

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, terlihat bahwa inovasi didalam dunia digital sudah berkembang sangat pesat, begitu juga dengan peran desain karakter yang dapat menjadi elemen yang berpengaruh dalam perkembangan suatu media yang bergerak didalam media sosial. Dikutip dari jurnal Atsabit, M. F. H., & Irfansyah (2023) yang mengatakan, pengaruh elemen visual terhadap ketertarikan khalayak sasaran terhadap karakter fiksi menggunakan pendekatan *mise-en-scene* pada video game trailer “Final Fantasy XIV: Endwalker. Hal ini memperlihatkan bahwa sasaran audiens mengalami ketertarikan terhadap video game trailer ini karena adanya karakter fiksi. Adanya penelitian ini, membuktikan bahwa desain karakter dapat meningkatkan *engagement*.

Tak jarang saat ini kita melihat desain karakter telah menjadi hal yang penting untuk dapat membantu menyampaikan pesan secara digital, karena melihat adalah hal yang paling awal dilakukan oleh seseorang dibandingkan dengan membaca, sehingga dengan adanya desain karakter dapat menjadi *unique selling point* yang dapat menjadi karakter yang khas dan juga familiar bagi audiens. Hal ini menjadikan media Condfe yang banyak bergerak dibidang media sosial bisa mendapatkan audiens yang lebih banyak sebagai bentuk dari meningkatnya *engagement* yang terjadi akibat adanya desain karakter. Hal ini telah disebutkan didalam penelitian Damanik, D.N., & Aprinawati A. (2025) yang mengatakan pengaruh desain berupa konten visual dapat memengaruhi brand awareness dengan mediasi *engagement*. Dengan kutipan ini kita dapat menyimpulkan bahwa desain berbentuk visual yang ada pada sebuah konten khususnya Instagram, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *engagement* sebuah media, yang kemudian meningkatkan brand awareness pada media tersebut, yang mana pada penelitian ini akan berpengaruh terhadap *engagement* pada Instagram milik Condfe, tempat media ini bergerak dan memberikan berbagai konten terhadap audiens dan komunitasnya yaitu condfie.

Condfe adalah media perempuan yang dibuat oleh para perempuan muda Indonesia yang memiliki ambisi dan juga kepercayaan diri yang besar. Condfe sendiri adalah singkatan dari *Confident Women* yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia yaitu wanita yang percaya diri. Condfe merupakan media perempuan yang telah berdiri pada tahun 2021, berdiri dibawah naungan PT. Suara Kreatif Muda atau sering dikenal sebagai CBN (Creative Broadcasting Network). Condfe sendiri terdiri dari perempuan muda Indonesia yang termasuk kedalam Gen-Z, karena condfe merupakan perempuan muda yang dimulai dari remaja yang berusia 13 tahun yang masih duduk dibangku SMP, hingga perempuan dewasa berusia 28 tahun, yang telah menyelesaikan perkuliahannya, sudah bekerja, menikah dan ataupun menjadi ibu muda yang tentunya memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

Dengan audiens Condfe sebagai media yang bergerak pada bidang media sosial saat ini memiliki audiens yang mayoritas adalah Gen-Z, pembuatan desain karakter yang di terapkan kedalam berbagai transmedia dapat menjadi daya tarik audiens. Hal ini dibuktikan didalam jurnal Tjahyadi & Antonio (2023) menyoroti bahwa desain grafis yang menarik untuk meningkatkan minat audiens Gen-Z terhadap konten pada media sosial. Hal ini mendukung pembuatan desain karakter yang disebutkan didalam jurnal sebagai bentuk desain grafis yang menjadi konten yang dibagikan Condfe didalam media dapat menjadi ide yang lebih efektif menarik audiens diawal, dibandingkan dengan tampilan dengan hanya teks.

Transmedia dapat menjadi alat komunikasi yang relevan untuk menjangkau audiens di era digital. Transmedia sendiri tidak hanya memungkinkan penyebaran cerita di berbagai platform, namun juga menghadirkan ruang untuk audiens dapat membagikan pengalamannya melalui konten yang dibagikan oleh Condfe didalam Instagramnya. Transmedia yang memiliki desain karakter dengan narasi dapat disebarkan dalam berbagai bentuk, melalui media seperti desain karakter, teks naratif, konten media sosial, hingga kegiatan perkumpulan komunitas sebagai aktivitas sosial dari audiens. Transmedia yang dilakukan hingga mencapai sebuah aktivitas sosial bertujuan untuk memperkuat *engagement* komunitas condfe sebagai media,

engagement emosional komunitasnya, memperluas jangkauan komunikasi sesama audiens.

Saat ini Condfe tidak memiliki desain karakter yang menggambarkan setiap audiensnya sebagai representatif tujuan konten yang diberikan kepada usia berapa. Condfe telah memiliki berbagai macam jenis konten yang diberikan berbagai jenis desain karakter didalamnya, desain karakter ini diberikan sebagai visual yang mendukung konteks konten yang ada pada konten yang akan di *upload*. Pemberian desain karakter pada beberapa konten ini memiliki hasil *angagement* yang berbeda dengan konten lainnya yang tidak ada desain karakter didalamnya. Dapat terlihat dari rata-rata konten yang memiliki desain karakter memiliki tingkat rata-rata *angagement* yang tinggi dibandingkan konten yang tidak memiliki desain karakter didalamnya. Desain karakter yang dibuat tentunya juga harus menggambarkan visi dan misi dari Condfe, yaitu perempuan yang percaya diri. Maka dari itu tujuan dari pembuatan desain karakter ini adalah memberikan kenaikan *engagement*, *brand awareness*, dan juga *unique selling point* dari pembuatan desain karakter yang sebagai representatif usia dari komunitas Condfe dan juga karakter yang sesuai dengan visi misi Condfe agar bisa di terapkan ke berbagai media, mulai dari media online, offline, hingga cetak. Tidak hanya sebagai elemen, desain karakter bisa dijadikan maskot dari setiap kategori usia yang sudah dibagi dari komunitas condfe saat ini. Karena saat ini desain karakter yang ada hanya menggambarkan setiap konteks yang ada pada konten, tidak menjadi karakter tetap yang dapat diterapkan pada setiap konten yang ada pada media sosial Condfe untuk disampaikan dengan konteks yang tepat kepada setiap kategori usia condfie. Oleh karena itu, sesuai dengan tujuan diawal, pembuatan desain karakter didalam berbagai bentuk media dibutuhkan untuk menjawab tantangan komunikasi di era digital saat ini, yang penuh dengan distraksi dan informasi cepat. Hal ini akan menjadi *brand awareness* dan juga *unique selling point* atas condfe yang di elementasikan ke berbagai media Condfe sehingga dapat memengaruhi tingkat *angagement* Condfe ke arah yang lebih baik dan tentunya agar konten Condfe dengan berbagai topik khususnya topik mengenai karir yang dibahas pada penelitian ini dapat

tersebar dan menyentuh perempuan muda Indonesia yang sama-sama tumbuh di Era digital.

Tujuan dari pembentukan desain karakter juga akan di berikan ke dalam beberapa transmedia sebagai media komunikasi visual yang akan diproduksi melalui berbagai bentuk transmedia maupun merchandise yang nantinya akan ditujukan sebagai edukasi dan motivasi kepada para condfie dan perempuan muda di Indonesia. Sehingga penelitian ini memiliki fokus pada perancangan strategi transmedia berbasis *angagement*, dengan pengembangan desain karakter sebagai elemen visual utama dari representatif usia condfie sebagai komunitas yang menjadi tujuan utama dari penelitian ini yang dirancang berdasarkan data para condfie, serta ditanamkan dengan narasi motivatif yang selaras dengan tantangan dan mimpi perempuan muda di Era Digital. Karakter – karakter ini juga menjadi representasi identitas komunitas yang hadir dalam *social gathering* dan juga media sosial, konten visual, dan merchandise sebagai bentuk komunikasi yang menyentuh secara emosional dan visual.

Sebagai perempuan muda yang tumbuh di Era digital, dengan transmedia berupa desain karakter yang lucu, motivasi yang menarik, dan juga penambahan penggunaan warna feminim pada desain karakter adalah tujuan agar transmedia yang dihasilkan dapat mudah di pahami dan menarik para condfie sebagai motivasi dan pembelajaran untuk menjadi perempuan yang percaya diri. Hal ini dapat dilihat dari konten yang ada di Instagram milik Condfe yang memiliki tone warna yang lebih soft dan memberikan banyak kalimat motivasi di feeds Instagramnya sebagai salah satu bentuk dari media perempuan. Hal ini menciptakan jarak antara informasi atau edukasi dengan ruang hidup yang disajikan dekat dengan para condfie sebagai komunitas dan audiens Condfe. Semua ini dapat dimulai dengan pembentukan desain karakter sebagai pendukung, pemberian motivasi, dan pendorong para condfie dan perempuan muda di Indonesia lainnya untuk menjadi perempuan yang percaya diri dan menjadi perempuan yang hebat. Melalui penelitian ini, diharapkan akan tercipta kontribusi nyata terhadap pengembangan strategi engagement berbasis komunitas, sekaligus memperkuat peran transmedia sebagai sarana inspiratif bagi perempuan muda dalam mempersiapkan masa depan yang cerah ditengah tantangan pada era digital.

Oleh karena itu, selaras dengan kutipan jurnal yang telah disebutkan sebelumnya dan keadaan Condfe yang saat ini tidak memiliki desain karakter sebagai representasi usia dari audiens yang dapat di implementasikan kedalam berbagai media milik Condfe untuk menyampaikan konteks konten penyampaian motivasi kepada perempuan muda Indonesia agar mendapatkan karir yang tepat, maka tujuan akhir dari penelitian ini adalah pembuatan desain karakter yang akan diimplementasikan menjadi maskot dan juga representatif usia komunitas dan audiens pada setiap konten dalam berbagai bentuk transmedia yang di produksi oleh media Condfe dengan tujuan memberikan kenaikan *angagement* yang dapat menjadi *brand awareness* dan *unique selling point* terhadap media Condfe baik secara *online* maupun *offline* agar dapat menyampaikan dengan tepat kepada kategori usia komunitas condfe sesuai dengan konteks konten yang disebutkan sebelumnya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Tidak terlihatnya kategori usia yang jelas dari target audiens dari konten yang dibuat oleh Condfe
2. Pemberian Desain Karakter sebagai representatif nyata komunitas Condfe
3. Perlunya transmedia dengan pendekatan engagement kepada perempuan muda Indonesia agar dapat memiliki tujuan karir masa depan di Era digital.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancangan desain karakter yang akan di implementasikan kedalam transmedia dengan fokus *engagement* untuk media Condfe agar dapat merepresentasikan condfe sebagai komunitas Condfe untuk dapat mempersiapkan karir yang mereka inginkan ditengah banyaknya pilihan di Era digital?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Transmedia yang dihasilkan dari penelitian ini merupakan bentuk dari representasi perempuan muda Indonesia yang menjadi salah satu bagian dari komunitas Condfe menjadi sebuah desain karakter. Dengan dibentuknya berbagai transmedia, diharapkan dengan pemberian desain karakter sebagai tujuan target audiens bagi konten yang dibuat untuk para condfe dapat tersampaikan dengan baik sehingga para condfe memiliki pemahaman mengenai pemilihan karir yang lebih awal untuk lebih peka atas karir yang akan ia pilih untuk masa depannya sebagai topik pembahasan konten yang diberikan pada penelitian ini. Setiap karakter akan menyampaikan setiap hal mengenai karir yang akan ia hadapi pada setiap kategori usia condfe, yaitu mulai dari remaja, dewasa awal, dan dewasa. Banyaknya pilihan karir yang tersedia pada era digital saat ini menjadi alasan mengapa transmedia yang dibuat memiliki target audiens mulai dari remaja hingga dewasa. Tentunya Condfe selaku media yang menjadi tempat awal terbentuknya komunitas ini menjadi salah satu platform yang memberikan motivasi pemilihan karir mereka dimasa depan. Perancangan transmedia ini dapat dituangkan kedalam berbagai media yang dapat diakses oleh perempuan muda mulai dari usia remaja hingga dewasa, hal ini bertujuan agar para condfe dapat menentukan karirnya dengan percaya diri, mandiri, dan pastinya tepat untuk masa depannya nanti tanpa harus memikirkan perspektif orang lain. Tak hanya sekadar transmedia, namun setiap topik yang dibahas akan dituangkan dengan pendekatan emosional melalui penyampaian pesan didalam setiap output medianya.

1.4 Tujuan Perancangan

Menghasilkan berbagai bentuk transmedia dengan pemberian desain karakter dari setiap kategori usia condfe sebagai pendekatan visual dan emosional dengan fokus engagement kepada para condfe dan perempuan muda Indonesia lainnya untuk memilih masa depan dengan tepat dan percaya diri untuk menjalani masa depan dengan skill, finansial, dan emosional yang baik pada era digital.

1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk menghasilkan *output* yang kuat dalam transmedia framework dengan desain karakter dari perwakilan kategori usia dari komunitas Condfe yang bernama Condfe yang ditujukan untuk perempuan muda di Indonesia, khususnya para condfe. Pengumpulan data yang efektif dari condfe dan juga perempuan muda Indonesia menjadi kunci utama dalam pembentukan desain karakter dan juga pembentukan kegiatan *social gathering*. Transmedia *framework* mengacu pada penggunaan platform media wanita Condfe sesuai dengan karakteristik dan trend yang banyak dibahas oleh para condfe selaku komunitas dari Condfe agar penyampaian cerita, kegiatan, maupun pesan yang disampaikan dapat berkesinambungan dan saling melengkapi satu sama lain kepada para condfe dan perempuan muda Indonesia lainnya.

Berikut beberapa langkah-langkah pengumpulan data yang telah dilakukan :

1. Wawancara

Pengumpulan data kualitatif seperti wawancara mendalam kepada Tim Condfe dan juga para condfe dalam berbagai bidang baik *Entrepreneur* maupun bidang lainnya agar mendapat gambaran motivasi perihal isu karir di era digital. Wawancara ini menjadi forum untuk mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai beberapa pertanyaan diluar kuesioner, dan menjadi tempat untuk berdiskusi dengan Tim condfe mengenai komunitas dan perempuan muda yang menjadi audiens dari setiap konten Condfe.

Wawancara yang dilakukan kepada para condfe yang menjadi perwakilan dan gambaran lebih jelas terhadap pendapat dan keadaan mereka dalam memutuskan karir dimasa depan, dan melihat keadaan mereka menjadi perempuan muda yang hidup pada era digital dan apa dampaknya dengan pemilihan karir yang mereka inginkan.

2. Desain terdahulu (Observasi Digital)

Donnelly et. al. (2021) mengatakan bahwa pendekatan dengan observasi digital akan memberikan hasil dari kelebihan maupun kekurangan dari setiap desain yang sudah ada, yang menjadi proses dalam mendapati data melalui observasi digital. Hal ini bisa memetakan interaksi audiens terhadap setiap desain yang telah ada, baik secara emosi ataupun interaksi audiens terhadap konten tersebut. Menggunakan metode observasi digital, akan menghasilkan perbedaan *engagement* yang dihasilkan dari konten Condfe yang memiliki desain karakter hingga konten yang tidak memiliki desain karakter sebagai data yang memperkuat alasan mengapa dibutuhkan desain karakter didalam konten Condfe.

3. Survei (Kuesioner)

Survei online melalui form yang berisikan pertanyaan mulai dari pengetahuan mereka mengenai Condfe hingga takaran kesadaran mereka terhadap pemilihan karir mereka di masa depan. Hal ini bertujuan untuk mengukur kesadaran para condfe terhadap keadaan dan posisi mereka sebagai perempuan muda yang tumbuh di Era digital. Tujuan lainnya dari survei kuesioner ini adalah ingin melihat pandangan perempuan muda diluar komunitas Condfe mengenai pentingnya menentukan masa depan yang tepat sebagai perempuan muda yang tumbuh di era digital.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode penelitian data dengan pengambilan berbagai literatur, ekstraksi data, dan juga riset, Smela et. al. (2023). mengenai strategi desain hingga metode-metode untuk mendapatkan data mengenai audiens agar transmedia yang dihasilkan tidak bias menurut desainer saja, tetapi memang berdasarkan tahap-tahap yang sesuai dengan studi pustaka yang digunakan sebagai landasan dalam pembuatan transmedia agar tetap menjadi hasil penelitian yang ilmiah.

1.5.2 Metode Analisis Data

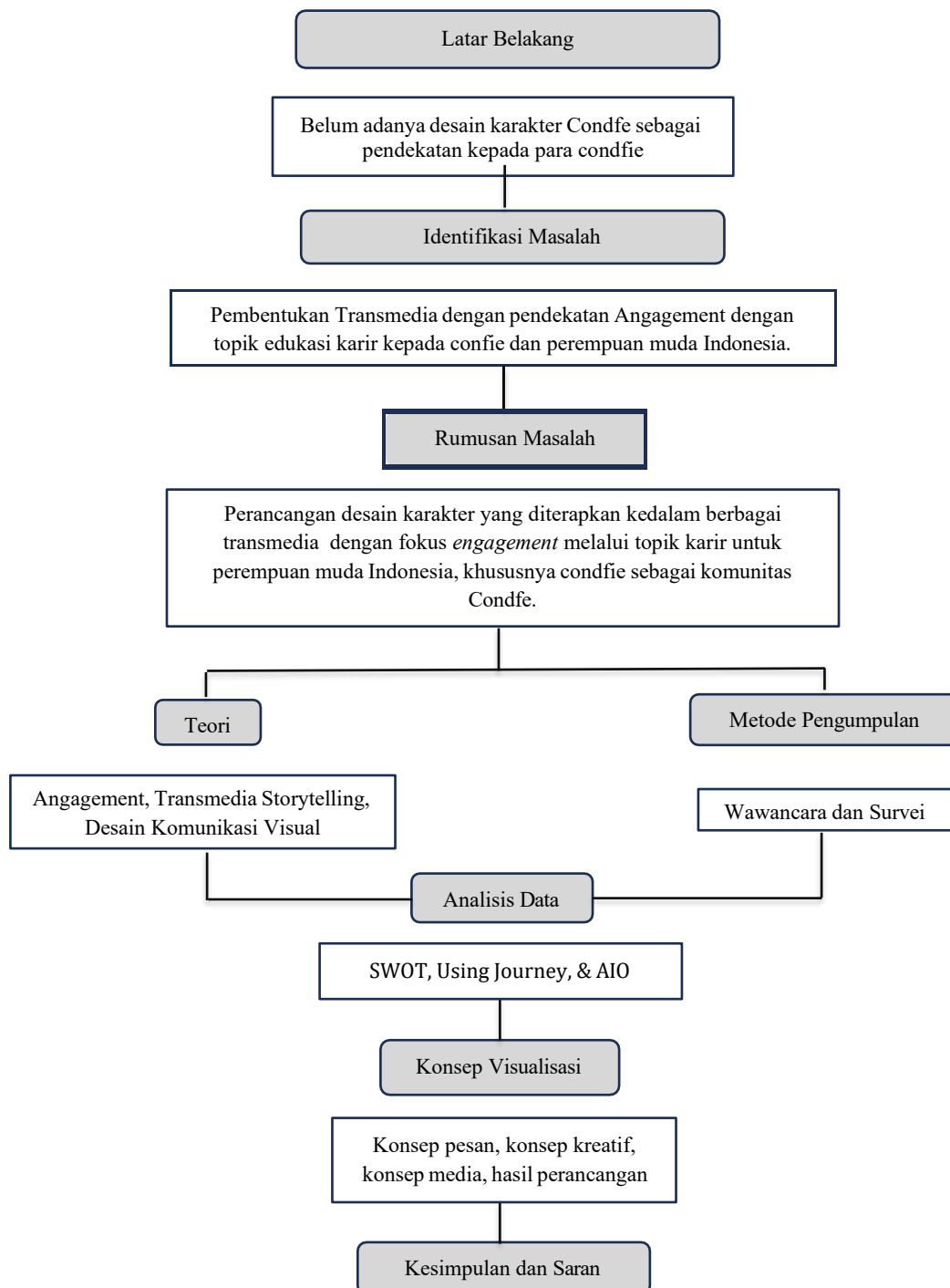
1. SWOT

Penelitian SWOT digunakan untuk memahami trend, pola, dan sentiment para condfee dan perempuan muda Indonesia agar tepat mengangkat isu feminisme yang kemudian akan dijadikan transmedia dengan beberapa bentuk yang tepat untuk menggambarkan keadaan perempuan muda Indonesia dan memberikan motivasi secara emosional melalui kegiatan *social gathering* maupun visual melalui pembentukan karakter dari hasil pengumpulan data yang sudah dilakukan sebelumnya.

2. Klasifikasi

Klasifikasi dibutuhkan sebagai metode penelitian terhadap para condfee dan perempuan muda Indonesia dari berbagai perbedaan latar belakang social ekonomi, usia, hingga Pendidikan agar menghasilkan desain karakter dan kegiatan sebagai transmedia yang sesuai dan tepat yang diharapkan dapat menyampaikan keadaan setiap condfee dan perempuan muda Indonesia agar termotivasi untuk bisa percaya diri dalam memilih masa depan yang tepat.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi

1.7 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Menjelaskan latar belakang penelitian mengenai pembentukan transmedia berdasarkan komunitas Condfe dan perempuan muda di Indonesia beserta isu-isu karir baik internal maupun eksternal yang terjadi di Indonesia sebagai permasalahan, kemudian berbagai transmedia yang menjadi salah satu solusi agar perempuan muda dan juga para condfie mengenali diri sendiri dan dapat memilih karir yang tepat untuk masa depan.

Bab II Kajian Literatur

Landasan teori berisi teori-teori yang membantu dalam pemecahan masalah yang disampaikan pada Bab I, yaitu menjelaskan beberapa teori mengenai feminisme maupun yang relevan dengan topik atau masalah yang ingin diselesaikan melalui transmedia desain karakter ini, kemudian teori mengenai objek penelitian yang diangkat, seperti personal branding dan transmedia storytelling. Kerangka penelitian dan asumsi dalam penelitian untuk meningkatkan personal identity dari para condfie sebagai komunitas dari media perempuan Condfe.

Bab III Data dan Analisis

Sajian dan menyertakan jabaran analisis data, baik imaji, kuesioner, observasi, analisis internal maupun eksternal, analisis SWOT serta penarikan Kesimpulan atas penelitian dengan tujuan meningkatkan personal branding dari para condfie.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menguraikan strategi yang digunakan dalam merancang dan membentuk visual desain karakter dan hasil perancangan merchandise, promosi, dan branding setiap desain karakternya.

Bab V Kesimpulan

Penutup yang berisi kumpulan kesimpulan, referensi, dan saran saat siding.