deskripsi berisikan elemen yang yang muncul dalam hasil pencarian YouTube. Bagian ini lah yang terlihat pada deskripsi sebelum tombol *show more* ditekan. Dua baris ini hendaknya diisi dengan hal-hal yang menarik perhatian pemirsa. Pada bagian ini juga bisa ditambahkan tautan yang mengarahkan pemirsa ke *playlist*, blog, maupun *website* produk.

Kesimpulan deskripsi video pada kanal Love2DrawManga, Maya Putri, dan Anaoons Channel adalah sebagai berikut. Kalimat pertama berisikan salam dan perkenalan. Kalimat kedua dan berikutnya berisikan penjelasan mengenai konten video. Untuk kanal Maya Putri dan Anaoons Channel, deskripsi diikuti tautan menuju video-video lainnya pada kanal masing-masing. Deskripsi video pada kanal Mitchanchannel berisikan penjelasan langsung mengenai konten video yang bersangkutan. Berdasarkan referensi ini, deskripsi video yang akan dibuat

secara runtut terdiri dari tautan, salam dan pengenalan, penjabaran konten video, dan penjelasan lain yang diperlukan bergantung pada keperluan.

Respon Pemirsa terhadap Purwarupa

Sebanyak 57 pemirsa video purwarupa telah memberikan tanggapan melalui kuesionar yang disebar. Responden yang adalah pemirsa video ini terdiri dari 38 orang yang suka menggambar dengan gaya manga, 11 orang yang suka menggambar dengan gaya lain, dan sisanya tidak memiliki hobi menggambar. Sebanyak 59,6% menyebutkan tertarik untuk belajar menggambar dengan dibantu oleh tutorial menggambar yang dipandu oleh karakter virtual, sedangkan 35,1% tidak tertarik belajar, tapi tetap ingin mengikuti tutorialnya, sisanya tidak tertarik. Untuk karakter virtual yang dibuat, 59,6% responden menyatakan suka dengan karakter tersebut, 33,3% menyatakan masih ada kekurangan dari karakter virtual dan mungkin akan suka apabila kekurangan tersebut diperbaiki, sisanya tidak menyukai karakter virtual tersebut. Sebanyak 18 responden menyebutkan bahwa kekurangan karakter ada pada kualitas *dubbing* yang buruk; 11 responden mengatakan sifat atau karakternya masih kurang terasa; 3 responden merasa kekurangan karakter ada pada *lip synchronization* yang kurang tepat; 2 responden merasa posisi karakter virtual pada *layout* video kurang pas; dan 1 responden menyebutkan *outfit* karakter virtual kurang cocok. Responden juga diberikan kesempatan untuk memilih konten tambahan apa yang diharapkan dari karakter virtual. Dua pilihan tertinggi yang dipilih oleh responden adalah komik keseharian karakter virtual di Instagram dan animasi di YouTube yang menceritakan karakter virtual.

Dari data-data yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pemirsa menyukai karakter virtual yang telah dibuat hanya saja memerlukan beberapa perbaikan kekurangan untuk menjawab keraguan sebagian pemirsa lainnya yang mengatakan mungkin akan menyukainya. Sebagian besar responden memberi respon baik dengan adanya karakter virtual yang menjadi pemandu dalam tutorial menggambar dengan tertarik untuk belajar melalui video tutorial tersebut. Konten keseharian karakter akan disajikan melalui komik Instagram dan animasi YouTube

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dua faktor yang penting dalam membuat video tutorial menggambar adalah gaya menggambar dan konten videonya. Dalam pembuatan video tutorial menggambar di YouTube, durasi video, desain antarmuka, dan struktur deskripsi juga perlu dipertimbangkan. Agar menarik minat pemirsa, ada beberapa faktor juga yang perlu diperhatikan dalam pembuatan karakter virtual. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sifat dan persona, vokal, pemilihan kata dan *iconic lines*, *outfit*, dan objek pendukung.

Sebagian besar pemirsa menyatakan menyukai karakter virtual yang telah dibuat. Sebagian besar pemirsa juga menjadi tertarik untuk belajar menggambar dengan adanya

karakter virtual yang memandu tutorial menggambar. Di samping itu, memang masih ada kekurangan pada karakter virtual yang perlu diperbaiki.

Peneliti menyadari kekurangan dari pembuatan karakter virtual ini dan perlu memperbaiki kualitas untuk ke depannya. Selanjutnya, peneliti perlu menambah kajian mengenai kreator YouTube sehingga video yang diunggah akan menjangkau pemirsa yang sesuai dengan target pasar. Peneliti juga perlu mengumpulkan respon dari pemirsa mengenai tutorial menggambar agar tutorial yang akan dibuat memberikan manfaat bagi banyak orang. Terakhir, peneliti diharapkan merancang video tutorial utuh yang akan diunggah secara rutin sebagai pengembangan purwarupa yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz. (2019, October 17). *Wawancara terhadap Extreme User*. Wawancara pribadi.
- Berndt, J., Nagaike, K., & Ogi, F. (Eds.). (2019). *Shoujo Across Media: Exploring "Girl" Practices in Contemporary Japan*. Cham: Palgrave Mcmillan.
- Bosseaux, C (2015). *Dubbing, Film and Performance: Uncanny Encounters*. Bern: Peter Lang.
- Budianto, F. (2015). Anime, cool japan, dan globalisasi budaya populer jepang. *Jurnal Kajian Wilayah*, 6(2), 179-185
- Ciampa, R., Moore, T., Carucci, J., Muller, S., & Wescott, A. (2015). *YouTube Channels For Dummies*. Hoboken: Wiley
- Coananda, E. (2019, October 15). *Wawancara terhadap Expert User*. Wawancara pribadi.
- Giesen, R., & Khan, A. (2018). *Acting and Character Animation: The Art of Animated Films, and Visualizing*. Boca Raton: CRC Press.
- Green, J. (2014). *How to Rank in YouTube: How to Get More Views on YouTube*. Retrieved from <http://pdfdrive.com/how-to-rank-in-youtube-how-to-get-more-views-on-youtube>
- Jamaludin, F. (2017, November 10). *50 Juta Orang Indonesia tiap Hari Mengakses YouTube*. October 10, 2019. <https://www.google.com/amp/s/amp/m.merdeka.com/amp/teknologi/50-juta-orang-indonesia-tiap-hari-mengakses-youtube.html>

- Kang, S.H., Feng, A.W., Leuski, A., Casas, D. & Shapiro, A. (2015). The effect of an animated virtual character on mobile chat interactions. *Proceedings of the 3rd International Conference on Human-Agent Interaction* (pp. 105-112). ACM.
- Leonardo, A. (2019, October 17). *Wawancara terhadap Extreme User*. Wawancara pribadi.
- Mamat, R., Rashid, R.A., Rahim, N.A., & Halim, H.A. (2014). Imej karakter animasi Jepun (Anime) dalam kalangan remaja di selangor. *Sains Humanika*, 67(1), 39-43
- Nugraha, P.A. (2017). Anime sebagai budaya populer (studi pada komunitas anime di Yogyakarta). *E-Societas*, 6(3)
- Oricho, S. (2019). *メルヘンでかわいい女の子の衣装デザインカタログ*. Tokyo: 玄光社
- Pan, X., Gillies, M., & Slater, M. (2015). Virtual character personality influences participant attitudes and behavior-an interview with a virtual human character about her social anxiety. *Frontiers in Robotics and AI*, 2, 1
- Pramana, A.. (2019, October 15). *Wawancara terhadap Expert User*. Wawancara pribadi.
- Putri, D.. (2019, October 15). *Wawancara terhadap Extreme User*. Wawancara pribadi.
- Setyorini, D. (2019, October 15). *Wawancara terhadap Expert User*. Wawancara pribadi.
- Sousa, A. M. (2016). Beauty is in the eye of the “produser”: Japan’s virtual idol Hatsune Miku from software, to network, to stageusa. *Post-screen: intermittence + Interference*, 117-128.
- Yusuf, O. (2018, April 23). *Ini Video Pertama yang Diunggah ke YouTube, Tepat 13 Tahun Lalu*. October 10, 2019. <https://www.google.com/amp/s/amp/amp.kompas.com/tekno/read/ini-video-pertama-yang-diunggah-ke-youtube-tepat-13-tahun-lalu>