

ABSTRAK

Kyou Hobby Shop adalah perusahaan budaya pop Jepang yang memiliki satu toko fisik dan toko online. Di toko fisiknya, perusahaan ini menawarkan mainan, perpustakaan komik, dan kafe yang memungkinkan interaksi langsung dengan pengunjung. Namun, interaksi dengan konsumen online terbatas karena hanya berfokus pada pembelian produk secara online, ditambah banyaknya kompetitor di toko online dan sosial media yang berpengaruh terhadap persaingan antar toko dan juga daya tarik perusahaan. Oleh karena itu, perancangan maskot Virtual Youtuber ini dijadikan sebagai alternatif media interaktif dan promosi yang menyenangkan untuk memperkuat hubungan dengan konsumen online dan memperkuat identitas branding. Penelitian ini menggunakan pendekatan kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Hasil akhirnya adalah model karakter dengan animasi terbatas yang dapat digerakkan menggunakan face tracking, menciptakan kesan karakter yang hidup dan memungkinkan interaksi melalui platform Live Streaming serta menjadikan daya pembeda.

Kata Kunci: alternatif media, interaktif, pembeda, identitas brand, Virtual Youtuber