

**PERANCANGAN *CONCEPT ART* KARAKTER SEBAGAI ASET VISUAL ANIMASI
2D PADA KASUS PENTINGNYA MENJAGA JEJAK DIGITAL DALAM *PERSONAL
BRANDING* BAGI MAHASISWA BANDUNG**

**CHARACTER CONCEPT ART DESIGN AS VISUAL ASSET FOR 2D
ANIMATION ON THE CASE OF THE IMPORTANCE OF MAINTAINING
DIGITAL FOOTPRINT IN PERSONAL BRANDING FOR BANDUNG
STUDENTS**

Raissa Calista Al Mahdi¹, Yosa Fiandra², Muhammad Yudhi Rezaldi³

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

raissalista@student.telkomuniversity.ac.id¹, pichaq@telkomuniversity.ac.id²,

yudtelu@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital memiliki berbagai manfaat untuk mempermudah kegiatan sehari-hari, namun tidak dapat dipungkiri bahwa hal ini juga membawa dampak negatif jika tidak berhati-hati. Saat mengakses internet, kita meninggalkan sebuah arsip atau jejak yang biasa disebut dengan jejak digital. Jejak digital seseorang perlu diperhatikan dan dijaga karena jejak digital tidak bisa hilang dengan mudah. Oleh karena itu, perlu adanya media edukasi mengenai pentingnya menjaga jejak digital, khususnya untuk para mahasiswa yang sedang membuat *personal branding* dan akan segera lulus untuk mencari lowongan pekerjaan. Untuk itu, pembuatan animasi 2D sebagai media edukasi untuk meningkatkan kesadaran akan menjaga jejak digital sehingga diperlukan desain *concept art* karakter untuk mempermudah proses pembuatan karya animasi 2D dengan penentuan konsep dan *artstyle* yang sesuai agar pesan yang ingin disampaikan bisa ditangkap dengan baik oleh penonton. Pembuatan animasi 2D tersebut didasarkan oleh pencarian data melalui observasi, wawancara, kuisisioner, dan analisis objek.

Kata kunci: jejak digital, *personal branding*, animasi 2D, *concept art* karakter, mahasiswa

ABSTRACT

The development of digital technology has various benefits to help with daily activities, but it cannot be denied that it also has a negative impact if we are not being careful. When accessing the internet, we leave an archive or trace commonly referred to as a digital footprint. A person's digital

footprint needs to be considered and maintained because digital footprints cannot be removed easily. Therefore, there is a need for educational media about the importance of maintaining digital footprints, especially for students who are creating personal branding and will soon graduate to find job vacancies. For this reason, the creation of 2D animation as an educational media to raise awareness of maintaining digital footprints requires a character concept art design for the process of making 2D animation works by determining the appropriate concept and artstyle so that the message to be conveyed can be captured properly by the audience. The 2D animation is based on data search through observation, interviews, questionnaires, and object analysis.

Keywords: digital footprint, personal branding, 2D animation, character concept art, university students.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Jejak digital atau *digital footprint* adalah data yang ditinggalkan oleh pengguna internet saat beraktivitas di ruang digital. Adapun rekaman data yang dilacak bisa berupa aktivitas, tindakan, kontribusi, dan komunikasi digital. Jejak digital dibagi menjadi dua, yaitu jejak digital aktif dan jejak digital pasif. Jejak digital aktif merupakan data yang dibagikan secara sadar atau sengaja, misalnya postingan dan komentar di media sosial, sedangkan jejak digital pasif merupakan data yang ditinggalkan pengguna saat memakai internet, seperti riwayat pencarian dan alamat IP (I Wayan Adi, 2022). Dalam pembahasan ini, perancang akan membahas tentang pentingnya menjaga jejak digital aktif pada sosial media Instagram, terutama bagi mahasiswa Bandung yang sedang membangun *personal branding* untuk menempuh karir. *Personal branding* itu sendiri dapat diartikan sebagai proses pembentukan persepsi positif orang lain terhadap aspek yang dimiliki seseorang sebagai alat pemasaran (Haroen, 2014).

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Lembaga Kursus dan Pelatihan Kerja Profesional Prasmul Eli, hasil menunjukkan bahwa 90% pemberi kerja mempertimbangkan aktivitas jejak digital pelamar kerja saat merekrut dan 79% SDM telah menolak kandidat berdasarkan penemuan di media sosial (Artikel Prasetya Mulya Executive Learning Institute, 2022). Pada artikel Voi.id yang berjudul “Ini Bukti Jejak Digital Bisa Pertaruhkan Reputasi dan Karir Anda!” dijelaskan bahwa riset yang dilakukan oleh perusahaan keamanan siber Kaspersky, sepertiga pelamar kerja (30%) mengatakan postingan sosial

media telah merusak prospek pekerjaan mereka. Bahkan, lebih dari sepertiga (38%) percaya bahwa kemungkinan menerima tawaran pekerjaan akan menurun jika calon perekrut memiliki akses ke unggahan sosial media pelamar kerja (Tachta Citra Elfira dan Ary Julianto, 2022). Tanpa disadari, jejak digital menjadi pengaruh besar dalam hidup kita, terutama bagi mahasiswa yang akan menempuh karir karena saat ini perekrut kerja dalam beberapa perusahaan akan menjadikan jejak digital sebagai pertimbangan kelayakan pelamar kerja.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, terdapat ketertarikan yang perancang rasakan saat melakukan observasi, dimana upaya peningkatan kewaspadaan mengenai jejak digital ini sudah dilakukan melalui artikel online dan video singkat di sosial media namun masih tidak dihiraukan, atau bahkan tidak sadar bahwa jejak digital itu bisa membahayakan karir. Setelah melakukan wawancara dengan mahasiswa di Bandung, ada yang sebenarnya sudah sadar mengenai bahaya jejak digital, namun tidak tahu cara mengelola sosial media dengan baik. Mahasiswa dengan rentang umur 18 - 24 tahun termasuk generasi Z. Menurut Survei Internet 2024 oleh APJII, konten internet hiburan yang paling sering dikunjungi oleh generasi Z berupa video online dengan persentase (78,35%), musik online (63,23%), game online (35,97%), TV berbasis online (12,68%), dan radio online (2,82%). Afif (2021) menyatakan bahwa “Dengan media animasi diharapkan dapat menjadi media pendidikan yang kreatif bagi anak usia dini dan bagi remaja juga dewasa yang dalam hal ini menjadi objek transfer nilai pendidikan.” Oleh karena itu perancang tertarik untuk membuat pendekatan dengan membuat animasi pendek 2D yang bisa diakses secara online untuk mengedukasi orang-orang, terutama mahasiswa mengenai pentingnya menjaga jejak digital.

Dalam pembuatan animasi pendek, perancang bertanggung jawab pada pengerjaan *concept art* karakter yang berfokus pada pembuatan visualisasi desain karakter, *color palette* karakter, dan seluruh elemen yang dapat menghidupkan alur cerita dari animasi pendek yang dibuat. *Concept art* karakter ini menjadi dasar yang inovatif dan kreatif dari perancangan animasi, untuk memvisualisasikan perkembangan dari desain, ide, dan suasana yang dipresentasikan (Shamsuddin, 2014). Selain memudahkan proses pra-produksi dalam pembuatan animasi, *concept art* karakter yang dibuat akan menggambarkan tokoh yang memiliki kedekatan secara emosional dan fisik, terhadap target audiens yaitu mahasiswa di Bandung dalam rentang umur 18 - 24 tahun agar dapat menumbuhkan perasaan emosional terhadap karakter yang dibuat, dengan harapan audiens mampu merasakan dan menangkap

pesan yang ingin disampaikan kepada mereka mengenai pentingnya menjaga jejak digital.

2. Landasan Teori

2.1 Oversharing

Menurut Hoffman (2009) *oversharing* merupakan suatu pengungkapan informasi eksekusif yang tidak sesuai dengan konteks. Adapun pendapat lain menurut Afrilia (2017) bahwa *oversharing* itu bisa diartikan sebagai perilaku terlalu banyak berbagi di sosial media. Sejalan dengan kedua teori tersebut, Griffiths (2013) berpendapat bahwa *oversharing* di social media dapat menyebabkan efek adiktif, sehingga perlu pendekatan biologis, psikologis, dan sosial untuk mengatasinya.

2.2 Jejak Digital

Heni Mulyati (2021) mengatakan bahwa jejak digital adalah jejak data yang dibuat dan ditinggalkan oleh pengguna saat menggunakan media digital. Beliau juga menambahkan bahwa terdapat jejak digital aktif dan pasif, dengan jejak digital aktif merupakan data yang sengaja ditinggalkan di internet, sedangkan jejak digital pasif merupakan data yang tidak sengaja atau tanpa pengetahuan kita ditinggalkan di internet.

2.2.1 Pengelolaan Jejak Digital

Pengelolaan jejak digital yang baik dapat dilakukan dengan meninggalkan catatan karya atau prestasi yang dicapai pada sosial media, dengan harapan dapat menunjukkan karya berkualitas yang pernah dibuat saat mengetikkan nama kita di internet (Heni Mulyati, 2021).

2.3 Personal Branding

Erwin dan Tumewu (2014) berpendapat bahwa *personal branding* merupakan suatu identitas pengingat yang dibangun oleh seseorang, baik secara sengaja atau tidak, mengenai keahlian, perilaku, dan prestasi yang dimiliki untuk menampilkan citra dirinya.

2.4 Media Animasi 2D

“Animasi merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan atau cerita. Dengan berbagai macam tema dan genre yang diangkat dalam dunia animasi, menjadikan animasi salah satu jenis film yang disenangi oleh berbagai kalangan baik dari anak-anak hingga dewasa” (Nahda & Afif, 2022).

2.4.2 Saluran Media Animasi

Dalam menyalurkan media animasi 2D terdapat beberapa media yang dapat digunakan, salah satunya adalah melalui perancangan artbook. Menurut Adisasmito (2002)

artbook merupakan kumpulan karya seni seorang seniman maupun kolaborasi antar beberapa seniman yang memiliki ciri khas serta unsur estetika yang dikemas dalam bentuk buku.

2.5 Concept Art

“*Concept art* adalah gambaran konsep suatu karya. *Concept art* mencakup ide-ide dan eksplorasi pembuatnya dalam pembuatan karya visual” (Tobing, Afif & Sumarlin, 2023).

2.5.1 Concept Art Karakter

Menurut Jon Raymond (2014) *concept art* seringkali disebut sebagai *visual development* atau perkembangan visual, yang bermaksud sebagai unsur penting untuk mengembangkan visualisasi dalam sebuah proyek, dengan menggunakan alur cerita sebagai pedoman untuk keseluruhan proses visualisasi.

2.5.2 Art Style

Menurut Isaac Kerlow (2015) terdapat tiga jenis *art style* atau pengayaan dalam karakter animasi yaitu *cartoon characters*, *stylized characters*, dan *realistic characters*.

3. Data dan Analisis Data

3.1 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Oleh karena itu, perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data secara kualitatif melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.2 Data dan Analisis Objek

3.2.1 Data Hasil Observasi

a. Observasi Laman Sosial Media Instagram

Pada tanggal 5 Desember 2023, perancang melakukan *surfing* pada laman sosial media Instagram melalui akun pribadinya untuk mencari contoh jejak digital yang memperburuk citra diri dan berpotensi membahayakan karir karena tidak menjaga jejak digitalnya dengan baik. Hal pertama yang dilakukan adalah membuka akun @drama.telyu. Dalam postingan akun ini, selalu ada komentar-komentar yang bersifat agresif atau hinaan, dimana menurut survei Matthew Smith pada tahun 2017, menduduki peringkat pertama dalam kategori postingan sosial media yang dapat menghambat seseorang dalam perekrutan pekerjaan.



Selain dari jejak digital komentar yang ditinggalkan pada akun publik, adapun contoh postingan pada feeds yang *offensive* karena mengandung gestur atau isyarat dengan pesan menghina.

Pada tanggal 3 Januari 2024, perancang melakukan observasi lagi pada laman sosial media Instagram. Perancang menemukan contoh foto lain yang menduduki peringkat ke-4 dalam survei, yaitu foto yang berhubungan dengan alkohol.



Selain foto alkohol, pada peringkat ke-6 dan ke-7 pada survei menyebutkan bahwa postingan konten *oversharing* dan terlalu banyak foto diri juga menjadi pertimbangan dalam pengecekan jejak digital.

b. Observasi penduduk Bandung

Menurut data dari Sensus Penduduk Indonesia tahun 2000, didapatkan hasil bahwa kota Bandung memiliki penduduk berjumlah 2.123.889 dengan mayoritas persentase orang Sunda (76,53%), orang Jawa (12,68%), orang Tionghoa (3,31%), dan suku lainnya.

Berikut hasil observasi dari masing-masing representasi suku dan etnis beserta daerah asalnya:

Etnis Tionghoa dari kota Surabaya	Suku Sunda dari kota Tasikmalaya	Suku Sunda dari kota Bandung
-----------------------------------	----------------------------------	------------------------------

		
<p>Ciri fisik: Warna kulit terang dan kekuningan Alis tipis dan panjang Bulu mata lentik Bentuk wajah oval</p>	<p>Ciri fisik: Warna kulit terang dan pucat Alis pendek dan tebal Terdapat lipatan diatas mata Bentuk wajah bulat</p>	<p>Ciri Fisik: Warna kuning langsung Alis tebal dan panjang Bentuk ujung mata tertarik ke atas Bentuk wajah persegi panjang</p>

Setelah itu, perancang dapat membuat moodboard yang akan membantu dalam proses perancangan *concept art* karakter, yaitu untuk karakter utama dan karakter sampingan.



c. Observasi “Film Pendek : *Digital Footprint*”

Pada platform Youtube, ditemukan video yang berjudul “Film Pendek : *Digital Footprint* - Rekam Jejak Digital, By SEJIWA Supported By Google.org” diunggah oleh Yayasan SEJIWA.

Film pendek ini dimulai dengan memperlihatkan tokoh “Tina” yang sedang diwawancarai dua karakter lainnya untuk mendapatkan kesempatan program pertukaran ke Amerika yang sangat ia inginkan. Pewawancara terlihat senang dan terkesan terhadap “Tina”, namun dijelaskan bahwa langkah terakhir pemilihan akan dilakukan dengan pengecekan referensi dan *background* oleh tokoh “Ibu Santi”. Namun setelah menemukan postingan-postingannya yang “*offensive*” Ibu Santi menggagalkan kesempatan Tina untuk mengikuti program pertukaran pelajar.

3.2.2 Data Hasil Wawancara

Dalam rangka memenuhi kebutuhan data yang diperlukan untuk perancangan *concept art* karakter, dibutuhkan data wawancara dari mahasiswa, HR, dan psikolog.

1. Wawancara dengan Konsultan *Training & Coaching*

Saat sesi perkenalan, narasumber menceritakan bahwa beliau merupakan lulusan S1 Psikologi di Universitas Indonesia. Pada tahun 2001, beliau pernah bekerja pada divisi HRD Rekrutmen di Majalah Tempo selama 3 bulan. Kemudian dari tahun 2001 – 2009, beliau bekerja sebagai Konsultan untuk rekrutmen level *staff* sampai senior manager. Sejak 2009 sampai tanggal wawancara ini, beliau bekerja sebagai konsultan training dan coaching di *Asian Leadership Center (ALC)*.

Pada pandangan HR, saat proses rekrutmen hal yang paling penting adalah kecocokan dan kredensial suatu individu terhadap pekerjaan yang ia tuju. Disisi lain, prestasi, pengalaman kerja, dan riwayat pendidikan juga bisa menjadi pertimbangan HR. Selain itu setiap perusahaan memiliki budaya-nya sendiri, hal ini juga harus diperhatikan saat melamar pekerjaan. Adanya *personal branding* juga bisa sangat membantu saat melamar pekerjaan. Namun harus diperhatikan bahwa *personal branding* juga tidak bisa asal disusun, harus direncanakan terlebih dahulu ingin menonjolkan aspek diri apa saja yang ingin dilihat orang lain.

Dari perspektif HR, mereka menggunakan sosial media sebagai kecocokan impresi mereka saat di wawancara karena terkadang impresi HR yang didapatkan saat wawancara belum tentu sama dengan impresi saat melihat sosial media pelamar kerja. Strategi penyampaian pesan di sosial media juga bisa menjadi poin tambahan bagi HR, contohnya saat menceritakan kegagalan, tidak terlarut dan masih bisa bangkit lagi ke arah yang lebih baik. Beliau berpendapat lebih dari 50% peran jejak digital dalam proses rekrutmen, hal ini dikarenakan masa yang sudah serba digital. Sosial media juga bisa menjadi proses *screening* pelamar pekerja dengan lebih cepat dan akurat karena bisa mengetahui banyak tentang pelamar pekerja tanpa bertemu secara langsung.

2. Wawancara dengan Mahasiswa di Bandung

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, diadakan sesi wawancara secara *online* melalui *zoom* bersama mahasiswa Bandung yaitu Fannia Amalia Halima dari Telkom University, Zahra Nur Halisa dari Universitas Pendidikan Indonesia, dan Ayra Nazneen Ramadhani Simatupang dari Institut Teknologi Bandung.

Berdasarkan narasumber mahasiswa dari Telkom University, ia pernah memiliki pengalaman mendapatkan sindiran dan cacian saat ia memberikan komentar mengenai *idol* yang diikutinya. Agar masalah tidak menjadi panjang, ia memutuskan untuk menghapus

komentarnya agar tidak merusak jejak digital dirinya dan *idol* tersebut. Ia menggunakan Instagram untuk *personal branding*, alasannya karena semua hal yang berhubungan dengan digital lebih banyak menjangkau audiens, sehingga akan lebih mudah untuk dikenal banyak orang jika mempromosikan diri kita lewat platform tersebut. Narasumber menjelaskan bahwa jejak digital yang diketahuinya itu semua yang terekam secara digital itu tidak bisa hilang secara permanen, ia berpendapat bahwa menjaga jejak digital dengan baik itu dilakukan dengan mengelola diri sendiri dengan mengetahui hal-hal yang pantas dan tidak pantas untuk dibagikan. Narasumber berpendapat bahwa jejak digital itu tidak terlalu berpengaruh untuk *personal branding* karena jejak digital merupakan kejadian di masa lalu sedangkan *personal branding* untuk masa depan, namun kedua hal tersebut memang saling berkaitan sehingga tetap harus diperhatikan dan dijaga dengan baik.

Berdasarkan narasumber mahasiswa dari Universitas Pendidikan Indonesia, ia berpendapat bahwa segala hal yang disebarluaskan di sosial media termasuk jejak digital. Namun saat ditanya mengenai menjaga jejak digital, narasumber belum mengetahui mengenai hal itu. Ia setuju bahwa jejak digital itu penting diperhatikan karena di masa depan, kita bisa menyesali hal-hal yang pernah kita posting. Ia juga berpendapat bahwa jejak digital tidak terlalu berpengaruh pada *personal branding* karena *personal branding* yang kita inginkan bisa diganti dan berubah-ubah dari waktu ke waktu. Dalam pengalaman narasumber untuk magang dan mencari pekerjaan, ia pernah diminta untuk membagikan akun sosial media pribadinya kepada HRD perusahaan.

Berdasarkan narasumber mahasiswa dari Institut Teknologi Bandung, ia berpendapat bahwa jejak digital merupakan *track record* seseorang saat menggunakan internet. Namun, ia belum mengetahui istilah menjaga jejak digital atau pengelolaan jejak digital dengan baik. Ia berpendapat bahwa *personal branding* itu penting saat mencari pekerjaan karena dapat memperlihatkan visi dan misi individu akan cocok atau tidak dengan perusahaan yang dituju. Narasumber merasa pengetahuan mengenai menjaga jejak digital dalam *personal branding* ini perlu mendapatkan perhatian yang lebih karena jika disepelekan akan berpotensi untuk merusak citra diri, apalagi jejak digital itu tidak bisa hilang selamanya.

3.3 Analisis Karya Sejenis

Under This Luminous Sky	Golden Hour	Scott Pilgrim: Takes Off
		

Selama melakukan analisis karya sejenis, didapatkan data mengenai referensi yang dapat diimplementasikan dalam perancangan *concept art* karakter seperti membantu penentuan *art style*, skema warna, dan dinamika antar karakter dalam perancangan *concept art* karakter. Dengan pembagian film animasi pendek *Under This Luminous Sky* menjadi acuan dalam penentuan dinamika antar karakter, animasi film pendek *Golden Hour* menjadi acuan dalam penentuan *art style* karakter, dan animasi series *Scott Pilgrim Takes Off* menjadi acuan dalam penggambaran ekspresi karakter. Perancang menggunakan ketiga referensi tersebut karena memiliki kecocokan dengan perancangan animasi yang dibuat, selain itu, ketiga referensi tersebut sama-sama memenangkan penghargaan animasi.

4.1 Konsep Perancangan

4.1.1 Konsep Pesan

Saat ini, sosial media menjadi bagian penting dalam kehidupan orang-orang termasuk mahasiswa, tanpa sadar akan jejak digital yang ditinggalkannya. Jika lalai atau tidak tahu cara dalam menjaga jejak digitalnya, hal itu bisa menjadi berbahaya bagi dirinya sendiri maupun orang disekitarnya. Oleh karena itu, perancangan *concept art* karakter ini diharapkan dapat menjadi himbauan untuk membantu meningkatkan kesadaran untuk pentingnya menjaga jejak digital, serta menyalurkan informasi mengenai kerugian dan bahaya apa yang akan menimpa orang yang tidak menjaga jejak digitalnya dengan baik yang akan disampaikan melalui karakter utamanya.

4.1.2 Konsep Kreatif

Pada perancangan *concept art* karakter 2D ini melalui alur pengerjaan dimulai dengan kajian visual, perancang menentukan subjek berupa mahasiswa Bandung dan

pendiri studio kreatif sebagai karakter pada animasi. Kemudian perancang melakukan observasi melalui internet dan secara langsung tentang ciri khas mahasiswa Bandung yang memiliki sifat terbuka dan mahasiswa Bandung pada umumnya, serta pendiri studio kreatif yang masih muda memiliki bentuk tubuh, gestur, dan wajah seperti apa. Selanjutnya, perancang menentukan referensi, baik bentuk fisik maupun pakaian yang dikenakan, gaya rambut, dan warna pakaian. Selain itu penulis juga menggunakan pengalaman dan ingatan pribadi selama kuliah *on-site* dengan melihat pakaian orang-orang di kampus sebagai referensi. Dalam penentuan *art style*, perancang memutuskan untuk memakai animasi *Golden Hour* yang memiliki gaya *stylized character* sebagai referensi utama dalam perancangan. Selain itu, *art style* juga disesuaikan dengan kemampuan perancang lainnya, terutama dengan *art style* animator. Setelah data-data yang diperlukan sudah terkumpul, perancang mulai membuat sketsa kasar. Dalam pembuatan sketsa kasar, perancang membuat masing-masing lima *art style* untuk tiap karakter untuk memaksimalkan eksplorasi karakter. Setelah menemukan *art style* yang cocok untuk setiap karakter, penulis membuat tiga alternatif lagi sesuai *art style* yang sudah ditentukan. Setelah alternatif desain karakter ditunjukkan dan disetujui oleh dosen pembimbing, perancang melakukan finalisasi pada masing-masing karakter seperti penambahan aksesoris dan warna.

4.1.3 Konsep Media

a. Media Utama

Dalam perancangan concept art karakter ini, perancang menggunakan media utama berupa aplikasi *Procreate* dan *Clip Studio Paint*. Perancang menggunakan *Procreate* dalam tahap pembuatan sketsa, eksplorasi *art style*, dan eksplorasi warna. Sedangkan, software *Clip Studio Paint* digunakan dalam perancangan *finishing concept art* karakter seperti penambahan detail dan *effect*.

b. Media Publikasi

Media publikasi yang digunakan berupa *artbook* yang berisikan premis, sinopsis cerita, *model sheet* setiap karakter dan proses pembuatannya, *thumbnail*, *storyboard*, beserta proses *animate dan composite*.

4.1.4 Konsep Visual

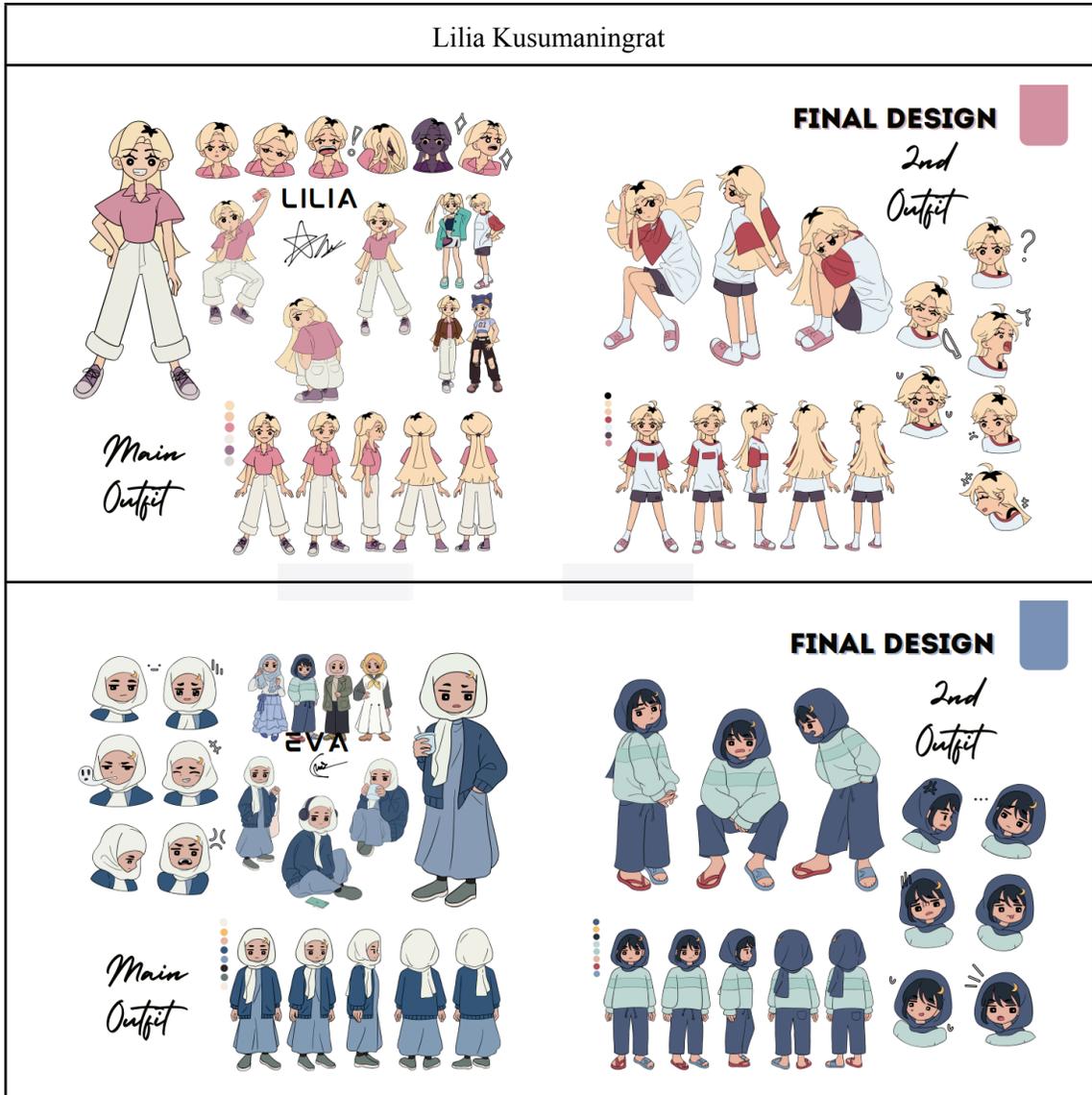
Dalam perancangan concept art karakter ini, gaya penggambaran yang digunakan adalah *stylized character* dengan campuran gaya western dan asian. Desain karakter

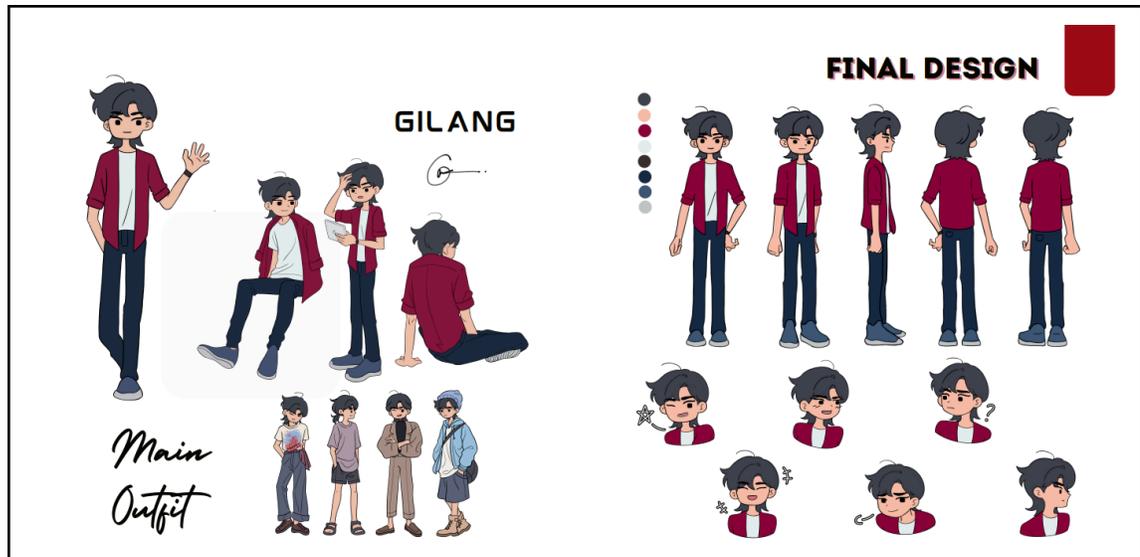
memiliki gaya yang sederhana, serta minim detail, sorotan cahaya, dan bayangan.

Concept art karakter ini berisikan model sheet masing-masing karakter yaitu Lilia, Eva, dan Gilang. Model sheet ini terdiri dari desain turn around, ekspresi, gestur, skala, poster tubuh, properti, dan *splash art* tiap karakter.

4.2 Hasil Perancangan

Berikut hasil dari perancangan *concept art* karakter sebagai aset visual untuk animasi 2D:





5.1 Kesimpulan

Jejak digital bisa menjadi tolak ukur tim HR dalam beberapa perusahaan, oleh karena itu menjaga jejak digital untuk personal branding seharusnya lebih diperhatikan lagi terutama bagi mahasiswa yang akan melanjutkan kehidupan dengan melamar pekerjaan. Berdasarkan hasil kuesioner penonton, karya animasi 2D Digital Boomerang sudah berhasil mengedukasi dan memberi informasi mahasiswa Bandung untuk lebih menjaga jejak digitalnya beserta cara pengelolaannya dengan baik.

Melalui perancangan concept art karakter ini, dapat disimpulkan bahwa pembuatan karakter untuk animasi 2D membutuhkan beberapa tahapan, dimulai dari pencarian referensi, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan garis tepi dan siluet, dimana dari siluet tersebut dikembangkan menjadi alternatif *art style* dan *body shape*, lalu jika sudah menentukan *art style*, selanjutnya membuat alternatif pakaian dan rambut dengan beragam pilihan warna, dan yang terakhir adalah tahap *finishing* yaitu *shading* dan *rendering*. Saat desain karakter sudah jadi, setiap karakter dibuat turn around, gestur, ekspresi, serta *outfit change* yang dikemas dalam *character sheet*.

5.2 Saran

Alangkah baiknya jika hasil final perancangan *concept art* karakter dan animasi 2D ini ditonton oleh berbagai kalangan masyarakat, karena tidak hanya mahasiswa, namun semua orang bisa memiliki kejadian yang tidak mengenakan jika tidak menjaga jejak digitalnya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Hoffman, A. (2009). *Oversharing: A critical discourse analysis*. The University of Wisconsin-Milwaukee.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Khodijah, N. (2006). *Psikologi Belajar*. Palembang: IAIN Raden Fatah Press. Melki. (2022, Juli 19). *Pakar Ingatkan Warga Kelola Jejak Digital Cegah Kerugian*. Diakses dari Satu Harapan: <https://www.satuharapan.com/read-detail/read/pakar-ingatkan-warga-kelola-jejak-digital-cegah-kerugian>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kerlow, Isaac. 2004. *The Art of 3D: Computer Animation and Effects*. New Jersey, USA: John Wiley and Sons, Inc
- Adisasmito, N. D. (2002). *Buku Seni. Wacana Seni Rupa, 2(4)*.
- Tobing, S. L., Afif, R. T., & Sumarlin, R. S. (2023). *Perancangan Concept Art Karakter 2D Mbok Jamu sebagai Media Edukasi mengenai Jamu Tradisional pada Remaja*. eProceedings of Art & Design, 10(6).
- Nahda, A. S., & Afif, R. T. (2022). *Kajian Semiotika dalam Animasi 3D Let's Eat*. Jurnal Nawala Visual, 4(2), 81-86.
- Ramdhan, Z., & Fahrezi, A. I. (2019). *Perancangan Karakter Animasi Pendek 2D "Lovely Paws"*. e Proceedings of Art & Design, 6(3).
- Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2014). *Personal Brand Inc : Rahasia untuk Sukses dan Bertahan di Karir*. Jakarta: Gramedia.
- Rizkinaswara, L. (2021, Agustus 13). *Waspada Rekam Jejak Digital Kita di Internet*. Diakses dari Kominfo: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/waspada-rekam-jejak-digital-kita-di-internet/>
- Afrilia, D. (2017, November 26). *Tanda-tanda oversharing di media sosial*. Beritagar. Diakses dari <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/tanda-tanda-oversharing-di-media-sosial>

Griffiths, M. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5), 1000e118. Diakses dari <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>

Mulya, Prasetya. (2022, Februari 25). Pengaruh Jejak Digital pada Proses Rekrutmen. Diakses dari <https://prasmul-eli.co/id/articles/Pengaruh-Jejak-Digital-pada-Proses-Rekrutmen>

Shamsuddin. (2014) Animation, Concept art, Dynamic Drawing, Perspective, *Journal of Modern Science and Technology*, Vol. 2. Diakses dari https://www.academia.edu/34740433/A_Directional_Model_of_Concept_Art

Elfira, T. C., & Julianto, A. (2022, Januari 18). Ini Bukti Jejak Digital Bisa Mempertaruhkan Reputasi dan Karir Anda. Diakses pada 7 Juni, 2024, dari <https://voi.id/teknologi/125084/ini-bukti-jejak-digital-bisa-pertaruhkan-reputasi-dan-karir-anda>

Raymond, J. (2014, Januari 30). Concept Art: What Is Concept Art And Why Is It Important? *Artistry in Games*. Diakses Juli 28, 2024, dari <https://artistryingames.com/concept-art-concept-art-importan>