

PERANCANGAN DESAIN KARAKTER PADA FILM ANIMASI PENDEK “*BREAKING BARRIERS*”

Giovanni Sutarman¹, Fadillah Nila Riani Dewi², Jessica Liandra³, Victoria Valentina⁴, Budi Darmo⁵

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: giovanni.625220027@stu.untar.ac.id

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: fadillah.625220004@stu.untar.ac.id

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: jessica.625220026@stu.untar.ac.id

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: victoria.625220041@stu.untar.ac.id

³Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: budid@stu.untar.ac.id

Masuk : dd-mm-yyyy, revisi: dd-mm-yyyy, diterima untuk diterbitkan : dd-mm-yyyy

ABSTRACT

The development of technology has had a significant impact on visual communication, including the use of animation as a medium for delivering social messages. Animation today is not only a form of entertainment, but also a platform for presenting narratives that are touching and reflective. One important element in animation is character design, which serves not only as a visual attraction but also as a medium for conveying emotion and addressing current social issues. This study aims to design characters for the short animation Breaking Barriers, which explores the importance of self-love, self-acceptance, and appreciating differences. The design process is based on the Design Thinking model by Ambrose & Harris, which includes seven stages: Define, Research, Ideate, Prototype, Select, Implement, and Learn. The research phase involved literature review, observation, and interviews with a source experienced in illustration and character design to help contextualize the issue and guide the design direction. The characters were developed using an anthropomorphic approach and chibi illustration style to build emotional connection with the audience, while being expressed symbolically and expressively. The final character designs were applied to a short animation and promotional poster, and evaluated through a Google Form questionnaire involving 74 respondents. The results show that the characters successfully convey social messages in a way that is visually appealing, emotionally resonant, and relevant to today's younger audiences.

Keywords: anthropomorphic, character design, design thinking, short animation, social issue.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa pengaruh besar dalam komunikasi visual, termasuk pemanfaatan animasi sebagai media penyampai pesan sosial. Animasi kini tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga mampu menghadirkan narasi yang menyentuh dan reflektif. Salah satu elemen penting dalam animasi adalah desain karakter, yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berfungsi untuk memberikan ikatan emosional dan menyampaikan isu-isu sosial yang tengah terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain karakter dalam animasi pendek berjudul *Breaking Barriers*, yang mengangkat isu pentingnya mencintai dan menerima diri sendiri serta menghargai perbedaan. Proses perancangan dilakukan dengan metode *design thinking* berdasarkan model Ambrose & Harris, yang meliputi tujuh tahapan: *Define, Research, Ideate, Prototype, Select, Implement, dan Learn*. Tahap riset mencakup studi literatur, observasi, serta wawancara dengan salah satu narasumber yang terkait erat dengan aspek ilustrasi dan desain karakter. Hal ini bertujuan untuk memperkuat konteks isu yang ada dan arah desain yang diinginkan. Karakter dirancang menggunakan pendekatan antropomorfik dan gaya ilustrasi chibi untuk membangun kedekatan emosional, serta divisualisasikan secara simbolik dan ekspresif. Desain akhir diterapkan ke dalam animasi pendek dan poster promosi, lalu dievaluasi melalui kuesioner berupa *Google Form* kepada 74 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa desain karakter efektif menyampaikan pesan sosial secara visual, emosional, dan relevan dengan audiens muda masa kini.

Kata Kunci: animasi pendek, antropomorfik, desain karakter, *design thinking*, isu sosial

1. PENDAHULUAN

Seiring waktu, dampak dari perkembangan teknologi yang pesat tidak dapat dihindari, dan mempengaruhi masyarakat baik dari aspek positif maupun negatif (Putra & Yasa, 2020). Salah satu media yang kini ikut berkembang pesat sejalan dengan perkembangan teknologi adalah animasi. Animasi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga digunakan sebagai media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan isu sosial. Media komunikatif ini dinilai memiliki efektivitas yang cukup tinggi untuk menyampaikan materi komunikasi kepada audiens, serta dinilai mampu memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap persepsi masyarakat dengan cara yang menarik dan mudah dicerna (Alrazi & Rachman, 2021). Salah satu komponen utama dalam animasi adalah desain karakter. Selain berfungsi sebagai daya tarik visual, karakter juga menjadi medium utama dalam menyampaikan nilai atau pesan tertentu, termasuk isu-isu sosial. Dalam konteks ini, desain karakter berperan krusial dalam membentuk hubungan emosional antara audiens dan cerita yang disajikan (Pebriyanto, Ahmad, & Irfansyah, 2022). Desain karakter yang kuat mampu membawa penonton untuk mendalami narasi dan memahami makna yang ingin disampaikan.

Animasi "*Breaking Barriers*" hadir sebagai salah satu media yang mengangkat isu mengenai pentingnya menghargai perbedaan dalam diri sendiri maupun orang lain. Judul "*Breaking Barriers*" sendiri bermakna menghancurkan batasan-batasan yang secara tidak sadar dibentuk oleh masyarakat, yang dapat memunculkan kecenderungan untuk menilai atau membatasi apa yang dianggap indah dan tidak indah. Hal ini berpotensi menciptakan krisis identitas atau rasa kurang percaya diri bagi individu atau kelompok yang merasa dirinya tidak sesuai dengan standar sosial yang berlaku (Kanda S & Oktaviani, 2024). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perancangan desain karakter dilakukan melalui riset dan perencanaan visual yang matang agar karakter yang dihadirkan mampu mewakili nilai-nilai yang ingin disampaikan serta membangun ikatan emosional dengan audiens, karena sifat dan karakteristik karakter tersebut yang membawa penonton mendalami cerita yang disajikan (Hazna, 2023).

Dalam prosesnya, desain karakter tak hanya mengandalkan estetika, tetapi juga strategi komunikasi visual yang tepat. Sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1, desain karakter dalam animasi Lontong Cap Go Meh memperlihatkan karakter dari sisi depan, samping, serta belakang, ekspresi dan gestur dari karakter yang ditampilkan, juga *style*, *shape*, dan proporsi. Warna dan kepribadian serta kostum juga ikut serta menyempurnakan pribadi karakter yang dirancang setelah melakukan observasi objek terhadap khalayak sasaran (Nopianty & Budiman, 2019). Dengan merancang karakter berdasarkan hasil riset terhadap target audiens, animator dapat memastikan bahwa setiap elemen visual memiliki peran dalam membangun makna.

Gambar 1

Perancangan Desain Karakter Animasi Lontong Cap Go Meh



Untuk mewujudkan hal tersebut, metode *Design Thinking* digunakan dalam proses ini karena memungkinkan eksplorasi visual menyeluruh melalui elemen-elemen seperti bentuk, garis, dan warna, yang disesuaikan dengan kepribadian serta pesan yang ingin dibawa oleh karakter (Hapsari & Fathoni, 2025). Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan karakter dalam *Breaking Barriers* yang tak hanya menarik secara visual, namun juga menyampaikan pesan sosial dengan

kuat dan menyenangkan. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana merancang desain karakter dalam animasi *Breaking Barriers* agar mampu menyampaikan pesan sosial tentang pentingnya menghargai perbedaan dengan cara yang efektif dan menyenangkan?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* berdasarkan model Ambrose & Harris yang terdiri dari tujuh tahap: *Define*, *Research*, *Ideate*, *Prototype*, *Select*, *Implement*, dan *Learn* (Ambrose & Harris, 2020), dimana bagan metode ini dapat dilihat pada gambar 2. Metode ini dipilih untuk menggali solusi kreatif dalam proses perancangan karakter pada film animasi pendek '*Breaking Barriers*'.

Gambar 2

Bagan Metode Design Thinking Ambrose & Harris



Berikut tahapan *Design Thinking* yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

***Define* (Menentukan Isu Utama)**

Tahap ini berfokus pada identifikasi isu utama seperti rasisme dan *self-love* melalui analisis konteks sosial, untuk membentuk dasar pesan yang ingin disampaikan melalui desain karakter.

***Research* (Riset dan Pengumpulan Referensi)**

Peneliti melakukan kajian terhadap karya-karya visual bertema serupa, khususnya karakter antropomorfik, serta mewawancarai seorang praktisi ilustrasi untuk memperoleh *insight* tentang efektivitas elemen visual dalam menyampaikan isu sosial, seperti penggunaan karakter antropomorfik, gaya chibi, peran warna dan ekspresi, serta pentingnya evaluasi audiens dalam mengukur keberhasilan komunikasi visual.

***Ideate* (Pengembangan Gagasan)**

Gagasan visual dikembangkan melalui metode *brainstorming*, seperti *moodboard*, guna menghasilkan merangkum referensi visual sebelum menentukan arah desain akhir.

***Prototype* (Pembuatan Prototipe Desain)**

Beberapa sketsa karakter dikembangkan sebagai eksplorasi visual awal berdasarkan hasil riset, dengan penekanan pada bentuk, ekspresi, dan atribut yang mencerminkan pesan yang ingin disampaikan.

***Select* (Pemilihan Karakter Final)**

Satu desain karakter dipilih berdasarkan kesesuaian dengan tema, kekuatan visual, serta potensi naratifnya, dengan mempertimbangkan masukan dari responden melalui kuesioner terbatas.

***Implement* (Penerapan Desain)**

Desain karakter yang telah dipilih kemudian diterapkan dalam media akhir berupa animasi singkat dan poster, sebagai sarana penyampaian pesan secara visual yang komunikatif dan menarik.

Learn (Evaluasi dan Umpan Balik)

Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner digital kepada audiens, untuk menilai efektivitas pesan visual dan mengumpulkan masukan sebagai dasar pengembangan lebih lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam merancang sebuah karakter desain, proses dimulai dari kumpulan studi pustaka dan observasi yang dapat memperkuat pengembangan ide. Visualisasi dari karakter desain tidak hanya berpacu pada tampilan secara fisik, namun apakah karakter dapat mengkomunikasikan isu sosial, khususnya mengenai bagaimana cara untuk menerima dan mencintai keunikan diri sendiri. Isu-isu ini telah terjadi kepada berbagai kalangan masyarakat, ditambah dengan standarisasi yang diciptakan oleh masyarakat dan menyebabkan kompleksitas dari isu ini. Dalam proses untuk merancang karakter-karakter dari ‘*Breaking Barriers*’, penulis akan menguraikan tahapan dari *Design Thinking* sebagai salah satu metode pendekatan melalui proses berpikir kreatif yang telah dibagi menjadi 7 tahapan sebagai berikut:

Konsep dan Pemilihan Citra karakter

Perancangan karakter dimulai dengan merumuskan masalah dan menentukan pendekatan visual yang sesuai. Dengan kumpulan data dan observasi yang dilakukan, dirumuskan bahwa rancangan karakter akan dikembangkan sebagai kategori karakter antropomorfik, yaitu pendekatan desain karakter hewan atau objek yang bukan manusia dengan karakteristik yang manusiawi. Melalui pendekatan ini untuk menjawab isu sosial yang ada, audiens dapat menerima pesan tanpa sifat menyerang dan mudah dipahami ketika digambarkan dengan karakter antropomorfik (Remotivi, 2023).

Dengan film animasi pendek ‘*Breaking Barriers*’ yang mengangkat topik *self-love*, desain dibuat dengan menggunakan pendekatan antropomorfik, sehingga lebih mudah diterima oleh audiens. Dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens, karakter diangkat dari bentuk makanan yang memiliki ciri khas dan nilai budaya. Hal ini dapat dilihat dari dumpling ayam yang lekat dengan budaya Tiongkok dan merepresentasikan kehangatan dan kekeluargaan. Dumpling Kimchi dari Korea mewakili karakter yang meledak-ledak. Selain itu, Pizza merupakan ikon budaya Barat yang populer. Karakter dipilih berdasarkan citra, posisi sosial, dan spektrum emosi yang akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Dumpling Ayam

Pemilihan *dumpling* ayam sebagai karakter protagonis disebabkan oleh penampilannya yang familiar dan sederhana namun sangat khas dan memiliki banyak makna.

b. Dumpling Kimchi

Pemilihan *dumpling* kimchi sebagai karakter antagonis, merupakan penyeimbang dan cerminan konflik secara internal dengan dumpling ayam. Dengan kesamaan mereka yaitu sebagai ‘*dumpling*’, namun memiliki tampilan khasnya yang berani, meledak-ledak karena kimchi sendiri dikenal sebagai makanan fermentasi yang pedas.

c. Pizza

Pemilihan pizza sebagai karakter tritagonis disebabkan citranya yang populer dan dapat menggambarkan kesan yang menonjol secara visual. Keberadaan pizza sendiri menggambarkan kesan *elite* karena kisaran harganya yang cukup mahal dan dapat tergambar karakteristiknya yang ‘sombong’.

Studi Visual dan Referensi Karakter Antropomorfik

Dalam proses berpikir kreatif, terdapat tahap studi visual terhadap media-media yang mengangkat topik serupa. Berdasarkan riset yang telah dilakukan mengenai studi visual karakter antropomorfik yang sudah ada, ditemukan bahwa karakter antropomorfik atau karakter non- manusia namun dengan karakteristik yang tetap manusiawi dapat diterima dengan lebih mudah oleh audiens muda. Dimana dalam proses menyampaikan pesan untuk lebih mencintai diri sendiri, dapat disampaikan dengan mudah untuk segala umur. Antropomorfik dinilai dapat menghubungkan dunia imajinatif dengan dunia nyata serta mengungkapkan kompleksitas emosi manusia ke dalam suatu karakter (Rahayu & Sari, 2024).

Dalam beberapa film animasi terkenal yang menggunakan pendekatan antropomorfik, seperti *Aggretsuko*, *Adventure Time*, dan *Bao*, dimana dapat dilihat pada gambar 3 (Young, 2024; Yuniar & RH, 2018). Ketiga film animasi tersebut telah berhasil menunjukkan bagaimana pendekatan secara antropomorfik dapat berhasil untuk menyampaikan isu-isu sosial yang ada. Pemilihan konsep karakter secara metafora, warna, postur, dan bentuk memegang peran penting untuk menghasilkan karakter yang komunikatif.

Gambar 3

Kumpulan Referensi Karakter Antropomorfik



Selain tahap studi visual, dilakukan wawancara secara singkat dengan salah satu praktisi ilustrasi, yaitu Bapak Andreas terkait efektivitas elemen visual dalam merancang desain karakter. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, beliau menganggap bahwa elemen seperti gestur, ekspresi, aksesoris dapat memberikan kesan terhadap karakter tersebut. Dengan pendekatan antropomorfik, artinya karakter tersebut memiliki emosi dan dapat menyampaikan suatu emosi atau persuasi tertentu. Efektivitas dalam perancangan dapat dinilai dari kesuksesan untuk menyampaikan desain dengan baik dari elemen-elemen visual yang ada.

Konsep Kreatif dan Eksplorasi Ide Karakter

Berdasarkan hasil studi visual, ditemukan bahwa pemilihan warna, ekspresi, dan bentuk menjadi penunjang untuk karakter menyampaikan pesan secara psikologis. Melalui tahap ini, dilakukan eksplorasi ide-ide mengenai proses penggambaran karakter. Proses eksplorasi ide dilakukan dengan membuat *moodboard*, sebagaimana terlihat pada gambar 4, untuk menyampaikan konsep kreatif sekaligus menjadi referensi dalam penggambaran karakter.

Gambar 4

Moodboard Karakter



Dari hasil eksplorasi yang dibentuk menjadi papan visual atau moodboard, dapat disimpulkan dalam penggambaran desain karakternya dibuat lebih ke arah *chibi art-style*. Chibi adalah penggambaran suatu karakter dengan proporsi tubuh yang kecil dan tidak seimbang antara kepala dengan badan (Mariamy & Irsyad, 2025). Dengan gaya ilustrasi chibi, desain karakter dapat terlihat lebih menyenangkan namun dapat memberikan kesan dan persepsi tertentu. Selain itu, dalam *moodboard*, ditujukan untuk visual desain yang lebih simple namun ekspresif. Dalam penggunaan warna juga menentukan kesan dari suatu karakter, sehingga untuk karakter protagonis lebih sesuai dengan warna yang muda dan netral. Sedangkan, untuk karakter antagonis dapat menggunakan warna yang mencolok atau warna seperti merah, hitam, dan lainnya.

Eksplorasi dan Eksperimen Visual Desain Karakter

Setelah mengeksplorasi rancangan karakter *Breaking Barriers*, dilakukan tahap eksplorasi selanjutnya pada bagian visualisasinya. Dalam proses eksplorasinya berbentuk sketsa-sketsa yang dirancang berdasarkan gaya ilustrasi yang sudah ditentukan pada proses ideate sebelumnya.

a. *Dumpling Ayam*

Berdasarkan bentuk asli dari *dumpling* ayam, diambil beberapa bentuk melengkung seperti pada gambar 5, sehingga tetap terlihat bentuk dari ‘dumpling’. Dibentuk dua alternatif dengan *style* yang sedikit dibedakan dari penggambaran wajah dan aksesoris yang dikenakan.

Gambar 5

Proses Sketsa Karakter Dumpling Ayam



b. *Dumpling Kimchi*

Dari gambar dumpling kimchi sendiri, dapat dilihat ciri khasnya pada gambar 6 dari bentuk dan tampilan. Hal tersebut yang diimplementasikan menjadi kedua alternatif desain sebagai berikut, dengan ekspresi menyesuaikan peran karakter sebagai antagonis.

Gambar 6

Proses Sketsa Karakter Dumpling Kimchi



c. *Pizza*

Pizza dengan *topping* pepperoni sudah populer dan disukai kalangan masyarakat. Bentuk segitiga pada gambar 7, dengan sudut-sudut yang tajam, merepresentasikan karakter yang terkesan angkuh, dan penggunaan aksesoris dimaksudkan untuk mempertegas kesan tersebut.

Gambar 7

Proses Sketsa Karakter Pizza



Hasil Penyempurnaan Desain Karakter

Desain karakter dalam animasi *Breaking Barriers* melalui beberapa tahap redesain berulang kali demi menghasilkan visual yang paling sesuai dan dapat memperlihatkan kepribadian setiap tokoh dengan jelas. Berikut deskripsi visual karakter utama setelah proses redesain:

a. Dumpling Ayam

Dumpling Ayam dengan bentuk bulat dan lembut, dengan tatapan teduh, senyum tipis, dan postur tenang. Karakter ini memancarkan ketenangan dan kebijaksanaan, serta berperan sebagai penengah dan pemberi solusi saat konflik muncul dalam kelompok.

b. Dumpling Kimchi

Kimchi hadir dengan gradasi merah-jingga yang mencerminkan kesan pedas, diperkuat oleh ekspresi alis mengernyit dan mata menyipit yang menunjukkan emosinya mudah tersulut. Sifatnya yang temperamental dan cenderung iri membuatnya menjadi penggerak utama konflik dalam cerita.

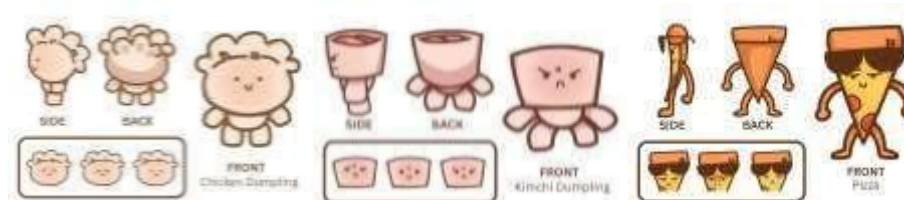
c. Pizza

Pizza digambarkan sebagai sosok yang percaya diri, dengan postur dada membusung dan kacamata hitam sebagai ciri khasnya. Sikapnya yang nyaris arogan menegaskan perannya sebagai pemimpin yang dominan di antara karakter lainnya.

Melalui rangkaian redesain tersebut, *Breaking Barriers* berhasil menghadirkan karakter yang tidak hanya memikat secara visual, tetapi juga menyampaikan lapisan narasi emosional, membiarkan penonton menebak karakteristik dan dinamika relasi mereka serta sifat masing-masing karakter. Lembar hasil desain karakter utuh dapat dilihat pada gambar 8.

Gambar 8

Lembar Karakter dari *Breaking Barriers*



Implementasi Karakter ke Media Animasi dan Promosi

Setelah proses penyempurnaan desain karakter selesai, desain akhir tersebut langsung digunakan dalam pembuatan animasi *Breaking Barriers*. Setiap karakter yang telah dirancang dengan mempertimbangkan bentuk tubuh, warna, dan ekspresi wajah, diimplementasikan ke dalam adegan sesuai peran dan alur cerita yang telah dikembangkan.

Desain karakter yang kuat dan konsisten menjadi pondasi penting dalam membangun narasi visual yang utuh, baik secara estetika maupun emosional. Selain ditampilkan dalam animasi, karakter juga diadaptasi ke media promosi seperti yang terdapat pada gambar 9. Dalam poster dan *cover video*, lebih menampilkan sisi kebersamaan dan keharmonisan antar karakter. Konsistensi desain karakter antara animasi dan media promosi bertujuan menciptakan pengalaman visual yang kohesif, memperkuat identitas karakter, dan memudahkan audiens mengenali serta terhubung secara emosional dengan cerita. Hal ini mendukung penyampaian pesan animasi secara lebih efektif dan mudah dipahami.

Gambar 9

Poster Breaking Barriers dan Cover Video Animasi



Tanggapan dan Evaluasi terhadap Desain Karakter

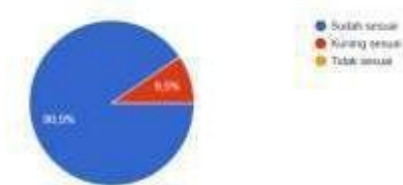
Setelah animasi *Breaking Barriers* selesai dibuat, dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner *Google Form* untuk mengetahui pendapat penonton tentang desain karakter dalam animasi tersebut. Tujuan kuesioner ini adalah mengumpulkan tanggapan terkait keseluruhan animasi, khususnya desain karakter, serta mendapatkan masukan untuk pengembangan atau perbaikan. Sebanyak 74 responden berpartisipasi dalam survei ini, dengan hasil sebagai berikut:

a. Desain Karakter *Dumpling Ayam*

Sebanyak 67 orang menyukai desain karakter *Dumpling* dan mengatakan desainnya sudah merepresentasikan kepribadian yang tenang. Namun, 7 responden merasa desain *Dumpling Ayam* ini masih kurang menarik dan perlu penyempurnaan pada detail tekstur atau ekspresi wajah. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik yang ditampilkan gambar 10.

Gambar 10

Hasil Responden untuk Dumpling Ayam

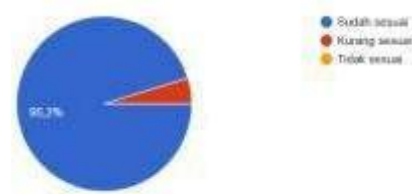


b. Desain Karakter *Dumpling Kimchi*

Pada gambar 11 dapat terlihat bahwa sebanyak 69 responden memberikan tanggapan positif terhadap desain karakter Kimchi. Mereka mengapresiasi penggunaan warna kemerahan yang mampu menggambarkan karakter Kimchi yang mudah marah dan penuh semangat. Terdapat 5 responden yang merasa desainnya masih dapat diperbaiki.

Gambar 11

Hasil Responden untuk Dumpling Kimchi

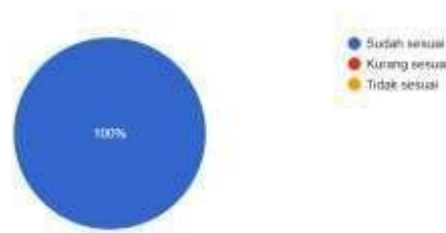


c. Desain Karakter Pizza

Seluruh responden, yaitu sebanyak 21 orang, menyatakan puas dan menyukai desain karakter Pizza, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 12. Mereka berpendapat bahwa elemen seperti kacamata hitam dan pose percaya diri sangat cocok menggambarkan karakter yang arogan namun karismatik dan sombong yang dengan mudah dan jelas menggambarkan sifat karakter dengan jelas.

Gambar 12

Hasil Responden untuk Pizza



Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa desain karakter dalam animasi ini telah diterima dengan sangat baik oleh para penonton, dengan tingkat kepuasan tinggi. Masukan dari responden yang didapat akan menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan penting dalam proses pengembangan selanjutnya, baik untuk penyempurnaan desain visual karakter ke depannya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan proses perancangan desain karakter yang sudah dilalui, dapat disimpulkan bahwa perancangan ini dilakukan untuk menyajikan desain karakter dengan kesan yang dalam dan komunikatif untuk menyampaikan isu-isu sosial. Melalui pendekatan secara antropomorfik dapat memberikan kesan ataupun persepsi tertentu pada suatu karakter yang membangun ikatan emosional dengan audiens. Dalam proses perancangan visual, elemen-elemen visual berperan penting untuk menghasilkan karakter yang dapat mengkomunikasikan isu sosial secara efektif. Diharapkan perancangan desain karakter ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk desainer yang turut menciptakan karya untuk mengangkat isu sosial. Selain itu, diharapkan perancangan ini dapat menjadi jembatan komunikasi kepada setiap pribadi untuk membangun empati dan pemahaman dari isu yang diangkat.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Penulis menyampaikan terima kasih kepada setiap pihak yang membantu dalam proses pengumpulan data, maupun insight untuk melancarkan penelitian ini. Penulis juga turut mengucapkan terima kasih kepada narasumber dalam wawancara untuk menggali *insight* pada proses perancangan ini.

REFERENSI

- Alrazi, C. Z., & Rachman, A. (2021). Penerapan metode design thinking pada model. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 14(2). <https://doi.org/10.31937/ultimart.v14i2.2247>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2020). *Basics design 08: Design thinking*. Bloomsbury Visual Arts.
- Hapsari, R. W., & Fathoni, A. F. (2025). Desain karakter “Stu” sebagai karakter pelengkap untuk memperkuat interaksi terhadap maskot “Xode” Binus DKV. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 10(1), 55–57. <https://doi.org/10.25105/jdd.v10.i1.22592>
- Hazna, A. P. (2023). Perancangan desain karakter animasi pendek *Social Fighter*. Dalam R. Sumarlin & A. Lionardi (Eds.), *e-Proceeding of Art & Design* (pp. 91–69). Universitas Telkom.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/200255/perancangan-desain-karakter-animasi-pendek-social-fighter.html>
- Kanda S., A. S., & Oktaviani, A. (2024). Dampak media sosial terhadap rasa percaya diri terkait citra tubuh Generasi Z di Kota Cimahi. *Arkana: Jurnal Komunikasi dan Media*. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>
- Mariamy, & Irsyad. (2025, March 5). Mengenal apa itu “chibi” dan asal usulnya. *RRJ*. <https://www.rrj.co.id/bukittinggi/hiburan/1367941/mengenal-apa-itu-chibi-dan-asal-usulnya>
- Nopianty, F. A., & Budiman, A. (2019). Perancangan karakter untuk film animasi pendek 2D *Lontong Cap Go Meh*. *e-Proceeding of Art & Design*, 383–385.
- Pebriyanto, P., Ahmad, H. A., & Irfansyah, I. (2022). Anthropomorphic-based character in the animated film. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 14(1). <https://doi.org/10.33153/capture.v14i1.4560>
- Putra, G. L., & Yasa, G. P. (2020). Penggunaan karakter animasi 2D dalam multimedia pembelajaran. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*. Sekolah Tinggi Desain Bali. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/335>
- Rahayu, A. P., & Sari, I. P. (2024). Analisis karakter antropomorfik dalam mengkomunikasikan cerita film *Ratatouille*. *Imajinasi: Jurnal Seni*. <https://journal.unnes.ac.id/journals/imajinasi/article/view/6460>
- Remotivi. (2023, November 8). Mengenal antropomorfisme dalam dunia media. <https://www.remotivi.or.id/headline/konsep-dan-isu/849>
- Young, N. (2024, September 29). *Aggretsuko: A red panda’s tale of work, rage, and karaoke*. Bokksu. <https://www.bokksu.com/blogs/news/aggretsuko-a-red-pandas-tale-of-work-rage-and-karaoke>
- Yuniar, N., & RH, P. (2018, June 18). Cerita di balik “Bao”, film pendek sebelum *Incredibles 2*. *Antara News*. <https://www.antaranews.com/berita/719481/index.html>