

# PERANCANGAN DESAIN KARAKTER DAN ASSET ANIMASI LIVE2D UNTUK VIDEO MUSIK *ORIGINAL SONG KATAOMOI NO SMILE* OLEH PIRROU SOPHIE

Sae Riskina Syampuri YZ, Andreas Syah Pahlevi\*

Seni dan Desain Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang,  
Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Corresponding author: andreas.syah.fs@um.ac.id

DOI: 10.17977/um064v4i122024p1277-1294

## Kata kunci

VTuber  
Pirrou Sophie  
original song  
Animasi Live2D  
musik ilustrasi

## Abstrak

Pirrou Sophie, seorang VTuber asal Indonesia, meluncurkan lagu orisinal pertamanya yang berjudul "Kataomoi no Smile" pada tahun 2023. Lagu ini menggambarkan perasaan terpendam seorang gadis yang dilatari melodi ceria khas lagu idol Jepang, memberikan sentuhan emosional yang kuat melalui lirik yang menggugah hati. Dengan tujuan menyampaikan cerita dari lagu tersebut secara lebih visual, Pirrou Sophie memilih video musik sebagai media promosinya. Video musik ini dibuat menggunakan teknik animasi *Live2D*, yang memungkinkan ilustrasi 2D bergerak seolah-olah memiliki dimensi 3D. Teknik ini menjadi pilihan karena kemampuannya untuk memberikan nuansa dinamis pada karakter yang digambarkan, sehingga semakin memperkuat perasaan dan pesan yang ingin disampaikan oleh lagu. Desain karakter dan asset animasi Live2D terinspirasi dari gaya anime/manga Jepang, yang tidak hanya memberikan kesan otentik pada penggemar genre tersebut, tetapi juga menciptakan karakteristik yang mendalam yang selaras dengan cerita dalam lagu. Untuk mendukung pengalaman visual yang lebih imersif, video musik ini juga dilengkapi dengan elemen-elemen tambahan seperti latar belakang dan ilustrasi pendukung lainnya yang memperkaya suasana cerita. Latar belakang yang dirancang dengan cermat berfungsi untuk memperkuat tema dari lagu dan menciptakan atmosfer yang sesuai dengan perasaan terpendam yang diungkapkan oleh sang protagonis. Sebagai sarana promosi, video musik ini tidak hanya dimaksudkan untuk mengenalkan lagu "Kataomoi no Smile" kepada publik, tetapi juga diharapkan dapat menarik minat penggemar baru serta memperkuat loyalitas penggemar lama. Kehadiran video musik ini memberikan dimensi visual yang memperkaya pengalaman mendengarkan, serta menjadi platform yang memperlihatkan kreativitas Pirrou Sophie sebagai seorang VTuber yang tidak hanya berbakat dalam bernyanyi, tetapi juga dalam merancang pengalaman visual yang unik dan menarik.

## 1. Pendahuluan

Maraknya minat penggemar budaya Jepang di Indonesia terhadap animasi, game, dan berbagai macam hobi dari Jepang telah mendorong perkembangan pesat dalam industri kreatif, khususnya di bidang hiburan digital. Minat yang tinggi ini mendorong lahirnya berbagai bentuk media yang mempermudah pengenalan budaya Jepang ke penjuru dunia. Beberapa media yang digunakan antara lain manga, yang merupakan komik Jepang dengan berbagai genre dan cerita yang menarik, serta serial animasi (anime) yang menghadirkan kisah-kisah unik dan karakter-karakter yang menarik. Selain itu, Jepang juga dikenal dengan beragam media menarik lainnya, seperti video game, musik, dan bahkan peragaan busana yang menggabungkan unsur budaya tradisional dan modern (Saito, 2023).

Seiring dengan perkembangan ini, muncul fenomena baru dalam dunia hiburan digital, yaitu Virtual YouTuber atau VTuber. VTuber adalah entertainer virtual yang menggunakan platform YouTube untuk berinteraksi dengan penggemarnya melalui avatar digital. Fenomena ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 2016 oleh Kizuna Ai, yang menjadi salah satu pionir VTuber di Jepang. Kizuna Ai mengubah cara berinteraksi dengan penggemar dengan menghadirkan avatar virtual yang mewakili dirinya, sehingga penggemar dapat merasakan pengalaman interaksi yang lebih imersif dan menarik. Sejak saat itu, VTuber berkembang pesat, baik di Jepang maupun di luar Jepang, termasuk Indonesia (Kizuna Ai, 2020). Para VTuber menawarkan berbagai macam konten, mulai dari streaming game, karaoke, cover song, hingga membuat konten kreatif seperti live cooking, kerajinan tangan, live painting, hingga menciptakan lagu orisinal.

Di Indonesia, VTuber semakin diminati oleh penggemar yang terkesan dengan desain karakter yang menarik dengan gaya khas anime Jepang dan karakter yang unik. Tidak hanya tampil sebagai entertainer virtual, VTuber juga memanfaatkan YouTube sebagai sarana utama untuk berkomunikasi dan mempromosikan diri mereka. Salah satu cara yang sangat efektif untuk mempromosikan lagu, baik itu cover song atau original song, adalah melalui video musik. Video musik menjadi sarana promosi yang sangat populer di kalangan VTuber karena selain bisa menampilkan lagu dengan cara yang menarik, video musik juga dapat menambah elemen visual yang memperkaya pengalaman pendengar. Penelitian terbaru oleh Wibowo dan Santosa (2024) menunjukkan bahwa video musik berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menciptakan identitas visual yang kuat bagi musisi virtual, yang pada gilirannya membantu menarik audiens baru dan meningkatkan visibilitas.

Salah satu VTuber yang baru-baru ini merilis lagu orisinal pertama adalah Pirrou Sophie, yang meluncurkan lagu berjudul "Kataomoi no Smile," yang berarti "senyuman cinta yang tak terbalas." Lagu ini menceritakan perasaan terpendam seorang gadis yang disertai dengan melodi ceria khas lagu Idol Jepang. Untuk mendukung cerita dan pesan dari lagu ini, Pirrou Sophie menggunakan video musik sebagai sarana promosinya. Video musik ini tidak hanya menjadi alat untuk mengenalkan lagu kepada penggemar, tetapi juga sebagai sarana visual yang dapat menarik perhatian lebih banyak penonton, sekaligus meningkatkan loyalitas penggemar yang sudah ada.

Penelitian tentang perancangan desain karakter yang dilakukan oleh Yulianti (2021), Sumarli dan Kurnianto (2018), Ar Rohman et al. (2022), Hartanto et al. (2023), serta Thifala et al. (2021) memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini yang berjudul Perancangan Desain Karakter dan Asset Animasi Live2D untuk Video Musik Original Song "Kataomoi no Smile" oleh Pirrou Sophie. Persamaannya terletak pada penggunaan desain karakter untuk menyampaikan pesan atau cerita tertentu. Seperti penelitian Yulianti yang mengintegrasikan budaya lokal Flores dalam desain karakter, dan Sumarli serta Kurnianto yang menggunakan kuliner khas Tionghoa, penelitian ini juga mengadopsi elemen budaya, meskipun dengan fokus pada budaya visual anime/manga Jepang untuk menciptakan karakter yang sesuai dengan tema lagu "Kataomoi no Smile". Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada pembuatan asset animasi untuk mendukung media visual, serupa dengan upaya Ar Rohman et al. (2022) dalam merancang karakter 3D dalam game. Namun, perbedaan utama terletak pada penerapan teknologi animasi Live2D yang digunakan dalam video musik untuk memberikan efek animasi 3D dari ilustrasi 2D, yang belum dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Berbeda dengan karakter yang dikembangkan dalam game atau animasi edukasi seperti yang dilakukan oleh Thifala et al. (2021) dan Hartanto et al. (2023), fokus penelitian ini adalah pada karakter

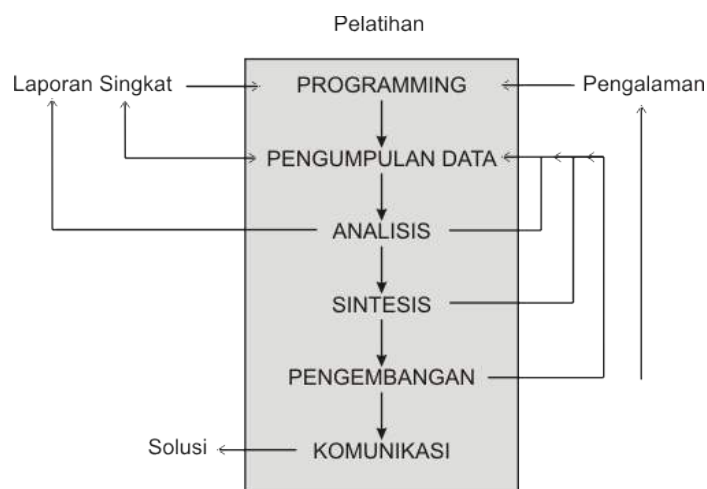
untuk video musik yang bertujuan untuk menarik penggemar baru dan meningkatkan loyalitas penggemar, menggunakan media musik sebagai sarana utama promosi dan hiburan.

Penelitian ini memberikan manfaat signifikan dalam pengembangan dunia hiburan digital dan desain animasi, khususnya dalam konteks penerapan teknologi animasi Live2D. Salah satu kontribusi utama adalah pengembangan desain karakter virtual yang mengadopsi elemen budaya visual anime Jepang, yang sesuai dengan preferensi audiens global, terutama penggemar budaya Jepang di Indonesia. Penelitian ini juga memperkenalkan penerapan teknologi animasi Live2D untuk memberikan efek animasi 3D pada karakter 2D, menciptakan pengalaman visual yang dinamis dan menarik. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan baru dalam penggunaan video musik sebagai sarana promosi efektif bagi musisi virtual seperti VTuber, di mana karakter animasi dapat berinteraksi dengan audiens dan meningkatkan daya tarik serta loyalitas penggemar. Penelitian ini juga membuka peluang bagi para kreator konten untuk lebih memahami cara memanfaatkan teknologi terbaru dalam pembuatan karakter virtual dan animasi, serta meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten digital. Dengan kontribusinya terhadap industri hiburan digital, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan industri musik dan hiburan virtual yang terus berkembang pesat, memberikan panduan praktis bagi kreator konten dalam mengoptimalkan teknologi animasi untuk karya-karya mereka.

## 2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif studi pustaka. Metode kualitatif memiliki sifat deskriptif, yang berarti berfokus pada penyusunan deskripsi mendalam mengenai topik yang diteliti, berdasarkan riset dan pengumpulan data dari sumber-sumber yang valid. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara menyeluruh dan mendalam, sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengembangan desain karakter dan animasi. Metode perancangan ini mengikuti tahapan-tahapan struktural untuk menghasilkan produk yang diharapkan.

Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui studi pustaka dan observasi berperan penting dalam menciptakan desain yang sesuai dengan tema dan pesan lagu.



Gambar 1. Struktur model perancangan Bruce Archer

Model perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model perancangan dari Bruce Archer. Tahap pertama dalam perancangan ini adalah penetapan isu utama, yaitu penciptaan video musik yang dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh lagu "Kataomoi no Smile" yang dinyanyikan oleh Pirrou Sophie. Untuk itu, teknik animasi Live2D digunakan sebagai alat untuk mewujudkan ekspresi visual, menggabungkan berbagai gaya ilustrasi seperti anime Jepang dan chibi.

Untuk menghasilkan desain karakter dan aset animasi Live2D yang berkualitas, diperlukan data yang akurat dan lengkap. Data tersebut dikumpulkan setelah isu utama perancangan ditetapkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan pendekatan studi pustaka dan observasi. Data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua jenis: data verbal dan data visual. Data verbal digunakan untuk memahami konsep dan ide perancangan, sementara data visual digunakan untuk menggambarkan desain karakter dan aset animasi yang akan dibuat.

Proses desain karakter dimulai dengan mempelajari sumber data mengenai karakter, lirik lagu, serta konsep storyboard untuk video musik. Setelah desain karakter selesai, tahapan berikutnya adalah implementasi desain tersebut dalam bentuk aset animasi Live2D. Proses ini melibatkan pemisahan layer pada ilustrasi yang telah dibuat agar ilustrasi tersebut dapat dianimasikan menggunakan teknik animasi Live2D.

Untuk menambah kedalaman dan relevansi penelitian, penelitian terkini seperti yang dilakukan oleh Yulianti (2021), Sumarli & Kurnianto (2018), serta Hartanto et al. (2023) dapat memberikan perspektif baru dalam penerapan desain karakter berbasis budaya dan teknologi animasi digital.

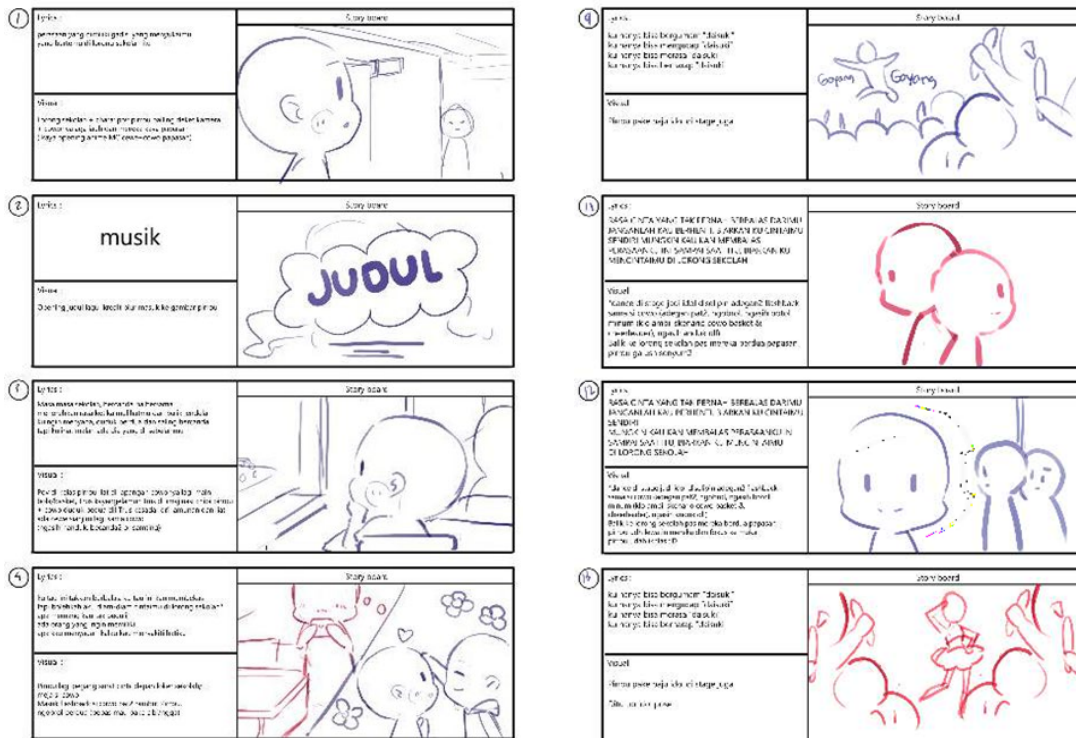
### **3. Hasil dan Pembahasan**

Proses pembuatan desain karakter dan aset animasi Live2D untuk video musik original song "Kataomoi no Smile" Pirrou Sophie dilakukan dengan mengikuti tahapan perancangan berdasarkan model perancangan Bruce Archer, yang dikenal dengan pendekatan sistematis dan bertahap. Model ini mencakup beberapa fase penting yang saling terhubung, dimulai dengan tahap perencanaan dan penelitian untuk memahami konsep karakter dan tema musik yang akan divisualisasikan (Archer, 1965). Pada fase awal, tim kreatif mengumpulkan referensi visual dan mendalami karakter Pirrou Sophie, termasuk elemen-elemen yang ingin ditonjolkan dalam desain, seperti ekspresi wajah dan gerakan tubuh yang mencerminkan nuansa lagu. Dalam hal ini, pemahaman yang mendalam tentang tema dan karakter penting untuk menciptakan visual yang resonan dengan pesan lagu (Mayer, 2009).

Tahap berikutnya adalah fase sketsa dan pengembangan desain karakter. Dalam tahap ini, tim menggambar konsep awal karakter dengan mempertimbangkan elemen desain yang akan digunakan dalam animasi Live2D. Setiap aspek karakter, mulai dari bentuk tubuh, pakaian, hingga ekspresi wajah, dirancang secara mendetail untuk memastikan karakter tetap konsisten dengan citra yang ingin disampaikan (Davis, 2014). Proses ini juga melibatkan pemilihan palet warna dan gaya visual yang sesuai dengan atmosfer lagu "Kataomoi no Smile" (Miller, 2016).

Setelah desain karakter selesai, tahap selanjutnya adalah pembuatan aset untuk animasi menggunakan perangkat lunak Live2D. Pada fase ini, karakter yang telah dirancang dibagi menjadi bagian-bagian yang dapat dianimasikan, seperti kepala, tangan, tubuh, dan ekspresi wajah. Setiap bagian diatur dalam lapisan-lapisan terpisah untuk memungkinkan pergerakan yang halus dan alami. Proses rigging dilakukan dengan menyusun struktur animasi,

memungkinkan karakter bergerak secara dinamis sesuai dengan kebutuhan lagu dan narasi yang diinginkan (Hughes, 2020).



Gambar 2. Storyboard

Pada fase produksi, karakter yang telah dianimasikan kemudian diintegrasikan ke dalam video musik. Di sini, aspek visual dan audio saling bersinergi untuk menciptakan pengalaman yang imersif bagi penonton (Liu, 2018). Tim juga memastikan bahwa animasi bergerak secara sinkron dengan irama musik, meningkatkan ekspresi emosi yang ingin ditunjukkan dalam lagu. Proses ini mencakup pengeditan dan penyempurnaan untuk memastikan transisi antara gerakan karakter dan musik berjalan lancar, dengan mempertimbangkan timing yang tepat (Jones, 2017).

Akhirnya, evaluasi dan revisi dilakukan untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan visi kreatif yang telah ditetapkan sebelumnya. Setiap elemen desain dan animasi diperiksa untuk memastikan kualitas visual dan keselarasan dengan pesan yang ingin disampaikan melalui lagu. Dengan mengikuti tahapan perancangan dari Bruce Archer, tim dapat menghasilkan desain karakter dan animasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mendukung narasi musik dan memperkaya pengalaman audiens.

### 3.1. Programming

Programming merupakan tahapan awal pada model perancangan Bruce Archer, yang dimana pada tahapan ini desainer menetapkan latar belakang masalah atau isu utama yang ingin diangkat serta menentukan misi dan tujuan dalam perancangan yang akan dibuat (Archer, 1965). Penetapan isu utama dalam perancangan "*Desain Karakter dan Aset Animasi Live2D untuk Video Musik Original Song Kataomoi no Smile - Pirrou Sophie*" adalah untuk menciptakan video musik yang mampu mengekspresikan pesan yang ingin disampaikan oleh lagu, dengan memanfaatkan teknik animasi Live2D yang menggabungkan beberapa gaya ilustrasi, seperti gaya anime Jepang dan chibi. Dengan pendekatan ini, diharapkan video musik dapat menggambarkan emosi dan dinamika lagu secara visual (Mayer, 2009).

### 3.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan. Metode pengumpulan data dilakukan secara kualitatif, menggunakan studi pustaka dan observasi, untuk menghasilkan karya yang relevan dan informatif (Creswell, 2014). Pengumpulan data dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu data verbal dan data visual.

#### 3.2.1. Data Verbal

Data verbal adalah informasi yang digunakan untuk mendukung perancangan "*Desain Karakter dan Aset Animasi Live2D untuk Video Musik Original Song 'Kataomoi no Smile' - Pirrou Sophie*". Dalam hal ini, data verbal diambil dengan mempelajari proses pembuatan desain karakter dan pembuatan animasi Live2D sebagai referensi penting yang dibutuhkan dalam perancangan. Literatur terkait dengan teknik desain karakter, animasi digital, dan teori animasi menjadi sumber utama untuk mendalami aspek teknis dan estetika dari perancangan ini (Baker, 2015).

#### 3.2.2. Data Visual

Data visual berfokus pada studi desain karakter dan gaya ilustrasi yang akan digunakan dalam perancangan. Pengumpulan data visual dilakukan dengan mengumpulkan referensi terkait desain karakter Pirrou Sophie serta elemen-elemen visual lain yang dapat memperkaya tampilan animasi. Referensi ini mencakup gaya ilustrasi yang cocok dengan tema lagu dan karakteristik visual yang diinginkan untuk mewujudkan tampilan yang imersif dan menarik (Davis, 2014).

### 3.3. Analisis

Analisis data adalah proses pengolahan data yang telah diperoleh selama tahap pengumpulan. Data yang terkumpul kemudian diorganisasi dan dikelompokkan dalam pola-pola tertentu, berdasarkan kategori dan satuan uraian yang relevan, untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul (Moleong, 2002). Analisis ini bertujuan untuk menyusun kerangka kerja yang jelas mengenai apa yang perlu diperbaiki atau ditambahkan dalam desain dan animasi karakter. Berdasarkan analisis ini, tim perancang dapat merumuskan hipotesis kerja yang akan menjadi pedoman dalam langkah-langkah selanjutnya.

### 3.4. Sintesis

Sintesis dalam konteks perancangan ini merujuk pada penggabungan berbagai ide, data, dan informasi yang telah dikumpulkan untuk menciptakan sebuah kesatuan yang selaras. Fase sintesis ini bertujuan untuk mengintegrasikan hasil analisis dengan ide desain yang telah berkembang, untuk memutuskan konsep akhir yang akan diterapkan pada desain karakter dan animasi. Sintesis juga melibatkan penggabungan ide-ide kreatif dari tim perancang dengan data yang telah dianalisis, guna menciptakan karakter dan visual yang harmonis dengan narasi lagu (Hughes, 2020).

### 3.5. Pengembangan

Tahap pengembangan atau *development* adalah fase lanjutan setelah sintesis, dimana hasil analisis dan sintesis diterapkan lebih mendalam. Data yang telah dikumpulkan dipaparkan kembali dengan lebih detail, dan perancangan desain karakter serta pembuatan aset animasi Live2D dijelaskan secara komprehensif (Liu, 2018). Pada tahap ini, pembuatan storyboard untuk video musik dimulai, dengan dasar lirik sementara dari lagu dan bantuan dari Pirrou Sophie dalam mendeskripsikan visualisasi setiap *scene*. Storyboard ini menjadi referensi utama dalam membuat ilustrasi serta aset animasi Live2D untuk setiap *scene* dalam lagu, yang kemudian akan menghasilkan video musik yang sinkron dan dinamis.

### 3.6. Komunikasi

Proses komunikasi bertujuan untuk mengumpulkan dokumen atau kebutuhan manufaktur. Dalam KBBI manufaktur memiliki artian membuat atau menghasilkan dengan tangan atau mesin. Pada perancangan ini, media komunikasi dibagi menjadi tiga yaitu:

#### 3.6.1. Desain Karakter

Pada proses ini, desain karakter dibuat dengan mengacu pada data serta referensi yang telah dikumpulkan sebelumnya, yang mencakup berbagai elemen visual yang relevan, seperti gaya ilustrasi, warna, dan elemen desain lainnya yang sesuai dengan konsep visual lagu. Selain itu, lirik lagu sementara juga menjadi acuan utama dalam proses pembuatan desain karakter. Lirik ini tidak hanya memberikan panduan dalam menggambarkan ekspresi karakter, tetapi juga mempengaruhi pemilihan elemen visual seperti pakaian, aksesoris, dan detail lainnya yang dapat menggambarkan suasana hati, tema, dan cerita dalam lagu tersebut.

Desainer karakter mulai dengan menganalisis lirik lagu dan mencocokkannya dengan konsep visual yang ingin dicapai. Setiap baris atau bahkan kata-kata tertentu dalam lirik dapat mempengaruhi mood dan ekspresi karakter yang akan digambarkan. Misalnya, jika lirik lagu menyampaikan perasaan cinta atau kebahagiaan, desain karakter mungkin akan menampilkan ekspresi wajah ceria, dengan warna-warna cerah dan gaya yang lebih ringan. Sebaliknya, jika lagu berfokus pada tema kesedihan atau perpisahan, desain karakter mungkin akan lebih gelap dengan ekspresi wajah yang lebih emosional, disertai dengan palet warna yang lebih kalem atau suram.

Proses desain karakter ini juga melibatkan pemilihan gaya ilustrasi yang tepat untuk menciptakan hubungan yang kuat antara visual dan musik. Dalam hal ini, referensi visual yang telah dikumpulkan sebelumnya, seperti karakteristik desain anime Jepang atau chibi, digunakan untuk memastikan bahwa karakter yang diciptakan dapat berkomunikasi dengan audiens secara langsung. Pemilihan gaya ini juga mempertimbangkan audiens target dan gaya estetika yang diinginkan oleh pembuat video musik.



**Gambar 3. Desain karakter dalam bentuk Chibi**

Lebih lanjut, desainer karakter juga mempertimbangkan faktor teknis yang penting, seperti kemampuan untuk mengubah desain karakter menjadi asset animasi Live2D yang dapat dianimasikan dengan baik. Desain karakter harus cukup fleksibel agar dapat dipisahkan menjadi layer-layer terpisah yang memungkinkan gerakan yang lebih halus dan dinamis pada saat animasi. Setiap bagian tubuh, ekspresi wajah, dan elemen visual lainnya harus disiapkan sedemikian rupa agar dapat dianimasikan dengan lancar sesuai dengan ritme musik dan emosi yang ingin disampaikan dalam video.

Proses pembuatan desain karakter ini membutuhkan kolaborasi yang erat antara desainer visual dan tim produksi lainnya, termasuk animator dan pengarah seni, untuk memastikan bahwa desain akhir sesuai dengan visi artistik video musik dan dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan melalui lagu tersebut.



**Gambar 4. Desain karakter Pirrou Sophie Versi Idol**



**Gambar 5. Sketsa scene video musik (pertemuan awal)**



**Gambar 6. Sketsa scene video musik (melihat keluar jendela)**



**Gambar 7. Sketsa scene video musik (menyapa)**



**Gambar 8. Sketsa scene video musik (surat cinta)**



**Gambar 9. Sketsa scene video musik (Chibi)**



**Gambar 10. Sketsa scene video musik (3 full body idol pose)**



Gambar 11. Sketsa *scene* video musik (sepak bola)



Gambar 12. Sketsa *scene* video musik (malu-malu)



Gambar 13. Sketsa *scene* video musik (close up idol)



Gambar 14. Sketsa *scene* video musik (Chibi berdua)

5.12



Gambar 15. Sketsa *scene* video musik (patah hati)

### 3.6.2. Implementation

Setelah proses desain karakter selesai, tahap berikutnya adalah implementasi dari desain karakter tersebut dalam bentuk aset animasi Live2D. Pada fase ini, ilustrasi karakter yang telah dirancang dipersiapkan untuk dianimasikan dengan melakukan pemisahan layer. Pemisahan layer ini merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa setiap bagian dari karakter, seperti kepala, tubuh, tangan, dan ekspresi wajah, dapat bergerak secara independen dalam animasi. Setiap elemen visual yang telah digambar sebelumnya akan dipisahkan dan diatur dalam layer-layer terpisah sehingga memungkinkan kontrol yang lebih fleksibel saat animasi diterapkan. Proses ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak animasi khusus seperti Live2D Cubism, yang memungkinkan para desainer untuk mengubah ilustrasi statis menjadi model 3D yang dapat dianimasikan dalam dua dimensi (Fujiwara & Kato, 2017).



Gambar 16. Tahapan pembuatan asset animasi Live2D



Gambar 17. Asset Animasi Live2D (*Scene Surat Cinta*)



Gambar 18. Asset Animasi Live2D (*Scene Sepak Bola*)



Gambar 19. Asset Animasi Live2D (*Scene Malu-Malu*)

Pemisahan layer ini tidak hanya mencakup bagian visual dari karakter, tetapi juga memperhatikan aspek teknis, seperti struktur tulang dan rigging animasi. Rigging adalah proses di mana desainer menambahkan kerangka tulang pada setiap bagian karakter, sehingga setiap bagian dapat digerakkan dengan cara yang realistis dan dinamis. Dengan sistem rigging yang tepat, animasi yang dihasilkan akan tampak halus dan menyatu dengan musik, menciptakan pengalaman visual yang mendalam bagi penonton (Mayer, 2009). Selanjutnya, setiap bagian karakter yang telah dipisahkan dalam layer akan diprogram untuk bergerak sesuai dengan interaksi dengan musik dan gerakan yang dibutuhkan di setiap scene video musik. Proses ini membutuhkan kolaborasi antara desainer grafis, animator, dan pengarah seni untuk memastikan bahwa hasil akhir animasi mendukung visualisasi lagu yang ingin disampaikan.

Pada tahap implementasi ini, pengujian dilakukan untuk memastikan setiap elemen animasi bekerja dengan baik dan sinkron dengan elemen audio dari lagu. Pengujian animasi meliputi pemeriksaan timing dan transisi gerakan karakter untuk memastikan bahwa animasi berjalan lancar dan tidak terputus-putus. Implementasi yang baik dari animasi Live2D juga memperhatikan aspek emosi dan ekspresi wajah karakter, yang memainkan peran penting dalam menyampaikan perasaan yang terkandung dalam lagu (Jones, 2017). Dengan menggunakan animasi Live2D, karakter dalam video musik "Kataomoi no Smile" dapat lebih hidup dan berinteraksi dengan penonton, menciptakan pengalaman yang lebih imersif dan menyentuh.



**Gambar 20. Asset Animasi Live2D (Scene Idol Close Up)**



**Gambar 21. Asset Animasi Live2D (Scene Idol Full Body)**



**Gambar 22. Background**

Setelah aset Live2D selesai dipersiapkan, tahap selanjutnya adalah proses pengolahan oleh animator, di mana aset tersebut diubah menjadi animasi yang dinamis dan menarik. Proses ini melibatkan pemberian gerakan pada setiap elemen yang telah dipisahkan dalam layer, menggunakan teknik animasi berbasis keyframes dan interpolasi, yang memungkinkan pergerakan karakter dalam berbagai pose dan ekspresi. Animator bertugas untuk menyesuaikan gerakan karakter dengan ritme musik serta suasana emosional yang ingin disampaikan dalam video musik. Selain itu, animator harus mempertimbangkan aspek teknis seperti timing gerakan, transisi antar frame, serta integrasi gerakan karakter dengan latar belakang dan elemen visual lainnya untuk menciptakan pengalaman visual yang konsisten dan mengesankan (Nakamura, 2016).

Selama tahap ini, animator bekerja sama dengan pengarah seni dan desainer untuk memastikan animasi sesuai dengan visi artistik keseluruhan. Mereka juga melakukan fine-tuning untuk memastikan ekspresi wajah dan gerakan tubuh karakter sinkron dengan lirik lagu, agar pesan dari lagu bisa tersampaikan dengan jelas melalui visual. Animasi Live2D memiliki keunggulan dalam memungkinkan gerakan karakter yang lebih halus dan realistis, yang menjadikannya pilihan ideal untuk video musik yang membutuhkan visual yang penuh ekspresi dan kehidupan (Lee & Lee, 2018).

Setelah animasi selesai, data animasi tersebut dikumpulkan dan dipersiapkan untuk tahap berikutnya. Pada tahapan ini, animasi yang telah selesai diintegrasikan dengan elemen-elemen lain seperti latar belakang, efek suara, dan elemen grafis tambahan. Proses berikutnya adalah rendering, yaitu tahap di mana seluruh aset animasi Live2D digabungkan dan diproses oleh editor video menjadi satu kesatuan video musik yang utuh. Editor video bekerja dengan menggunakan perangkat lunak pengeditan video untuk menambahkan elemen-elemen lain yang mendukung, seperti efek transisi, penyesuaian warna, pencahayaan, dan penataan audio. Rendering adalah tahap penting yang memastikan semua elemen animasi, suara, dan efek visual dapat bersatu dengan mulus, menghasilkan video musik yang memukau dan sesuai dengan harapan.



**Gambar 23. Hasil akhir video (scene judul lagu)**



**Gambar 24. Hasil akhir video (scene pertemuan awal)**



**Gambar 25. Hasil akhir video (scene melihat keluar jendela)**



**Gambar 26. Hasil akhir video (scene surat cinta)**



**Gambar 27. Hasil akhir video (scene idol full body)**



**Gambar 28. Hasil akhir video (scene idol full body 2)**



**Gambar 29. Hasil akhir video (scene idol close up)**



**Gambar 30. Hasil akhir video (scene sepak bola)**



Gambar 31. Hasil akhir video (*scene mengkhayal*)



Gambar 32. Hasil akhir video (*scene idol reff 2*)



Gambar 33. Hasil akhir video (*scene berpapasan*)



Gambar 34. Hasil akhir video (*scene patah hati*)

Pada tahap rendering ini, waktu dan kualitas sangat penting. Proses rendering membutuhkan komputasi yang intensif, terutama ketika video musik memiliki banyak elemen dinamis yang harus diproses secara bersamaan. Editor video harus memastikan bahwa kualitas video tetap optimal tanpa mengorbankan detail visual dan suara, sehingga penonton dapat menikmati pengalaman menonton yang tak terganggu oleh masalah teknis seperti lag atau pemrosesan yang lambat (Harris, 2019).

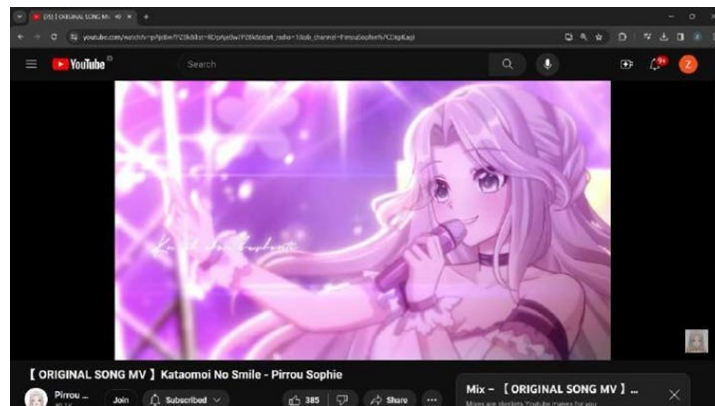
### 3.6.3. Publikasi

Dalam tahap publikasi, hasil pengkaryaan, yaitu video musik original song “Kataomoi no Smile”, siap untuk diperkenalkan kepada publik. Video musik ini diunggah pada platform YouTube sebagai media promosi utama karena YouTube merupakan salah satu platform digital yang paling efektif dalam menjangkau audiens global. Dengan memanfaatkan platform ini, video musik dapat diakses dengan mudah oleh para penggemar, yang tidak hanya terbatas pada satu wilayah, tetapi juga secara internasional. Selain itu, YouTube menyediakan fitur-fitur seperti komentar dan berbagi yang memungkinkan interaksi langsung antara artis dan penonton, menciptakan komunitas penggemar yang lebih kuat dan loyal.

Namun, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas, selain YouTube, strategi promosi juga melibatkan penggunaan media digital lainnya, seperti media sosial (Instagram, Twitter, Facebook, TikTok), yang memungkinkan artis dan tim kreatif untuk membangun narasi visual dan cerita yang lebih personal di balik lagu serta video musik tersebut. Penggunaan media sosial juga memungkinkan penggemar untuk ikut berpartisipasi dalam kampanye promosi dengan membagikan konten, membuat tantangan (challenges), atau

menggunakan hashtag tertentu, yang dapat menciptakan buzz dan menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Selain promosi digital, sebagai bagian dari strategi pemasaran yang lebih holistik, berbagai bentuk media promosi fisik juga dibuat. Salah satunya adalah CD yang berisi lagu "Kataomoi no Smile" beserta track tambahan atau versi akustik, yang dapat dijual baik melalui situs web resmi maupun pada acara atau konser terkait. CD ini tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi musik, tetapi juga sebagai barang koleksi yang meningkatkan pengalaman penggemar dalam menikmati musik.



**Gambar 35. Video YouTube sebagai media promosi utama**



**Gambar 36. Ilustrasi Merchandise**

Selain itu, untuk mendukung promosi lagu, berbagai jenis merchandise seperti kaos, poster, pin, atau aksesoris lainnya juga diproduksi. Merchandise ini tidak hanya sebagai sumber pendapatan tambahan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun identitas merek dari artis Pirrou Sophie. Dengan desain yang menarik dan relevan dengan tema lagu dan video musik, merchandise ini diharapkan dapat menarik perhatian penggemar untuk membeli dan

mengemukannya, sekaligus memperkenalkan lagu "Kataomoi no Smile" ke khalayak yang lebih luas melalui cara yang lebih informal dan kasual.



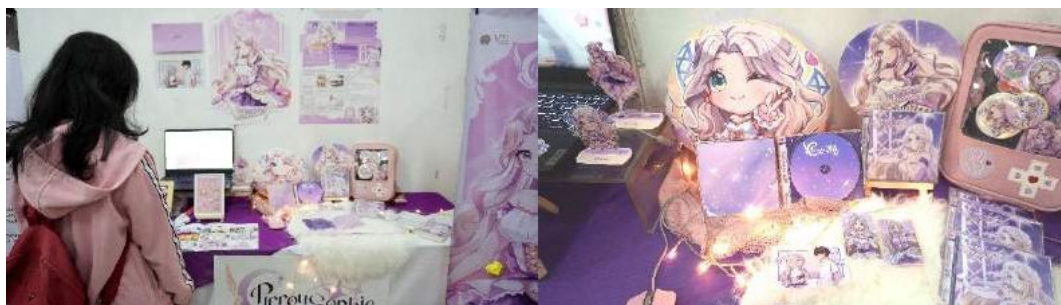
**Gambar 37. Ilustrasi Merchandise versi Chibi**



**Gambar 38. Mockup Merchandise Media Promosi Pendukung**

Melalui kombinasi antara media promosi digital dan fisik, serta pengelolaan yang efektif dari berbagai saluran distribusi ini, diharapkan lagu "Kataomoi no Smile" dapat mencapai

audiens yang lebih besar, meningkatkan engagement, serta menciptakan dampak yang lebih signifikan dalam industri musik.



**Gambar 39. Dokumentasi pameran**

Hasil cetak dari merchandise yang telah dihasilkan, bersama dengan media promosi utama, dipresentasikan melalui kegiatan pameran Umakarta batch 7 yang digelar pada tanggal 14 hingga 17 November 2023 di lantai 2 gedung D18 Fakultas Sastra. Pameran ini menjadi ajang penting untuk memperkenalkan karya tersebut kepada khalayak yang lebih luas, termasuk para mahasiswa, dosen, dan pengunjung lainnya. Selama pameran, berbagai jenis merchandise yang terkait dengan lagu "Kataomoi no Smile" dipamerkan, seperti CD fisik, poster, serta produk-produk lainnya yang menggambarkan karakter desain dan tema visual dari video musik. Selain itu, video musik yang diunggah pada platform YouTube juga diputar sebagai bagian dari presentasi, memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung mengenai bagaimana animasi Live2D dan desain karakter digunakan dalam mendukung ekspresi lagu. Kegiatan pameran ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai kesempatan untuk mendapatkan feedback langsung dari pengunjung, yang dapat digunakan untuk evaluasi lebih lanjut dalam pengembangan produk dan promosi lagu di masa depan..

#### **4. Simpulan**

Dalam perancangan desain karakter dan aset animasi Live2D untuk video musik "Kataomoi no Smile," penting untuk terus mengembangkan teknik animasi dan desain karakter yang lebih inovatif guna menjaga kesegaran visual yang dapat menarik perhatian audiens. Disarankan untuk memperdalam eksperimen dengan berbagai teknik animasi interaktif, mengingat potensi animasi Live2D untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, terutama pada platform digital yang semakin berkembang. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap penerimaan audiens terhadap karakter dan gaya visual yang digunakan, baik dari segi desain maupun animasi, untuk memastikan pesan dari lagu dapat tersampaikan dengan efektif. Penambahan variasi gaya ilustrasi, seperti penggabungan dengan elemen-elemen tradisional atau budaya lokal, juga dapat memperkaya karya ini dan membuatnya lebih relevan di pasar global. Terakhir, memperluas promosi melalui berbagai platform media sosial dan kolaborasi dengan influencer atau penggemar dapat mempercepat penyebaran karya ini dan meningkatkan jangkauannya secara signifikan.

#### **Daftar Rujukan**

- Ar Rohman, M. N. A., Samodra, J., & Sutrisno, A. (2022). Desain karakter 3D game Anoman Obong untuk remaja menggunakan Unity render toon shading. *Journal of Language Literature and Arts*, 2(2), 151-167. <https://doi.org/10.17977/um064v2i22022p151-167>
- Archer, B. (1965). Systematic method for designers. *Design Studies*, 4(4), 224-233.
- Baker, M. (2015). *Animation fundamentals: Character design and rigging for animation*. Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.

- Davis, J. (2014). *The art of character design*. Watson-Guptill.
- Fujiwara, T., & Kato, Y. (2017). *Creating interactive 2D animations with Live2D: Techniques and workflows*. Digital Animation Press.
- Haris, D. A., & Lim, C. (2023). Perancangan desain aset game untuk promosi karakter vtuber Alenka Inventra. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(1), 225–233.
- Harris, P. (2019). Video editing techniques and workflows for animation. *Animation Studies Journal*, 45(3), 125–142.
- Hartanto, D., Rohman, M. A., & Wibisono, M. N. (2023). Perancangan konsep karakter Biwar the Legend of Dragon Slayer oleh Devata Studio melalui Latrust Studio. *Journal of Language Literature and Arts*, 3(5), 755–772. <https://doi.org/10.17977/um064v3i52023p755-772>
- Henderson, K. (2018). From digital to physical: The impact of social media on music marketing. *Music Business Journal*, 22(3), 70–83.
- Hughes, M. (2020). *Animating with Live2D: Creating beautiful 2D animations*. Digital Arts Publishing.
- Jones, A. (2017). *Animation and interactivity in digital media*. Springer.
- Kim, D. Y., & Yoo, H. S. (2021). A comparative study of user experience according to one-person media virtual YouTuber (VTuber) and general YouTuber. *Asia-Pacific Journal of Convergent Research Interchange*, 7(5), 1–10.
- Lee, K. H., & Kim, S. Y. (2020). The evolution of digital marketing in the music industry: A case study of YouTube and social media. *Journal of Media and Communication Studies*, 16(2), 120–135.
- Liu, P. (2018). Synchronization of visual animation and music. *Journal of Digital Arts*, 12(1), 89–102.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning*. Cambridge University Press.
- Miller, T. (2016). Creative character design in animation. *Animation Journal*, 22(3), 54–67.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2013). Proses desain menurut Archer. <https://mulyadi.staff.uns.ac.id/2013/06/19/proses-desain-menurut-archer/>
- Nakamura, Y. (2016). *Understanding dynamic animation in digital media*. Springer.
- O'Rourke, J., & Miller, D. (2019). Merchandising in the music industry: A strategic approach to fan engagement and revenue generation. *Journal of Entertainment and Media Management*, 13(4), 45–61.
- Pirrou, S. (2021). YouTube Pirrou Sophie. <https://www.youtube.com/c/PirrouSophie>
- Pirrou, S. (2023). Pirrou Sophie. <https://www.digikagi.com/pirrou-sophie-digikagi/>
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetyo, A. (2019). Fenomena “Virtual YouTuber” Kizuna AI di kalangan penggemar budaya populer Jepang di Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 128–140.
- Ronggowarsito, B. I., Ramdhan, Z., & Afif, R. T. (2022). Desain karakter virtual YouTuber sebagai maskot pembelajaran menggambar. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(03), 353–367.
- Saito, M. (2023). *Cultural impact of Japanese media in global entertainment*. Tokyo Publishing.
- Smith, R. (2018). Character animation in 2D: Techniques and trends. *Animation Journal*, 23(4), 134–145.
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Sumarli, C. O., & Kurnianto, A. (2018). Developing karakter animasi berbasis kudapan khas Tionghoa. *Jurnal Desain*, 5(03), 162–173.
- Thifala, A. Z., Wardhana, M. I., & Sutrisno, A. (2021). Perancangan animasi 2D mengenai upaya pencegahan penyakit saat musim hujan. *Journal of Language Literature and Arts*, 1(7), 995–1009. <https://doi.org/10.17977/um064v1i72021p995-1009>
- Tillman, B. (2019). *Creative character design*. CRC Press.
- Wibowo, A., & Santosa, M. (2024). Effective use of music videos in virtual idol promotion. *Journal of Digital Media Studies*, 10(2), 145–160.
- Yulianti, I. (2021). Perancangan desain karakter Jole berbasis lokal Flores, Indonesia. *Journal of Animation and Games Studies*, 7(1), 63–72.