

PERANCANGAN TRANSMEDIA UNTUK VTUBER EVELYN

Transmedia Design Vtuber Evelyn

Bunga Sukma Maharani¹, Patra Aditia², Rendy Pandita Bastari³.

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Jl. Telekomunikasi – Ters. Buah Batu
Bandung 40257 Indonesia,

bungasmah@student.telkomuniversity.ac.id, patraditia@telkomuniversity.ac.id,
rendypanditabastari@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Pada era digital yang terus berkembang, kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan mudah dipenuhi melalui berbagai platform media, termasuk YouTube. Fenomena Virtual YouTuber (VTuber) menjadi salah satu bentuk baru hiburan yang menggabungkan teknologi motion capture dan realitas virtual untuk menciptakan karakter berbentuk avatar animasi 3D yang interaktif. Penelitian ini mengambil kasus Evelyn, salah satu VTuber independen di Indonesia dengan fanbase yang kuat. Meskipun popularitas VTuber meningkat, VTuber independen seperti Evelyn menghadapi tantangan dalam persaingan dengan VTuber yang dikelola agensi besar. Studi ini bertujuan untuk memperkuat karakteristik desain Evelyn melalui penerapan metode transmedia, yang memungkinkan penyebaran naratif produk kreatif ke berbagai dimensi media, menciptakan interaksi yang berbeda dan meningkatkan pengalaman pengguna. Metodologi pengumpulan data dan analisis yang digunakan meliputi wawancara, kuesioner, observasi digital, dan studi pustaka untuk mengumpulkan data primer dan sekunder yang relevan.

Kata Kunci: VTuber, Transmedia, Desain Karakter, Evelyn.

ABSTRACT

In the growing digital era, people's needs for information and entertainment are easily met through various media platforms, including YouTube. The Virtual YouTuber (VTuber) phenomenon is a new form of entertainment that combines motion capture technology and virtual reality to create interactive 3D animated avatar-shaped characters. This research takes the case of Evelyn, one of the independent VTubers in Indonesia with a strong fanbase.

Despite the increasing popularity of VTubers, independent VTubers like Evelyn face challenges in competing with large agency-run VTubers. This study aims to strengthen Evelyn's design characteristics through the application of transmedia methods, which enable the dissemination of creative product narratives to various media dimensions, creating different interactions and enhancing user experience. The data collection and analysis methodologies used include interviews, questionnaires, digital observation, and literature review to collect relevant primary and secondary data.

Keywords: VTuber, Transmedia, Character Design, Evelyn.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan sangat mudah dipenuhi (Puspitaningrum & Prasetyo, 2019). Aspek kehidupan yang semakin bergerak cepat membuat banyak sekali budaya baru yang memang muncul seiring berkembangnya teknologi. Dengan berkembangnya teknologi, berkembang pula cara penyampaian dan cara produksi suatu informasi. Tidak pula tersadar bahwa seiring pergerakan informasi yang meresap dengan mudah telah dengan aktif mentransfer budaya-budaya dari seluruh penjuru untuk mampir ke tempat-tempat yang diinginkan dalam wujud nilai, budaya, gaya hidup, artefak atau produk dan lain sebagainya (Ridaryanthi, 2014). salah satunya adalah budaya populer.

Secara umum, budaya populer mengacu pada "budaya masyarakat" yang berlaku di masyarakat tertentu dan pada waktu tertentu. cara orang berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari mendefinisikan budaya populer. Musik, acara TV, mode, makanan, dan gaya pakaian kita adalah contoh-contoh topik budaya populer. Aksesibilitas untuk sebagian besar masyarakat adalah salah satu fitur utama dari budaya massa. budaya populer adalah penerimaan budaya oleh mayoritas orang dan mengikuti ideologi tertentu untuk mengubah dan memodernisasi masyarakat (Abhishek, 2022). Budaya populer yang ramai disukai di Indonesia sendiri salah satunya adalah budaya populer Jepang.

Di antara berbagai bentuk budaya populer Jepang, *manga* dan *anime* telah lama dikenal dan memiliki banyak penggemar di seluruh dunia dan dianggap sebagai bagian penting dari budaya populer Jepang (Uthana, 2022). Budaya itu pun semakin meluas seiring dengan menjamurnya social media. mulai dari yang baru saja muncul, hingga social media lama yang

berkembang sangat cepat sehingga menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam bertukar informasi, pengetahuan dan hiburan di masa ini. Media sosial yang saat ini sangat digemari dan digunakan oleh banyak orang salah satunya adalah *Youtube*. Pengguna *YouTube* di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Ini membuat Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna *YouTube* terbanyak di dunia, dikutip dari laporan We Are Social.

Di tengah hangatnya profesi sebagai *YouTuber*, di tahun 2016 muncul fenomena yang *Virtual YouTuber*. *Virtual YouTuber* adalah *YouTuber* yang tidak tampil di videonya sebagai manusia sungguhan, melainkan sebagai karakter berbentuk avatar hasil animasi 3D (Puspitaningrum & Prasetio, 2019). seperti yang dikutip dari *ganknow.com*, “*You’ll see a VTuber as an anime-inspired character brought to life using motion capture and virtual reality technology. This is what makes this content creator different from most YouTubers.*” yang jika diterjemahkan berarti “Anda akan melihat VTuber sebagai karakter yang terinspirasi dari anime yang dihidupkan dengan menggunakan teknologi motion capture dan virtual reality. Inilah yang membuat pembuat konten ini berbeda dari kebanyakan YouTuber.”

Pengaruh budaya populer Jepang di Indonesia yang besar dapat dilihat pada Event tahunan yang selalu diselenggarakan setiap tahun yaitu Comifuro, dimana banyak sekali para kreator dari seluruh Indonesia yang menjual karya mereka, lalu Cosplayer Lokal yang bisa memamerkan kemampuannya dalam banyak sekali kompetisi salah satunya ialah Indonesia Cosplay Grand Prix dan World Cosplay Summit. Sehingga, tidak heran jika tren *Virtual YouTuber* diterima dengan sangat cepat, membuat Indonesia menjadi salah satu target pasar bagi agensi dari Jepang itu sendiri, salah satunya adalah Nijisanji dan Hololive. Popularitas ini membuat banyak sekali agensi lokal yang berkembang dalam bidang *Virtual YouTuber*, salah satunya adalah Mahapanca, META dan lain sebagainya. Tidak hanya agensi, pertumbuhan *Vtuber* di Indonesia yang merupakan *Vtuber* Independen juga semakin marak bermunculan. Tetapi, tanpa adanya agensi yang dapat memberikan sumber daya dan mengatur mereka, *Vtuber* independen kebanyakan kalah dalam bersaing. Tetapi, kasus dimana *Vtuber* Independen memiliki fanbase yang besar dan populer di Indonesia pun kini semakin banyak, diantara mereka bahkan bisa bersanding dan kolaborasi dengan *Vtuber* Agensi besar.

Evelyn adalah salah satu dari *Vtuber* Independen di Indonesia yang memiliki fanbase yang kuat. Saat ini ia memiliki jumlah subscriber youtube sebanyak 92,000. Merupakan jumlah yang tidak sedikit untuk *Vtuber* Independen lokal. Potensi Evelyn untuk berkembang lebih jauh sebagai *Vtuber* Independen sangat besar, tetapi persaingan antara *Vtuber* Independent dengan *Vtuber* Agensi sangatlah sulit. Selain kekurangan dalam bidang manajemen, menjadi *Vtuber* Independen merupakan tanggung jawab Evelyn sendiri dalam meningkatkan

popularitasnya. Jika tidak di urus dengan baik, maka pemanfaatan media dan konten Evelyn akan kurang efisien. Hal ini dapat menjadi boomerang bagi Evelyn jika tidak bisa mengatur semuanya sendiri, sehingga diperlukan management yang baik, eksplorasi konten yang beragam, hingga menonjolkan ciri khas dari Evelyn itu sendiri agar para fans mengingat dengan baik karakter Evelyn dan membuat ikatan yang kuat antara Evelyn dengan penggemarnya.

Penelitian ini akan mencari potensi dari talent *VTuber* Evelyn dan merancanginya lewat berbagai konten dan media yang cocok dengan menggunakan metode transmedia, yaitu proses penyebaran naratif terhadap suatu produk kreatif ke dalam berbagai dimensi yang memiliki tingkat interaksi yang baru dan berbeda. Dalam konteks ini, Evelyn sudah memiliki fanbase yang lumayan kuat, sehingga akan sangat menguntungkan jika dapat merangkai konten atau bentuk hiburan baru menggunakan metode transmedia yang memiliki banyak sekali potensi terhadap suatu produk kreatif, salah satu contohnya adalah *Vtuber*. Penelitian ini diharapkan nantinya akan berguna bagi *Vtuber* lokal dalam *me-monetize* konten maupun diri mereka sebagai *Vtuber*.

2. Landasan Pemikiran

2.1 Transmedia Storytelling

Transmedia dapat dideskripsikan menjadi suatu media yang berkembang melalui naratif tertentu. Dalam hal ini, merupakan sebuah *Fandom* atau *Franchise* yang telah memiliki *Fanbase*, berkembang menjadi beberapa bagian dari media utamanya. Dalam dunia hiburan, bisa di jelaskan menjadi sebuah adaptasi yang bermakna dan berubah-ubah, bukan satu bagian yang terulang-ulang dan monoton. Menurut Scolari (2009) Transmedia Storytelling adalah struktur naratif tertentu yang berkembang melalui bahasa yang berbeda (verbal, ikonik, dll.) dan media (bioskop, komik, televisi, video game, dll.). Transmedia Storytelling bukan hanya sebuah adaptasi dari satu media ke media lainnya. Kisah yang diceritakan dalam komik tidak sama dengan yang diceritakan di televisi atau di bioskop; media dan bahasa yang berbeda berpartisipasi dan berkontribusi pada konstruksi dunia narasi transmedia. Penyebaran tekstual ini adalah salah satu sumber kompleksitas yang paling penting dalam budaya populer kontemporer.

2.2 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual dapat dipahami sebagai ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout. Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. Oleh karena itu fokus dari Desain Komunikasi Visual ialah kata komunikasinya. (Sri Wahyuningsih, 2015)

2.3 Elemen Desain Komunikasi Visual

Menurut Sri Wahyuningsih (2015) Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lain, misalnya sebuah garis mengandung warna dan juga memiliki style garis utuh dan sebagainya.

2.4 Elemen Desain Karakter

Desain karakter adalah proses kreatif yang melibatkan perancangan dan pengembangan tokoh-tokoh dalam berbagai media seperti animasi, komik, video game, film, dan buku. Hal utama dalam membuat suatu karakter, sang karakter itu ingin baik atau buruk harus memiliki daya tarik dan memberikan sebuah cerita dari desainnya (Mattesi 2012). Menurut Simon (2003) desain karakter umumnya dimulai dari suatu seri atau kumpulan sketsa hingga tampilan spesifik mulai berkembang yang sesuai untuk suatu karakter. Bisa berupa lusinan atau ratusan gambar yang dibuat untuk mengetahui seluk-beluk dari karakter itu sendiri.

2.5 Matriks Perbandingan

Dikutip dari Soewardikoen (2019), sebuah matriks berisikan kolom dan baris yang masing – masing mewakili dua dimensi yang berbeda, kumpulan informasi atau berupa konsep, sangat berguna digunakan sebagai alat untuk membandingkan seperangkat data dan menarik kesimpulan. Disini nantinya akan dibuat perbandingan antara 1 dan 2 data yang berbeda menggunakan tolak ukur yang sama sehingga memiliki perbedaan dan kesimpulan yang terlihat perbedaannya.

3. Data dan Analisis Data

3.1 Data

Penelitian ini menampilkan data mengenai Evelyn sebagai seorang VTuber, sementara identitas asli pengisi suara Evelyn dirahasiakan untuk melindungi privasi.

Evelyn adalah VTuber wanita Indonesia dari channel Hai Halo Epel! yang memulai debut pada 2 Desember 2018 dan resmi diperkenalkan pada 13 Januari 2019. Model virtual terbaru Evelyn dirilis pada 10 Desember 2022 dengan metode sneak peek dan siluet, yang memicu beragam respons. Livestream mengenai reaksi dari teman-teman Evelyn—termasuk Youtuber dan VTuber—mencapai lebih dari 100 review di YouTube.

Pada 17 Desember, Evelyn mengadakan pesta ulang tahun di KFC Kemang Raya, Jakarta, yang disiarkan langsung. Evelyn hadir secara langsung dengan mode "isekai," menggunakan cosplay animegao kigurumi, menjadikannya VTuber pertama di Indonesia yang melakukan ini.

Evelyn saat ini adalah N.E.E.T yang produktif, membuat konten sebagai pekerjaan sampingan. Setelah mengalami kecelakaan, Evelyn mendapat kemampuan untuk melompat dari dunia maya ke dunia nyata, yang digunakannya untuk membuat konten dan bertemu penggemarnya. Evelyn bertujuan menciptakan tempat yang nyaman dan menyenangkan bagi semua orang, di mana mereka bisa bahagia bersama.

3.1.2 Data Produk

				
desain	desain masih terbilang belum profesional dan hanyalah prototype character saja,	desain sudah cukup terbentuk baik, dengan menggunakan beberapa ciri khas dari desain	desain lebih kompleks dan bertumpuk. mendapatkan beberapa tambahan desain	desain lebih simple namun terlihat lebih vibrant dan bercahaya. Desain yang

	bukan Live2d atau Vtuber model.	terdahulu. Mulai terlihat profesional karena untuk keperluan Streaming.	dari sebelumnya. misalnya, topi, sepatu boots, outer, hingga telinga kucing.	simple ini membuat karakter terlihat dewasa dan profesional. Segi desain masih mirip dengan karakter sebelumnya hanya saja dibuat lebih dewasa.
warna	menggunakan warna shade yang kurang menarik, sehingga terlihat buram, jadul dan tidak menyenangkan.	menggunakan warna pastel sehingga bisa terlihat seperti gadis manis dan menyenangkan. kesan yang ditampilkan antara lain girly dan manis.	warna lebih vibrant dari sebelumnya tetapi masih melekat kesan feminin dan manis dari desain terdahulu.	warna vibrant yang sangat cocok dengan kepribadian dari Evelyn. terlihat lebih dewasa dengan perpaduan warna yang lebih gelap tetapi tetap terlihat manis dan menyenangkan.
ciri khas	ciri khas yang ditampilkan hanyalah rambut biru yang terang, sisanya terlihat membosankan dan tidak membekas.	ciri khas rambut biru tetap dipertahankan tetapi menambahkan point lain yaitu tambahan warna pink dalam rambut. selain itu masih menggunakan ciri	rambut memiliki lebih banyak warna pink dibanding sebelumnya. gaya rambut juga ditambahkan side tail di sebelah kanan. ciri khas seperti warna, aksesoris utama	menyatukan ciri dari desain terdahulu, rambut yang kini lebih teratur warna pink-nya dan sedikit warna pink di bagian poni. ciri khas warna masih sama, hanya saja

		<p>has pita dan menambahkan ciri lain yaitu hati.</p>	<p>masih sama.</p>	<p>ditambahkan lebih banyak warna gelap. kesan feminin masih terlihat meskipun gaya yang dipakai cenderung dewasa.</p>
<p>kekurangan</p>	<p>desain belum profesional dan masih terlihat monoton</p>	<p>gaya sudah sesuai hanya saja masih cenderung boring dan mirip dengan desain terdahulu</p>	<p>desain terlalu kompleks sehingga menyulitkan jika diingat.</p>	<p>desain memiliki warna yang terbilang vibrant dan gelap, sehingga kesan gadis manis dan feminin terlihat berkurang.</p>

3.2 Data dan Analisis Objek

3.2.1 Data Khalayak Sasaran

1. Segmentation

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki - laki dan Perempuan
- b. Rentang Usia : 16-30 tahun
- c. Kelas Sosial : menengah keatas
- d. Pekerjaan : Mahasiswa / pekerja

2. Geografis

Target pasar dari Evelyn adalah penyuka Vtuber di Indonesia karena kebanyakan lebih ditargetkan untuk masyarakat Indonesia, ditambah Evelyn menggunakan bahasa utama yaitu Bahasa Indonesia dalam posting, streaming, dll.

3. Psikografis

- a. Masyarakat yang mengikuti perkembangan budaya populer Jepang seperti komik, manga, idol, dll.
- b. Masyarakat yang mengetahui apa itu VTuber
- c. Masyarakat yang memiliki sosial media dan memiliki daya tarik pada akun media sosial dari budaya Jepang populer.

4. Behaviour

- a. Masyarakat yang menghabiskan waktu di media sosial atau internet.
- b. Masyarakat yang mengikuti perkembangan budaya populer terutama Jepang, dan mengetahui Vtuber.
- c. Masyarakat yang tertarik dengan konten streaming game dan cover lagu musik Jpop.

2. Targeting

Target utama yang dituju oleh Evelyn adalah masyarakat Indonesia yang menyukai Vtuber dan gemar menonton konten livestream serta mengikuti perkembangan lagu-lagu populer Jepang.

3. Positioning

Evelyn memiliki kepribadian yang hangat, peduli dan ramah terhadap pemirsanya. Dia memiliki kepribadian "gadis yang baik". Karena itu Evelyn berfokus berbagai bidang yang bisa membuat para penggemarnya bahagia. Evelyn dikenal sebagai Vtuber yang ramah dan baik hati. Kontennya pun beragam mulai dari Livestream hingga cover lagu.

3.2.2 Data Wawancara

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Evelyn sangat menikmati berinteraksi dengan penonton, sejalan dengan kepribadiannya yang ramah. Dia peduli dengan fans dan komunitasnya, yang menjadikannya VTuber yang disayangi. Evelyn menjaga sikap positif dan menghindari candaan yang tidak pantas, sehingga dihormati di kalangan VTuber Indonesia.

Evelyn sering mengadakan acara yang melibatkan fans, seperti ulang tahunnya, dan memperkenalkan hal-hal baru dalam kontennya. Meskipun terkadang ada komentar sensitif, Evelyn dapat mengatasinya berkat bantuan moderator. Fans aktif berinteraksi dengan Evelyn di media sosial, yang membuat

kontennya semakin hidup. Evelyn dikenal dengan konten chatting, gaming, dan karaoke, serta kegiatan di luar bersama teman-temannya.

Saat ini, Evelyn lebih dikenal di Indonesia karena keterbatasan bahasa. Dia berharap bisa membuat fansnya bahagia dan menjadi moodbooster bagi mereka, dengan menyebarkan vibes positif. Evelyn juga menyadari pentingnya budaya populer Jepang dan fenomena VTuber dalam membangun komunitas yang kuat. Ini menjadi potensi yang bisa dikembangkan untuk menarik penggemar baru dan memperluas pasarnya.

3.2.3 Data Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden berusia 16-30 tahun, dengan dominasi usia 21-25 tahun, dan mayoritas laki-laki. Mereka sering mengikuti perkembangan budaya populer Jepang seperti Anime, Manga, dan Game melalui media sosial dan obrolan dengan teman. Seluruh responden mengenal Vtuber dan biasa menonton siaran Vtuber perempuan di YouTube yang memiliki pesona menyenangkan, cute, dan cantik. Mereka menyukai konten yang bervariasi, desain karakter menarik, dan suara yang enak didengar.

Sebagian besar responden mengenal Evelyn, pernah melihat kontennya, dan lebih dari setengahnya adalah subscriber kanal YouTube Evelyn. Responden mayoritas menganggap Evelyn lucu dan imut, serta sering menonton kontennya. Responden yang belum mengenal Evelyn tertarik setelah melihat desain karakternya dan ingin mengetahui lebih lanjut tentangnya.

3.2.4. Analisis Data Pesaing

Tabel 3.4 Tabel Analisa Pesaing
(Sumber: Diri Sendiri)

			
nama	Evelyn	Mythia Batford	Kobo Kanaeru
unit	independent	independent	Hololive
platform streaming	youtube	youtube	youtube

subscriber	99,3rb (05/05/2024)	893rb (05/05/2024)	2,41jt (05/05/2024)
fan name	Epelables	Simpthia	Kobokers
backstory	N.E.E.T	princess-vampire idol	rain shaman
character model	2D	2D dan Chibi model	2D dan 3D
personality	periang, baik hati, lucu, manis dan penyayang	kalem, tenang, lucu, sedikit sadis	kekanakan, berisik, adik perempuan lucu
bahasa utama yang digunakan	indonesia	indonesia, inggris	indonesia, inggris, jepang
pengembangan media	Fanart, Cosplay, Merch, Event / Conference	Fanart, Cosplay, Merch, Event / Conference, Brand Collab	Fanart, Cosplay, Merch, Event / Conference, Brand Collab

Berdasarkan perbandingan tiga talent VTuber, Kobo Kanaeru memiliki 2,41 juta subscriber di YouTube, Mythia Batford 893 ribu subscriber, dan Evelyn 99,3 ribu subscriber. Ketiganya menampilkan persona lucu, yang terbukti menarik penonton dan meningkatkan jumlah subscriber.

Kobo menggunakan model karakter 3D, yang berkontribusi pada jumlah subscribarnya, sementara Mythia dan Evelyn lebih sering menggunakan model 2D. Penggunaan bahasa yang beragam juga berperan penting dalam kepopuleran VTuber, memungkinkan mereka menjangkau audiens internasional.

VTuber yang didukung agensi besar cenderung memiliki akses ke transmedia yang luas, meningkatkan keterlibatan dan popularitas mereka. Pengelolaan transmedia yang efektif dapat memperluas jangkauan dan memanjakan fans, mendukung pertumbuhan popularitas talent tersebut.

3.3. Kesimpulan Analisis

Mengacu kepada data hasil analisis yang sudah dilakukan, acuan perancangan strategi desain Evelyn dapat diambil berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik sebagai berikut :

metode	kesimpulan
--------	------------

Analisis Data Wawancara

Kesimpulan dari wawancara dan diskusi mengenai Evelyn sebagai VTuber menunjukkan bahwa interaksi dan hubungan dekat dengan para penggemarnya adalah kunci kepopulerannya. Kepribadian Evelyn yang tidak toxic dan pendekatannya yang menghargai setiap penggemar telah menciptakan sebuah komunitas yang kuat dan positif. Evelyn juga menunjukkan fleksibilitas dalam kontennya, mulai dari streaming permainan hingga acara langsung, yang semakin memperkaya pengalaman para penonton. Meskipun saat ini fanbase Evelyn terbatas hanya di Indonesia, kecintaannya terhadap budaya pop Jepang dan gaya VTuber menunjukkan potensi untuk menarik penggemar dari berbagai latar belakang lebih luas jika ada penyesuaian bahasa. Implikasi dari fenomena VTuber seperti Evelyn adalah bahwa mereka menawarkan jenis hiburan yang lebih imersif dan personal yang membedakan mereka dari konten video tradisional. Ini menandakan bahwa VTuber bisa menjadi segmen hiburan yang sangat menarik dan memiliki ruang untuk berkembang lebih jauh, khususnya jika ingin menjangkau audiens internasional.

Analisis Data Kuesioner

Berdasarkan data kuesioner, mayoritas penggemar Evelyn adalah laki-laki berusia 16-30 tahun, dengan dominasi pada rentang usia 21-25 tahun. Mereka aktif mengikuti budaya pop Jepang seperti anime, manga, dan game melalui media sosial dan diskusi antar teman. Keterlibatan ini juga mendorong minat mereka pada VTuber perempuan, terutama yang menampilkan pesona imut dan menyenangkan.

	<p>Evelyn telah berhasil menarik perhatian mayoritas responden yang sudah menjadi subscriber di akun YouTube-nya, dan bahkan mereka yang belum mengenalnya tertarik setelah melihat desain karakternya. Hal ini menegaskan bahwa desain karakter yang menarik, konten yang bervariasi, dan interaksi positif adalah kunci dalam menarik dan mempertahankan penonton.</p> <p>Secara keseluruhan, Evelyn memiliki potensi besar untuk mengembangkan basis penggemarnya dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens yang ada.</p>
<p>Analisis Data Pesaing</p>	<p>Kesimpulan dari analisis tiga VTuber—Kobo Kanaeru, Mythia Batford, dan Evelyn—menunjukkan bahwa beberapa faktor utama mendukung popularitas dan jumlah subscriber mereka di YouTube. Persona yang lucu secara konsisten menarik penonton, sementara desain karakter juga berperan penting, dengan model 3D milik Kobo memberikan keunggulan visual dibandingkan model 2D yang digunakan oleh Mythia dan Evelyn.</p> <p>Selain itu, penggunaan bahasa yang beragam membantu VTuber menjangkau audiens internasional, seperti yang dilakukan Kobo. Strategi transmedia yang efektif, didukung oleh agensi besar, juga meningkatkan keterlibatan fans melalui merchandising, kolaborasi lintas platform, dan acara. Kombinasi dari persona</p>

	<p>menarik, desain inovatif, penggunaan bahasa beragam, dan strategi transmedia yang kuat menjadi kunci kesuksesan VTuber, membuka peluang bagi Evelyn untuk memperluas popularitasnya dengan strategi serupa.</p>
<p>Kesimpulan</p>	
<p>Analisis terhadap Evelyn, Kobo Kanaeru, dan Mythia Batford mengungkapkan bahwa faktor-faktor kunci yang mempengaruhi popularitas dan jumlah subscriber mereka di YouTube adalah persona lucu, desain karakter menarik, dan penggunaan model 3D, yang memberi Kobo keunggulan visual dibandingkan model 2D yang digunakan oleh Mythia dan Evelyn. Fleksibilitas konten dan penggunaan berbagai bahasa juga membantu Kobo menjangkau audiens internasional yang lebih luas.</p> <p>Interaksi hangat dan tidak toxic Evelyn dengan penggemarnya telah menciptakan komunitas yang kuat dan positif, didukung oleh desain karakter yang menarik dan konten yang beragam. Penggemarnya, yang mayoritas adalah laki-laki berusia 16-30 tahun, juga menunjukkan potensi Evelyn untuk berkembang di pasar internasional jika menyesuaikan bahasa dan kontennya.</p> <p>Kesuksesan Kobo yang didukung oleh strategi transmedia dari agensi besar menunjukkan bahwa strategi serupa bisa membantu Evelyn memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan audiensnya. Kombinasi interaksi positif, desain inovatif, dan strategi transmedia yang efektif menjadi kunci untuk meraih kesuksesan lebih besar dalam industri VTuber.</p>	

4. Konsep Dan Hasil Perancangan

4.1. Konsep Perancangan

4.1.1. Konsep Pesan

Perancangan ini bertujuan untuk memperkuat dan menonjolkan daya tarik Evelyn semenarik mungkin kepada penonton melalui cerita naratif dan gaya visual yang akan dirancang dalam berbagai media. Dalam perancangan ini, Evelyn ditampilkan sebagai gadis yang ceria dan menyenangkan, namun memiliki keinginan kuat untuk menjadi seorang Moodbooster. Keinginan tersebut membuatnya berubah menjadi gadis magis yang menjadi Malaikat, yang nantinya akan menampilkan kesehariannya sebagai Malaikat yang bertugas meningkatkan suasana hati para penontonnya. Diharapkan melalui perancangan ini, Evelyn dapat menarik perhatian penggemar, meningkatkan popularitasnya, dan memperkuat ciri khasnya.

4.1.2 Konsep Kreatif

Perancangan ini menampilkan Evelyn sebagai Malaikat yang berperan sebagai Moodbooster bagi penontonnya, sesuai dengan narasi yang telah disusun. Proses kreatif akan mengacu pada prinsip transmedia storytelling untuk menarik perhatian dan partisipasi audiens.

Poin-poin transmedia yang diacu meliputi:

1. Canon: Menggambarkan dunia asli Evelyn sebagai sosok ceria yang ingin menjadi Moodbooster bagi penonton.
2. Apocrypha: Mengembangkan cerita alternatif di mana Evelyn berubah menjadi gadis magis berwujud malaikat yang bisa menjadi Moodbooster. Fase ini juga akan mencakup pengembangan media kreatif lainnya, seperti merchandise.
3. Fanon: Berbagai produk kreatif yang dihasilkan oleh penggemar, termasuk merchandise, sebagai perpanjangan dari cerita Canon dan Apocrypha.

4.1.3. Konsep Visual

Perancangan ini akan menampilkan Evelyn sebagai gadis magis berwujud malaikat yang riang dan lucu, berperan sebagai Moodbooster. Karakter Evelyn akan digambarkan dalam gaya ilustrasi anime dengan palet pastel yang imut, sesuai dengan kepribadiannya yang ceria. Visual ini menjadi ciri khas Evelyn yang mudah diingat oleh audiens. Perancangan ini akan memanfaatkan ilustrasi sebagai elemen visual utama, didukung oleh tipografi, video, animasi, dan merchandise.

1. Ilustrasi: Gaya anime dan chibi akan digunakan, menyesuaikan dengan visual Evelyn yang sudah ada.
2. Live2D: Model Live2D Evelyn akan diadaptasi menjadi gaya chibi untuk variasi dalam streaming.
3. Logo VTuber: Logo yang feminin, berwarna pastel, dan menggunakan huruf bubbly akan dirancang untuk Evelyn.
4. Tipografi: Typeface decorative dan sans-serif dipilih untuk keterbacaan tinggi, dengan nuansa lucu dan girly.
5. Layout: Layout yang berfokus pada ilustrasi akan menarik perhatian penonton.
6. Video: Video berupa gameplay dengan teks narasi yang dianimasikan akan dibuat untuk Evelyn.
7. Animasi: Animasi singkat berulang akan digunakan untuk mendukung ilustrasi.

8. Komik: Komik strip 4 panel bergaya anime akan menampilkan Evelyn sebagai malaikat Moodbooster.

4.1.4. Konsep Media

Konten Evelyn akan disebarluaskan melalui media online yang sudah digunakan dan eksplorasi media baru. Fokus utamanya adalah media sosial, karena Evelyn sering berinteraksi dengan penggemar di platform ini. Media yang digunakan termasuk:

1. Twitter: Platform utama untuk informasi aktivitas Evelyn, dengan banyak pengikut dan komunitas VTuber.
2. YouTube: Tempat utama untuk konten dan livestreaming, memanfaatkan basis pengikut Evelyn yang besar.
3. Discord: Untuk memberikan informasi terbaru tentang Evelyn dan memudahkan penggemar mendapatkan update melalui mention otomatis.
4. Merchandise: Sebagai kenang-kenangan dan dukungan bagi aktivitas Evelyn, meliputi produk seperti gantungan kunci, poster, dan baju.

4.1.5. Hasil Perancangan

Pada tahap ini, dilakukan pengembangan narasi cerita dan konten yang ingin disampaikan. Ini melibatkan perancangan live2d, storyboard, desain karakter, desain latar belakang, dan suasana.

a. Desain Karakter

Evelyn

pemilihan tema karakter (angel)





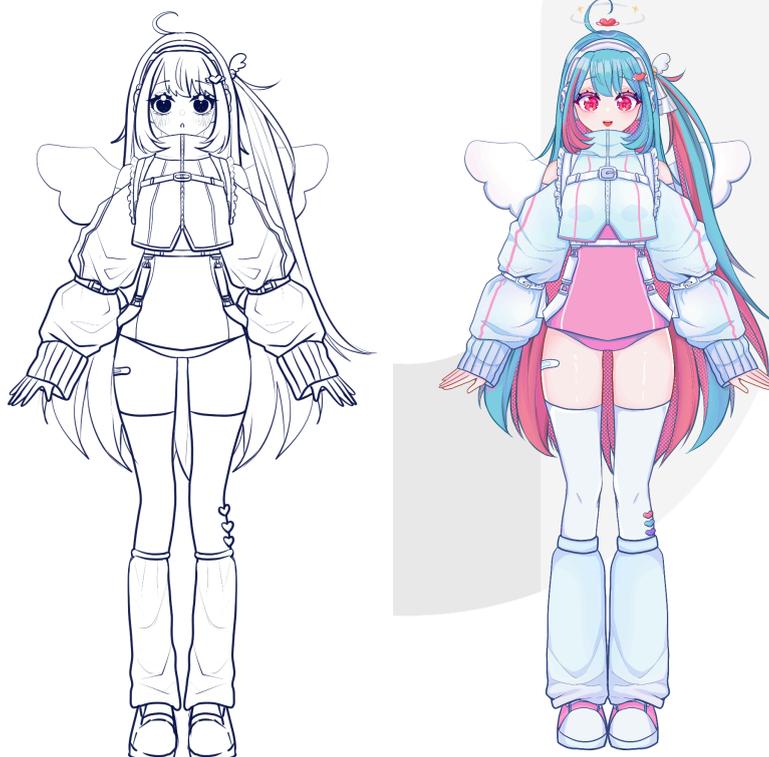
desain terpilih dan alternatif



finalisasi desain



Mirroring karakter style anime non-chibi



Ilustrasi dari Evelyn dibuat sedemikian rupa sehingga tetap memperlihatkan ciri khas dari Evelyn meskipun memiliki tema yang berbeda dari original desainnya. Dalam perancangan

ini, Evelyn merupakan seorang gadis yang berubah menjadi malaikat magis. Tugas Evelyn adalah menjadi Moodbooster bagi para penontonnya.

b. Live2d Model



Desain Live2d model yang akan difokuskan untuk Evelyn Streaming menggunakan persona Malaikat Evelyn ini memakai style chibi. Hal ini dikarenakan Evelyn terus mengganti desain karakter, tetapi belum memiliki satupun model chibi. Diharapkan dengan pemakaian model Vtuber Chibi Malaikat ini, bisa membantu Evelyn dalam meraih pasar yang belum pernah Evelyn coba sebelumnya. Desain ini nantinya akan di rigging sesuai kebutuhan Evelyn sebagai Vtuber.

c. Logo



Desain logo yang mempresentasikan desain dari sebuah karakter itu sangat efektif jika dibuat sedemikian rupa. Dalam mendesain logo Evelyn, aksesoris yang dipakai Evelyn digunakan sebagai media visual yang ditambahkan ke dalam logo yang dibuat.

d. Video Gameplay



Dengan menggunakan assets visual Evelyn yang telah dibuat, ini merupakan sketsa bagaimana game mengenai Evelyn sebagai moodbooster akan dibuat. Hasil akhirnya berupa video gameplay.

e. Komik

Komik Evelyn menceritakan mengenai Evelyn dan kesehariannya sebagai karakter gadis magis Malaikat. Komik ini nantinya akan bergaya anime dan memiliki 4 panel komik di setiap episode yang ada.



Komik Evelyn ini menceritakan mengenai Evelyn yang saat itu memiliki ambisi yang kuat akan menjadi seorang moodbooster orang lain, sehingga membuat dirinya berubah menjadi seorang malaikat.



Komik Evelyn ini menceritakan mengenai Evelyn yang mengetahui bahwa sumber dari kekuatannya yang baru itu tidak lain adalah jepitan rambutnya yang selalu dirinya kenakan.

f. Merchandise





Beberapa merchandise yang telah dirancang termasuk bantal, baju, keychain, dan tumblr. Desain yang ada juga bisa dicetak sebagai stiker untuk pengingat Evelyn.

Alasan memilih merchandise ini:

1. Popularitas: Bantal, baju, dan keychain adalah barang populer di kalangan penggemar sebagai koleksi atau hadiah.
2. Fungsionalitas: Barang-barang ini sering digunakan sehari-hari, sehingga penggemar bisa merasakan kehadiran Evelyn.
3. Portabilitas: Keychain dan stiker mudah dibawa, ideal sebagai pengingat atau koleksi.
4. Eksposur: Baju dan tumblr memungkinkan penggemar menunjukkan dukungan di tempat umum, meningkatkan eksposur Evelyn.
5. Kustomisasi: Stiker dan keychain mudah dikustomisasi dengan berbagai desain.
6. Harga Terjangkau: Merchandise ini cenderung lebih terjangkau, sehingga mudah diakses oleh berbagai kalangan.
7. Memorable: Bantal dan baju yang sering digunakan menjadi pengingat yang baik bagi penggemar.

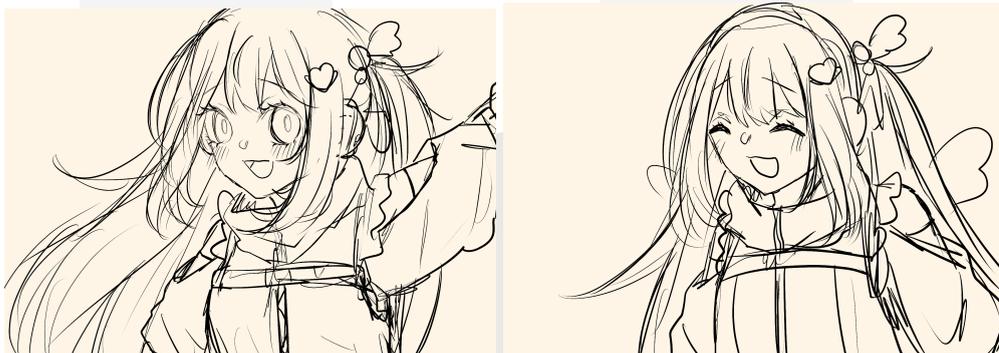
Pilihan merchandise ini membantu memenuhi kebutuhan penggemar dan memperkuat hubungan mereka dengan Evelyn..

g. Key Visual



Secara keseluruhan, key visual memainkan peran penting dalam memastikan bahwa cerita yang disampaikan secara transmedia dapat dinikmati dan dipahami dengan cara yang terpadu dan koheren oleh audiens.

h. Animasi



Animasi yang akan dibuat adalah animasi mengenai Evelyn yang sedang menyapa para penontonnya sambil tersenyum. Animasi ini cocok untuk sifat Evelyn dan bisa dijadikan sebagai pembuka jika Evelyn akan melakukan streaming.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan merancang transmedia untuk talent VTuber Evelyn guna meningkatkan popularitasnya dalam komunitas VTuber. Dalam penelitian ini ditemukan beberapa masalah, seperti kurangnya ciri khas Evelyn dalam berkarya yang menyebabkan ikatan yang lemah dengan penggemarnya, serta pemanfaatan media promosi konten yang kurang efisien sehingga belum menarik banyak penonton.

Berdasarkan analisis data internal dan eksternal, disimpulkan bahwa diperlukan pengembangan identitas Evelyn, eksplorasi terhadap konten dan media yang digunakan, serta penguatan hubungan dengan fans di luar livestream yang sering dilakukan Evelyn. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan untuk membantu Evelyn mengembangkan dan memperkuat identitasnya serta menyebarkan konten terkait untuk memberikan pengalaman yang imersif dan kohesif kepada penonton. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor, transmedia dipilih sebagai metode yang sesuai karena mampu merancang dan menyebarkan cerita yang berkesinambungan melalui berbagai media. Tujuannya adalah memberikan pengalaman baru bagi penonton sehingga menimbulkan ketertarikan untuk terus mengikuti Evelyn serta mendorong mereka untuk berkontribusi dalam menyebarkan dan memperkuat persona Evelyn dalam komunitas VTuber.

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi talent VTuber Evelyn dalam meningkatkan dan mempertahankan popularitasnya dengan cara memperkuat persona untuk menciptakan diferensiasi dan memberikan pengalaman yang menarik, sambil memperhatikan faktor internal dan eksternal dari diri Evelyn dan penonton yang dituju.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini disadari terdapat beberapa kekurangan yang perlu ditingkatkan untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal. Beberapa saran untuk mengatasi kekurangan tersebut adalah:

1. Memperdalam analisis, observasi, dan pengumpulan data baik internal maupun eksternal untuk menghasilkan data dan dasar perancangan yang lebih akurat.

2. Mengembangkan cerita dari game hingga memiliki akhir cerita untuk memberikan pengalaman baru kepada penggemar Evelyn.
3. Mengembangkan cerita komik 4 panel untuk memberikan pengalaman baru kepada penggemar dan mempertahankan ketertarikan mereka terhadap Evelyn.

Saran bagi Evelyn berdasarkan perancangan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Evelyn dapat mencoba berbagai variasi konten saat livestream untuk memberikan kesan berbeda, tidak hanya bagi fans yang sudah lama mengikuti Evelyn, tetapi juga untuk memberikan keunikan bagi penonton baru.
2. Evelyn dapat mencoba konten yang lebih banyak melibatkan penonton, baik secara langsung maupun tidak langsung, di berbagai platform yang digunakan saat ini.



Daftar Pustaka

- Arga, A. S. (2024, January). Vtuber sebagai Pekerjaan dan Bisnis baru Ekonomi Kreatif. Retrieved May 06, 2024 from kompasiana : <https://www.kompasiana.com/>
- Cenadi, C. S. (1999). Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. NIRMANA Vol. 1, No. 1, Januari 1999: 1 - 11.
- Henry Jenkins. (2006). *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Kumar Singh, Abhishek. (2022). A Study of Popular Culture and its Impact on Youth's Cultural Identity *The Creative Launcher*, vol. 7, no. 6, 2022.
- Max Giovagnoli. (2011). *Transmedia Storytelling : Imagery, Shapes and Techniques*, 17.
- Mike Mattesi. (2012). *Force Character Design from Life Drawing*.
- Normah, Rifai, B., Vambudi, S., & Maulana, R. (2022, July). Analisa Sentimen Perkembangan Vtuber Dengan Metode Support Vector Machine Berbasis Smote. Volume 8, No.2, Juli 2022
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetio, A. (2019, December). Fenomena "Virtual Youtuber" Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia. *Media Tor*, 12(2), 128-140.
- Ridaryanthi, M. (2014, May). Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Simon, M. 2003. *Producing Independent 2D Character Animation : Making and Selling a Short Film*.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Penerbit PT Kanisus.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Uthana, I. F. (2022, October). The Influence of Japanese Pop Culture Among Young People in Indonesia.
- Virtual Youtuber Wiki. *Evelyn*. Retrieved November 15, 2023 from Virtual Youtuber Wiki : <https://virtualyoutuber.fandom.com/wiki/Evelyn>
- Virtual Youtuber Wiki. YouTuber virtual. Retrieved May 06, 2024 from Virtual Youtuber Wiki : https://virtualyoutuber.fandom.com/id/wiki/YouTuber_virtual
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Penerbit UTM PRESS.
- We Are Social. Retrieved April 20, 2024 from We Are Social: [Creative Agency - We Are Social Indonesia](#)