

Artikel Khusus
Paper terbaik Seminar FSMR ISI Yogyakarta 2025
“Hibriditas Kreatif : Integrasi Seni Media Rekam dalam Kolaborasi Multidisiplin untuk Inovasi”

Kolaborasi Multidisiplin Dan *Hibriditas* Kreatif Dalam Desain *Vtuber* Sebagai Media Komunikasi Visual Imersif Pengenalan Kampus

Ajeng Tita Negoro¹, Nurhadi²

¹Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom Purwokerto

²Animasi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
e-mail: ¹ajengn@telkomuniversity.ac.id, ²hadi@isi.ac.id

Abstrak

Fenomena *VTuber* (*Virtual YouTuber*) telah berkembang sebagai agen desain komunikasi visual interaktif yang inovatif di era digital *multiplatform*. Penelitian ini bertujuan mengkaji *VTuber* sebagai wujud *hibriditas* kreatif yang mengintegrasikan desain karakter, teknologi animasi digital interaktif, dan strategi komunikasi visual, dengan fokus pada perancangan karakter *VTuber* “Mayuh Isthika”. Karakter ini dikembangkan melalui kolaborasi multidisiplin untuk memperkenalkan kampus Universitas Telkom Purwokerto secara menarik dan imersif kepada calon mahasiswa. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah kebutuhan inovasi media pengenalan kampus yang mampu menarik minat generasi muda melalui integrasi seni dan teknologi. Metode penelitian menerapkan pendekatan kualitatif-deskriptif melalui studi kasus perancangan. Proses pengembangan meliputi tahap konseptualisasi identitas visual berbasis kearifan lokal Banyumas, pembuatan ilustrasi dan *rigging* animasi 2D (*Live2D*), serta perancangan strategi konten naratif-interaktif di media sosial. Temuan utama menunjukkan bahwa “Mayuh Isthika” berhasil membangun identitas visual kampus yang kuat dan interaktif. Desain karakter berciri lokal yang dipadukan dengan animasi *real-time* dan narasi dua arah terbukti efektif meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat daya tarik promosi kampus. Penelitian ini menunjukkan bahwa, *VTuber* dapat berperan sebagai media komunikasi visual inovatif yang memadukan elemen seni ilustrasi, animasi, dan teknologi digital, sehingga tercipta pengalaman komunikasi yang imersif, adaptif lintas platform, dan relevan dalam budaya populer masa kini.

Kata kunci: *VTuber*, Komunikasi Visual, Animasi Digital, *Hibriditas* Kreatif, Pengenalan Kampus

Multidisciplinary Collaboration and Creative Hybridity in VTuber Design as an Immersive Visual Communication Media for Campus Introduction

Abstract

The VTuber (Virtual YouTuber) phenomenon has emerged as an innovative interactive visual communication design agent in the multiplatform digital era. This research aims to examine VTubers as a manifestation of creative hybridity that integrates character design, interactive digital animation technology, and visual communication strategies, focusing on the design of the VTuber character "Mayuh Isthika." This character was developed through multidisciplinary collaboration to introduce Telkom University Purwokerto campus in an engaging and immersive manner to prospective students. The research problem formulation in this research is the need for innovative campus introduction media that can attract the interest of the younger generation through the integration of art and technology. The research method applies a qualitative-descriptive approach

through a design case study. The development process includes conceptualizing a visual identity based on Banyumas local wisdom, creating illustrations and rigging for 2D animation (Live2D), and designing a narrative-interactive content strategy for social media. Key findings indicate that "Mayuh Isthika" successfully established a strong and interactive campus visual identity. Locally-inspired character designs, combined with real-time animation and two-way narrative, proved effective in increasing audience engagement and strengthening the campus' promotional appeal. This research demonstrates that VTubers can serve as an innovative visual communication medium, combining elements of illustration, animation, and digital technology, creating an immersive, cross-platform, and relevant communication experience within today's popular culture.

Keywords: VTuber, Visual Communication, Digital Animation, Creative Hybridity, Campus Introduction

Pendahuluan

Perkembangan teknologi media rekam dalam satu dekade terakhir telah menghasilkan bentuk komunikasi visual baru yang semakin imersif, interaktif, dan adaptif terhadap budaya digital generasi muda. Salah satu fenomena yang berkembang pesat adalah Virtual YouTuber (VTuber), avatar digital berbasis animasi dua atau tiga dimensi yang memanfaatkan teknologi *motion tracking* secara real-time untuk menghadirkan performativitas layaknya figur manusia. Sejak kemunculannya pada 2016, VTuber bertransformasi dari fenomena subkultur Jepang menjadi bagian dari ekosistem konten global yang memadukan seni ilustrasi, animasi, performativitas, dan interaksi audiens dalam format live streaming (Galbraith, 2023). Laporan YouTube Culture & Trends menunjukkan bahwa konten VTuber mencapai lebih dari 1,5 miliar penayangan pada tahun 2020, sementara survei internal menunjukkan bahwa 47% penonton lebih tertarik pada konten yang dibawakan karakter virtual dibandingkan figur manusia (Regis et al., 2022). Data ini memperkuat bahwa representasi digital kini menjadi bagian dari *media ecology* baru yang mempengaruhi cara audiens mengonsumsi informasi (Scolari, 2022).

Dalam konteks pendidikan tinggi, perubahan perilaku media generasi Z turut memengaruhi strategi komunikasi kampus. Generasi ini terbiasa dengan komunikasi visual multimodal yang bersifat cepat, naratif, dan personal (Kress, 2010). Universitas Telkom Purwokerto menghadapi tantangan serupa, yakni penurunan jumlah mahasiswa baru pada Program Studi Desain Komunikasi Visual pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun institusi telah memaksimalkan media sosial, situs resmi, dan program edukatif seperti "Kupas Kampus", format komunikasi tersebut dinilai masih dominan informatif dan formal, sehingga kurang sepenuhnya menjangkau preferensi media generasi muda yang cenderung memilih platform dialogis, visual, dan berbasis karakter digital.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa VTuber efektif sebagai media edukasi maupun komunikasi publik. Azuri et al. (2023) menemukan bahwa tutorial yang dibawakan VTuber meningkatkan pemahaman dan antusiasme penonton secara signifikan. Sementara itu, penelitian di *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi* menunjukkan bahwa karakter digital memiliki kekuatan naratif untuk membangun kedekatan emosional sekaligus memperkaya pengalaman audiens dalam media rekam (Hidayat, 2021; Wirawan & Mahameruaji, 2020). Hal ini menegaskan potensi VTuber sebagai media representasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman interaktif yang bersifat sosial dan performatif.

Konsep hibriditas kreatif juga menjadi landasan penting dalam pengembangan media berbasis avatar digital. Bhabha (1994) menjelaskan hibriditas sebagai pertemuan identitas yang melahirkan bentuk-bentuk representasi baru, sementara Jenkins (2013) menempatkan konvergensi media sebagai ruang kolaboratif antar-disiplin yang menghasilkan inovasi. Penerapan konsep ini terlihat dalam desain VTuber, yang menggabungkan ilustrasi, animasi, teknologi *motion capture*, desain suara, dan performativitas digital sebagai satu kesatuan media rekam interaktif.

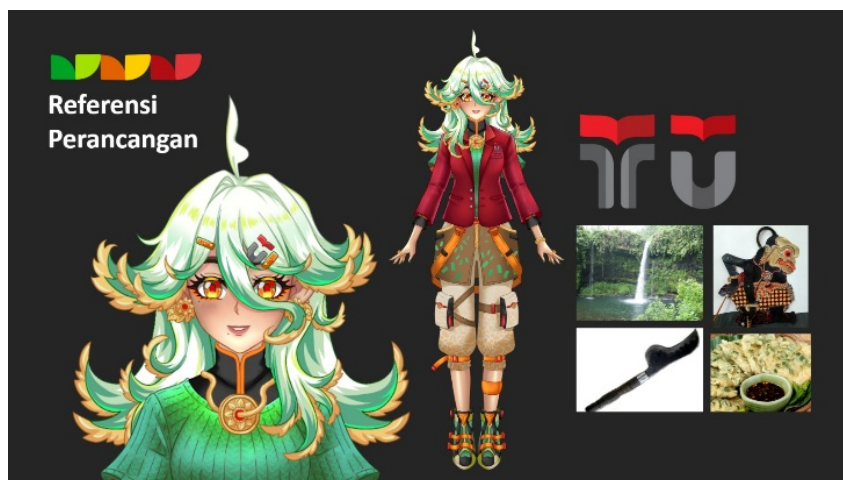
Upaya pemanfaatan VTuber dalam lingkup pendidikan sebelumnya telah dilakukan oleh Telkom University Bandung melalui karakter “Telyu-chan”, yang menghadirkan konten seputar kehidupan kampus dan aktivitas mahasiswa. Namun, integrasi VTuber tersebut dengan strategi komunikasi institusi belum maksimal sehingga ruang pengembangan masih terbuka lebar. Temuan ini memperkuat relevansi untuk menghadirkan VTuber yang dirancang secara strategis sebagai representasi institusi sekaligus media pengenalan kampus yang lebih dekat dengan gaya komunikasi generasi muda.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis proses kolaborasi multidisiplin dan hibriditas kreatif dalam perancangan VTuber “Mayuh Isthika” sebagai media komunikasi visual imersif untuk pengenalan kampus Universitas Telkom Purwokerto. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi kebutuhan komunikasi kampus yang dapat dijawab melalui media VTuber; (2) mendeskripsikan proses desain karakter, rigging animasi 2D, dan integrasi teknologi rekam real-time; serta (3) menganalisis bagaimana VTuber berperan dalam meningkatkan kedekatan, interaktivitas, dan daya tarik promosi kampus bagi calon mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada

kajian seni media rekam, komunikasi visual digital, serta praktik inovasi desain berbasis karakter digital dalam konteks pendidikan tinggi.

Pembahasan

Perancangan VTuber Mayuh Isthika merupakan hasil dari kolaboratif berbagai disiplin ilmu, mulai dari desain komunikasi visual, animasi digital, teknologi media rekam, dan strategi komunikasi. Pada tahap perancangan konsep, karakter Mayuh dirancang untuk mencerminkan identitas kampus dan budaya lokal Banyumas. Identitas kampus digambarkan dengan atribut yang dikenakan seperti jepit rambut yang berbentuk logo Telkom University Purwokerto, dan almamater berwarna merah dengan logo Telkom University Purwokerto. Sedangkan identitas budaya lokal Banyumas pada Mayuh Isthika didasarkan tokoh Bawor yang menjadi figur ikonik dalam wayang Banyumasan. Bawor dijadikan dasar perancangan karakter baik secara visual seperti warna dan aksesoris, dan sifat *cablaka* (jujur, apa adanya). Nilai-nilai kelokalan lainnya dituangkan dalam desain Mayuh berupa tempe mendoan pada pakaian, curug Baturraden pada desain rambutnya, kudi (senjata Bawor) sebagai rambut kecil yang mencuat/*ahoge*, serta aksesoris anting dan kalung matahari seperti yang dikenakan Bawor.



Gambar 1. Mayuh Isthika
(Dokumentasi Pribadi, 2025).

Mayuh Isthika juga memiliki logo berbentuk logotype yang bertuliskan nama lengkapnya. Dalam perancangan logotypenya didasarkan dengan identitas kampus dan kelokalan yang ada di Banyumas. Identitas kampus ditandai dengan huruf “u” yang terinspirasi dari logo Telkom University Purwokerto, dan “T” yang merupakan logo lama sebelum bergabung dengan Telkom University yaitu Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Untuk identitas kelokalan Banyumas

ditampilkan dari penggunaan ornamen dari aksesoris Bawor dan ornamen huruf “T” yang didasari landmark kota Purwokerto, yaitu menara Teratai.



Gambar 2. Logotype Mayuh Isthika
(Dokumentasi Pribadi, 2025).

Proses perancangan karakter VTuber “Mayuh Isthika” terdiri dari beberapa tahap utama. Pertama, tahap konseptualisasi identitas visual, di mana tim desain menggali referensi kearifan lokal Banyumas (misalnya motif batik, legenda daerah, atau karakteristik budaya setempat) yang kemudian diintegrasikan dengan nilai dan citra Universitas Telkom Purwokerto. Hasil tahap ini adalah konsep karakter VTuber yang merefleksikan kepribadian serta brand identity kampus secara kreatif. Kedua, tahap desain ilustrasi, yakni pembuatan desain karakter dalam bentuk ilustrasi 2D berdasarkan konsep yang telah dirumuskan. Desain VTuber Mayuh Isthika diawali dengan pengerjaan menggunakan aplikasi Paint Tool SAI. Setelah selesai dirancang dilanjutkan ke tahap pemotongan bagian-bagian dari karakter tersebut secara terpisah seperti seluruh anatomi yang ada di wajah, rambut, aksesoris, pakaian, serta berbagai efek ekspresi pendukung lainnya.

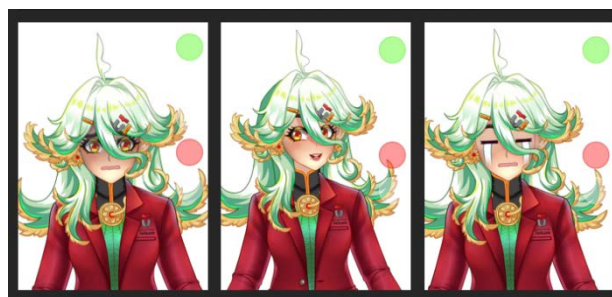
Tahap selanjutnya bagian yang terpisah akan digerakkan/*dirigging* menggunakan aplikasi khusus Live2D Cubism. Setelah itu hasil *riging* diaplikasikan menggunakan VTube Studio yang memungkinkan avatar meniru gerakan wajah secara *real-time*, sehingga menciptakan pengalaman nyata yang hidup. Desainer visual menghasilkan model sheet dan ilustrasi final “Mayuh Isthika” dengan gaya anime yang diminati generasi muda, dan memasukkan elemen khas Banyumas (misalnya penggunaan bahasa atau simbol lokal) dan identitas visual institusi (logo, warna korporat) secara halus dan harmonis. Ketiga, tahap rigging dan animasi, yaitu mengonversi ilustrasi 2D statis menjadi model animasi interaktif. Pada tahap ini, ilustrasi digital diolah menggunakan perangkat lunak

Live2D untuk diberi rig (tulang) dan parameter animasi, sehingga tiap bagian tubuh karakter dapat bergerak. Model yang telah di-rig kemudian diintegrasikan dengan teknologi motion tracking secara real-time (pelacakan gerak wajah dan ekspresi) agar karakter mampu menirukan gerak dan mimik pengisi suara/manusia di belakangnya secara langsung.



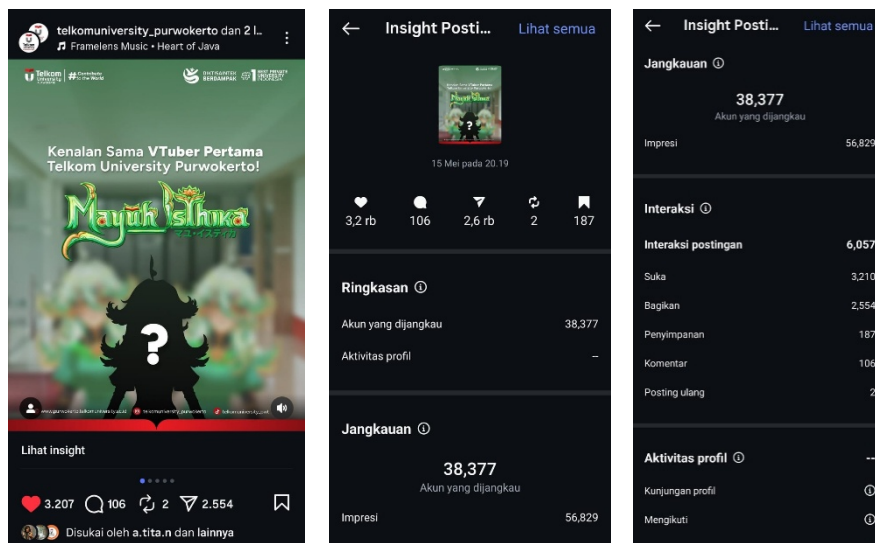
Gambar 3. Pemotongan Bagian VTuber untuk Proses Rigging (Dokumentasi Pribadi, 2025).

Dengan teknik ini, VTuber “Mayuh Isthika” dapat tampil hidup dan responsif, menghadirkan performativitas layaknya figur manusia dalam setiap sesi tayangannya. Sepanjang proses tersebut, diterapkan kolaborasi multidisiplin: desainer komunikasi visual berfokus pada estetika dan konsep visual, teknisi animasi, ilustrator dan programmer bertanggung jawab pada aspek teknis seperti rigging dan sinkronisasi gerak, sementara ahli komunikasi/ strategi konten mengkurasi narasi serta pengalaman interaksi audiens. Pendekatan kolaboratif ini memastikan hasil akhir karakter VTuber tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga andal secara teknis dan efektif dalam menyampaikan pesan komunikasi yang diinginkan.



Gambar 4. Dokumentasi Proses Animating dan Live2D Motion Capture (Dokumentasi Pribadi, 2025).

Dalam tahap implementasinya, VTuber Mayuh diterapkan pada *platform* media Instagram dan Youtube. Konten yang dibawakan berbagai macam seperti pengenalan kampus, pengenalan prodi dan kegiatannya, hingga interaksi langsung dengan audiens dan calon mahasiswa. Pola komunikasi dua arah ini memungkinkan audiens merasakan pengalaman interaktif yang personal. Selain itu persona VTuber yang ramah dan ceri memberikan kesan non-formal yang sesuai dengan preferensi komunikasi Gen Z.

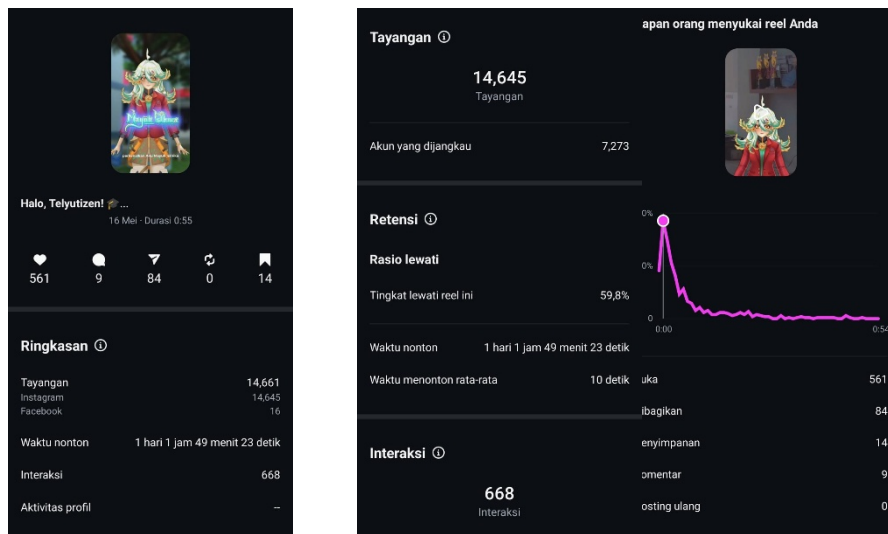


Gambar 5. Postingan Launching VTuber Mayuh Isthika (Dokumentasi Pribadi, 2025).

Penerapan hibriditas kreatif terlihat dalam penggabungan berbagai elemen visual, naratif dan teknologi untuk membentuk suatu media interaktif. Karakter VTuber ini tidak hanya menjadi simbol visual kampus, tetapi juga menjadi agen komunikasi yang dapat memperkuat identitas institusi. Dari hasil wawancara dengan divisi Humas Telkom University Purwokerto dalam bidang media dan kerjasama, menyatakan bahwa Mayuh dapat menjadi representasi Telkom University Purwokerto karena mengangkat ciri kelokalan Banyumas yang menjadi pembeda dari kampus pusat dan kampus cabang lainnya. Divisi Humas juga menyatakan bahwa postingan *launching* dari karakter Mayuh Isthika di Instagram mendapatkan banyak antusiasme audiens dibandingkan dengan postingan lainnya. Pada postingan launching Mayuh Isthika pada tanggal 15 Mei 2025 yang diunggah oleh akun resmi kampus @telkomuniversity-purwokerto yang ditautkan dengan akun @mayuhisthika, tercatat pada tanggal 20 November 2025 mendapatkan 3.207 like, 2.554 bagikan, 187 penyimpanan, 106 komentar, 2 posting ulang, 38.377 akun yang dijangkau dan 56.841 imersi. Di tanggal yang sama 15

Mei 2025, akun resmi Telkom University Purwokero mengunggah video pengenalan kampus di platform Youtube. Dari hasil pengamatan penulis pada tanggal 20 November 2025, postingan Youtube tersebut mendapat 34 like, ditonton sebanyak 1.362 kali, dan 3 komentar. Sedangkan postingan di platform Facebook akun resmi kampus hanya mendapatkan 1 like.

Postingan lainnya yang diunggah oleh akun @mayuhisthika mendapat respon yang lumayan banyak seperti postingan pengenalan kampus yang diunggah 16 Mei 2025 mendapatkan 561 like, 9 komentar, 84 bagikan, 14 penyimpanan, 14.661 tayangan.



Gambar 6. Postingan Launching VTuber Mayuh Isthika (Dokumentasi Pribadi, 2025).

Penulis juga melakukan uji survei sampling yang dibagikan melalui google form, dan didapatkan hasil bahwa materi pengenalan kampus yang berbentuk tradisional berbentuk brosur, leaflet, video formal bersifat kaku dan kurang menarik, sedangkan materi pengenalan kampus yang menggunakan media imersif seperti VTuber, virtual tour dan AR lebih menarik. Dari hasil survei juga didapatkan jawaban bahwa karakter Mayuh Isthika menarik dan dapat mewakili identitas lokal dan ciri khas dari Telkom University Purwokerto. Didapatkan juga hasil informasi kegiatan kampus yang disampaikan oleh Mayuh Isthika sangat mungkin untuk diikuti kontennya. Dari sampel dua postingan instagram dan hasil survei yang penulis bagikan menunjukkan tingginya antusiasme audiens terhadap info yang disampaikan melalui akun VTuber Mayuh Isthika.

Sehingga dalam implementasinya, Mayuh Isthika aktif berinteraksi dengan audiens melalui fitur siaran langsung dan kolom komentar, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang dialogis. Calon mahasiswa dapat mengajukan pertanyaan atau tanggapan yang langsung direspon oleh karakter

VTuber, menjadikan pengalaman pengenalan kampus lebih imersif dan personal. Dengan demikian, penggunaan VTuber “Mayuh Isthika” sebagai media komunikasi visual imersif diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan efektivitas pesan dalam promosi kampus, melalui perpaduan inovatif antara seni desain, animasi interaktif, teknologi digital, dan strategi komunikasi modern.



Gambar 7. Mayuh Isthika pada Video Promosi
(Dokumentasi Pribadi, 2025).

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa VTuber telah berkembang sebagai agen desain komunikasi visual interaktif dan inovatif di era digital *multiplatform*. VTuber Mayuh Isthika dimanfaatkan sebagai media komunikasi visual kampus yang mengkolaborasikan multidisiplin ilmu yaitu seni ilustrasi, animasi digital, teknologi media rekam, dan strategi komunikasi. Melalui pendekatan hibriditas kreatif, karakter Mayuh Isthika berhasil dikembangkan dengan mengintegrasikan identitas institusi dan nilai lokal Banyumas sebagai representasi visual. Implementasi VTuber terbukti efektif dalam menciptakan pengalaman pengenalan kampus yang lebih interaktif, personal dan menarik para audiens. VTuber terbukti memiliki potensi besar sebagai media pengenalan kampus yang efektif bagi generasi Z karena bersifat interaktif. Namun dalam penerapannya tidak semua *platform* media sosial mendapatkan antusiasme yang sama, dari hasil penelitian diatas Instagram menjadi platform dengan antusiasme tertinggi. Dengan demikian, VTuber dapat berfungsi sebagai inovasi komunikasi visual yang relevan dalam praktik pengenalan atau branding kampus kepada audiens. Penelitian ini

membuka peluang bagi pengembangan lanjutan, seperti integrasi teknologi 3D, AR/VR, dan sistem interaksi berbasis kecerdasan buatan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada Sentra Inovasi yang telah mendanai perancangan VTuber Mayuh Isthika pada hibah Inovasi Terapan 2023 dan dan Humas Telkom University Purwokerto yang mendanai menyempurnakan asset dan publikasi VTuber Mayuh Isthika. Semoga hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, institusi dan pengenalan kelokalan Banyumas.

Referensi

Azuri, A., Pratama, D., & Kurniawan, E. (2023). Analisa efektivitas media pembelajaran melalui konten Virtual YouTube: Studi kasus Airani Iofiteen. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising dan Desain Grafis*, 1(1), 1–12.

Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. Routledge.

Galbraith, P. W. (2023). Anime, virtual idols, and mediated performance culture in Japan. *International Journal of Cultural Studies*, 26(1), 3–18.

Hidayat, A. (2021). Karakter digital dalam konstruksi narasi audiovisual: Kajian estetika media rekam. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 17(2), 112–123. <https://journal.isi.ac.id/index.php/rekam>

Jenkins, H. (2013). *Textual poachers: Television fans and participatory culture* (Updated ed.). Routledge.

Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.

Regis, R. D. D., Silva, M., & Rodrigues, T. (2022). VTuber concept review: The new frontier of virtual entertainment. *Proceedings of the 24th Symposium on Virtual Reality*, 1–8. <https://doi.org/10.1145/3604479.3604523>

Scolari, C. A. (2022). *Media ecology and transmedia literacy: The redesign of meaning in digital culture*. MIT Press.

Wirawan, A., & Mahameruaji, J. N. (2020). Representasi karakter digital dalam konteks budaya populer: Studi pada animasi Indonesia. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 16(1), 45–56. <https://journal.isi.ac.id/index.php/rekam>

YouTube Culture & Trends. (2020). *The rise of VTubers: Virtual creators and their global impact*. Google Inc.