

ANALISIS ELEMEN DALAM PENCIPTAAN KARAKTER DESAIN DI DALAM IP *HYPNOSIS MIC - SEIYUU X RAPPER PROJECT*

Oleh:

Ika Resmika Andelina

*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain
Universitas Bunda Mulia
iandelina@bundamulia.ac.id*

ABSTRAK

Hypnosis Mic (Hypmic) adalah sebuah IP yang dikembangkan oleh perusahaan rekaman King Records di Jepang. Ini adalah sebuah proyek kolaborasi antara pemusik hip-hop dengan *seiyuu* (pengisi suara). Mereka menciptakan 18 karakter *mic controller* (MC) fiktif yang diperankan oleh para *seiyuu* yang juga membawakan lagu-lagu yang diciptakan oleh para *rapper*. Lagu ini diluncurkan dalam bentuk album musik dan video musik. Karakter MC ini didesain dengan menggunakan gaya manga-anime untuk menarik minat para calon pendengar yang baru. Ada banyak elemen-elemen yang membentuk IP *Hypmic* menjadi besar seperti sekarang, terutama pada desain karakternya. Karena banyaknya jumlah karakter yang berperan di dalamnya, pembuatan desain karakter dalam yang berbeda satu sama lain menjadi sangat penting agar dapat diterima audiens. Mounsey menyebutkan elemen holistik dalam menciptakan karakter yang dicintai, yakni: cerita di balik karakter, sifat karakter, audiens dan desain dari karakter itu sendiri. Diharapkan dengan penelitian ini akan membuka wawasan mengenai penggunaan IP desain karakter dengan elemen yang sesuai agar menjadi bahan acuan dalam membuat IP yang sesuai dengan minat audiens, untuk mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih di bidang apapun.

Kata Kunci: *Desain Karakter, Hypnosis Microphone, Desain Holistic, Musik, Rap.*

ABSTRACT

Hypnosis Mic (Hypmic) is an IP developed by King Records, Japan. This is a collaborative project between hip-hop musicians and *seiyuu* (voice actors). They create 18 *mic controller* (MC) characters, which are voiceacted by the *seiyuu*. They perform songs created by rappers, and these songs are launched as music albums and music videos. These MCs are designed using 2D Japanese manga-anime style to attract potential listeners to the new hip-hop genre. There are many elements that contributed to *Hypmic* IP making it famous as it is now, especially in the character design. Because of the large number of characters that play a role in it, making the design of characters in different from one another becomes very important in order to be accepted by the audience. Mounsey mentioned holistic elements in creating a character that is loved, namely: the story behind the character, the nature of the character, audience and design of the character itself. It is expected that with this research will open up insights on the use of IP character designs with appropriate elements in order to become a reference in making IPs that are in accordance with the interests of the audience, to get more economic benefits in any field.

Keywords: *Character Design, Hypnosis Microphone, Holistic Design, Music, Rap*

Copyright © 2020 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: 8th June, 2020

Revised: 10th June, 2020

Accepted: 10th June, 2020

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hip-Hop adalah sebuah genre musik yang muncul pada tahun 1973 di daerah Bronx, New York. Imej musik hip-hop kini mulai bergeser, menjadi salah-satu genre dengan musik dan beat yang menarik, sehingga membuatnya berkembang di luar Amerika, khususnya Asia (idntimes.com 2019). Perkembangan musik hip-hop ini juga dilirik oleh satu anak cabang perusahaan rekaman “King Records” di Jepang yaitu *Evil Line Records* (ELR). ELR bekerja sama dengan Otomate, sebuah anak perusahaan “*Idea Factory*”, salah satu perusahaan *video game*, meluncurkan sebuah projek IP pada September 2017, yang bertujuan untuk mengangkat ketenaran budaya musik hip-hop, khususnya rap di Jepang dengan menggunakan salah satu budaya *pop culture* yang populer di Jepang, yakni *anime music video*. Projek ini dinamakan *Hypnosis Mic* atau biasa disebut sebagai ヒプマイ (*Hypmic*).

Hypmic sendiri adalah sebuah projek kolaborasi antara para pemusik rap (*rapper*) dan *seiyuu* (pengisi suara). Lagu-lagu yang diciptakan oleh para *rapper* ini kemudian dinyanyikan oleh ke-18 *seiyuu* yang berperan sebagai karakter MC fiktif yang mereka perankan. Karakter MC ini didesain menggunakan gaya *manga-anime* 2D khas Jepang. (<https://japanese.binus.ac.id/>).

Gaya *anime-manga* 2D dipilih karena kepopuleran *pop culture* Jepang yang sudah

terbukti pada penelitian sebelumnya, dimana *pop culture anime manga* yang mulai mendunia pada awal tahun 1990-an akhirnya menempatkan Jepang sebagai raja pasar internasional sebagai produsen *pop culture* pada tahun 2000-an (Putri Safariani, 2017:733), kepopuleran *pop culture* Jepang ini juga akan mempermudah diterimanya *Hypmic* di pasar internasional dan untuk menarik minat para calon pendengar yang baru. Selain karena populer, penggunaan teknik animasi sendiri juga memiliki kaitan erat dengan *seiyuu* yang berperan aktif dalam *Hypnosis Mic*.

Selain memiliki lagu dan premis cerita, *Hypmic* juga menampilkan 18 karakter MC fiktif, yang dibagi menjadi 6 divisi berbeda. Karena banyaknya jumlah karakter yang berperan di dalamnya, pembuatan desain karakter dalam yang berbeda satu sama lain menjadi sangat penting agar dapat diterima audiens. Mounsey dalam Ramadhana (2013:95) menyebutkan bahwa beberapa kunci dalam menciptakan karakter yang dicintai, yakni: cerita di balik karakter, sifat karakter, audiens dan yang terakhir adalah desain dari karakter itu sendiri. Sedangkan dalam menciptakan desain karakter yang unik dan berbeda satu sama lain, terdapat unsur pembentuk personaliti dari suatu karakter, unsur itu adalah ekspresi wajah, aksesoris, bentuk dan gestur tubuh, serta warna dan komposisinya. Unsur-unsur ini juga didukung dengan penggunaan *stereotype*

yang ada pada masyarakat untuk memperdalam penciptaan sebuah karakter (Haryanto Yesica, dkk, 2019:04).



Gambar 1: Karakter *Hypmic*.
(Sumber: zerochan.net)

Elemen-elemen ini juga yang membentuk konten IP *Hypmic* menjadi besar seperti sekarang. Menurut Damian dalam Imaniyati (2010:164) *intellectual property* adalah “Kekayaan tidak berwujud (*intangible*) hasil olah pikir atau kreativitas manusia yang menghasilkan suatu ciptaan atau invensi di bidang seni, sastra, ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempunyai manfaat ekonomi”. Penggunaan IP yang tepat guna tentu dapat membuat suatu karya mendapatkan hati di pemirsanya dan mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih. Hal ini juga dapat dilihat pada IP *Hypmic* ini sendiri, dimana dengan menggunakan pendekatan penciptaan karakter 2D yang menarik dapat membuka pintu untuk masuknya audiens-audiens baru. Diharapkan dengan adanya jurnal penelitian ini dapat membuka wawasan mengenai penggunaan dan penciptaan desain karakter yang dapat memiliki daya saing terutama dalam segi pengembangan IP dalam bidang apapun.

Permasalahan

Banyaknya karakter yang muncul pada *Hypmic* namun tetap memiliki karakteristik masing-masing dan penggemarnya masing-masing merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, pendalaman lebih lanjut mengenai elemen apa saja yang ada dalam penciptaan karakter pada IP *Hypmic* inilah yang akan diangkat pada penelitian ini, dengan menggunakan dua karakter terpopuler yakni Yamada Ichiro dan Aohitsugi Samatoki sebagai sampel. Penelitian ini dilakukan agar dapat menjadi acuan dalam menciptakan IP dengan desain karakter yang bukan hanya menarik secara visual, namun juga dicintai oleh audiensnya, dan memberi wawasan kepada para calon pemilik IP di berbagai bidang lainnya mengenai metode pengenalan IP dengan penciptaan karakter kepada audiens.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. HIP-Hop

Hip-Hop adalah sebuah genre musik yang muncul pada tahun 1973 di daerah Bronx, New York. Imej musik hip-hop yang kental dengan keluh-kesah dan rasisme pada keturunan Afro-Amerika pun perlahan mulai bergeser, menjadi salah-satu genre dengan musik dan beat yang menarik, sehingga membuatnya berkembang cukup pesat di luar Amerika, khususnya Asia. Elemen utama pada budaya musik hip-hop adalah: *DJ-ing (deejaying)* atau dikenal sebagai *turntabling*, *rapping* yang dikenal juga sebagai

MC-ing (*emciing*) bisa juga disebut sebagai *rhyiming*, *graffiti painting*, dikenal juga dengan *graf*, *break dancing* atau *B-boying*, yang meliputi tarian hip-hop, gaya, dan sikap, bersama dengan jenis bahasa tubuh yang jantan, yang oleh filsuf Cornel West digambarkan sebagai “semantik postur”. Pada prakteknya, keempat elemen itu pun tetap bisa berdiri secara mandiri. Pada perkembangannya sekarang, banyak penyanyi yang memfokuskan diri kepada salah satu dari elemen tersebut, yang paling umum ditemukan adalah *rapper*. (<https://www.britannica.com/art/hip-hop>).

Pada *Hypmic* unsur hip-hop yang banyak dimunculkan adalah *rapping*, *MC-ing*, *graffiti* dilengkapi dengan gaya berpakaian pada beberapa divisi, disertai tutur bahasa terutama pada lirik-lirik lagu yang digunakannya.

b. Pop Culture Jepang

Pop Culture adalah budaya yang dibuat oleh masyarakat untuk dirinya sendiri kemudian diproduksi oleh media massa sehingga dapat dinikmati oleh banyak orang dari kalangan manapun dan penyebarannya pun menjadi lebih luas, tujuannya untuk menyenangkan diri mereka. Menurut Kato, *pop culture* disebut budaya massa (konsumen/rakyat), yang dipasarkan kepada konsumen secara komersial dan berorientasi pada keuntungan yang besar dan membuat budaya tersebut diproduksi secara besar dan menarik hingga tidak hanya disukai oleh masyarakat Jepang

tetapi juga masyarakat dari negara lain (Safariyani, 2017:729).

Beberapa *pop culture* Jepang yang populer adalah *light novel*, *manga* (komik), *anime* (film animasi), *game*, *J-music*, *dorama* (drama televisi). *Pop culture* ini saling terkait antara satu sama lain, seperti *anime* yang kerap merupakan adaptasi dari *light novel* ataupun *manga*, dan juga *manga* yang kerap merupakan adaptasi dari *anime*. *J-music*, *game* dan *animasi*, juga kerap saling mempengaruhi terutama dalam alih wacana atau adaptasi, dan pelengkap, seperti musik-musik dari produser indie, penyanyi, band maupun orkestra Jepang yang sering digunakan pada *game* dan juga film animasi.

Seiring dengan perkembangannya, muncul banyak subkultur dengan penggemar sendiri yang didasari dari *pop culture* yang ada, subkultur itu antara lain adalah *cosplay* (permainan kostum), *seiyuu* (pengisi suara), *dorama CD* (CD drama), *doujinshi* (komik indie), *event convention* (acara-acara baik kecil dan besar yang bertemakan salah satu/ campuran genre dari *pop culture* Jepang). Subkultur ini juga populer tidak hanya di Jepang melainkan di dunia internasional. *Pop culture* yang diangkat oleh *Hypmic* sebagai media utamanya adalah *manga-anime*, *J-music*, *Seiyuu*, serta drama CD.

c. Anime

Anime menurut Gilles Poltras ada dua pengertian, yang pertama adalah kata yang digunakan oleh orang Jepang untuk

menyebut film animasi apa pun tanpa memperhatikan darimana asal *anime* tersebut. Kedua, penggunaan kata *anime* di luar Jepang adalah film animasi yang berasal dari Jepang. (MacWilliams & Gilles, 2008: 48). Dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa penyebutan gaya animasi yang dipakai oleh *Hypmic* adalah gaya animasi Jepang, atau yang biasa disebut dengan *anime*.

d. Seiyuu

Seiyuu (声優) adalah kata dalam bahasa Jepang untuk 'aktor suara' dan mendefinisikan orang yang mengisikan suara mereka ke karakter terutama dalam film atau seri animasi. Pengisi suara ada di seluruh dunia, namun, di Jepang dan di penggemar film animasi Jepang, *seiyuu* adalah selebritas yang bisa disamakan dengan idola pop. *Seiyuu* adalah orang yang dikenal dengan suara, wajah, dan nama. Selain menyuarakan acara radio dan televisi, *seiyuu* juga muncul di *variety show* dan acara langsung, mengadakan konser dan tampil di iklan. Kebanyakan dari mereka aktif sebagai penyanyi solo. Di Jepang dan di dunia penggemar animasi Jepang, *seiyuu* sudah menjadi sebuah subkultur tersendiri. Mereka memiliki basis penggemar yang banyak, sehingga umumnya karya-karya yang disulih suarakan oleh *seiyuu* ternama mendapatkan peningkatan basis penggemar. Pemilihan *seiyuu* pada karakter film animasi juga bisa menjadi faktor mendongkraknya penjualan *merchandise* suatu

IP. (Roebi 2017: 03). *Hypmic* sangat lekat dengan subkultur yang satu ini, karena *seiyuu* lah yang memiliki peran untuk menghidupkan karakter-karakter MC fiktif dan juga menyanyikan lagu dalam *Hypmic* dan juga mempromosikan *Hypmic* dalam berbagai media.

e. Hypnosis Mic

Hypmic sendiri adalah sebuah proyek kolaborasi antara para pemusik rap (*rapper*) dan *seiyuu* (pengisi suara) di bawah bendera KR sebagai pemegang lisensi, bekerjasama dengan *Idea Factory*. Kolaborasi ini berupa penciptaan lagu-lagu oleh berbagai penyanyi rap di bawah label KR, yang kemudian lagu-lagu yang diciptakan oleh para *rapper* dibawakan dan dinyanyikan oleh ke-18 *seiyuu* yang berperan sebagai karakter MC fiktif yang diperankan oleh masing-masing *seiyuu*. Karakter MC ini didesain oleh Kazui dari *Otomate (Idea Factory)* dengan menggunakan gaya visualisasi *manga-anime* 2D khas Jepang untuk menarik minat para calon pendengar yang baru.



Gambar 2: 4 Divisi lama dengan anggotanya.
(Sumber: zerochan.net)

Hypmic bersetting di Jepang, namun dalam keadaan dimana pemerintahannya

sedang dikuasai oleh para wanita, sebutan untuk pemerintahan baru ini adalah *Chuoku*. Pada era ini, pembuatan dan penggunaan senjata sangatlah dilarang. Tetapi hal ini bukan berarti perang sudah berakhir, karena menggantikan penggunaan senjata, perang dan pertarungan kini dikobarkan melalui lirik-lirik lagu. Dengan kekuatan “*Hypnosis Mic*”, lirik-lirik rap yang diucapkan oleh seorang MC dapat mempengaruhi lawan dengan berbagai macam cara sampai menyebabkan kerusakan fisik bahkan kematian. Pertarungan rap berbahaya ini dilakukan oleh para MC legal yang terbagi menjadi enam divisi yang ditunjuk oleh *Chuoku*. Setiap divisi beranggotakan 3 orang dan mewakili distrik-distrik di Jepang. Tujuan dari pertarungan divisi ini adalah untuk mendapatkan hadiah uang dan merebut sebagian wilayah kekuasaan dari pihak yang kalah. Pertarungan yang disebut dengan *Division Rap Battle (DRB)* atau *teritory battle* ini juga dijadikan menjadi *event* tetap oleh *Chuoku*, diperuntukan sebagai hiburan bagi para kaum wanita.



Gambar 3: Yamada Ichiro pada video *teaser*.
(Sumber: Official Youtube channel *Hypmic*)

Masing-masing divisi terdiri dari 3 MC dengan formasi: *leader* (pemimpin), *second line*, *third line*. Pemimpin pada tiap divisi adalah *Buster Bros* dengan Yamada Ichiro, *Mad Trigger Crew* dengan Aohitsugi Samatoki, *Fling Posse* dengan Amemura Ramuda, *Matenrou* dipimpin oleh Jinguji Jakurai, *Donitsurebonpo* dengan Nurude Sasara, dan *Bad Ass Temple* dengan Harai Kuuko. Cerita inti *Hypmic* berfokus kepada anggota-anggota divisi yang ingin menggulingkan *Chuoku* dengan alasannya masing-masing, namun terganjal dengan intrik-intrik dan permasalahan di sekitar mereka yang sebenarnya ditanamkan oleh *Chuoku*. Sampai sekarang, baru sebagian kecil cerita karakter yang dikuak oleh *Evil Line Records (ELR)*, cerita tiap karakter akan perlahan-lahan dibuka oleh *ELR* secara bertahap bersamaan dengan dirilisnya album lagu tiap divisi yang selalu disertai oleh drama CD yang berisi cerita tiap divisi yang dibawakan oleh para seiyuu terkait.

f. Desain Karakter

Mounsey menyebutkan bahwa, dalam desain karakter holistik, ada beberapa kunci dalam menciptakan karakter yang dicintai, yakni: cerita di balik karakter, sifat karakter, audiens dan yang terakhir adalah desain dari karakter itu sendiri (Ramadhana, 2013:95). Cerita di balik karakter ini menurut Mounsey menjadi hal yang paling penting, kemudian disusul sifat karakter, yang diperkuat dengan mengetahui tipe audiens

yang ingin dituju, melihat kecenderungan yang ada di pasar, lalu diperkuat dengan desain visual dari karakter itu sendiri. Hal ini berkaitan juga dengan apa yang disimpulkan oleh Haryanto, Yessica dkk (2019). Hasil penelitian mereka menyebutkan bahwa sebuah karakter harus memiliki kepribadiannya sendiri agar dapat menjadi menarik dan lebih hidup. Unsur-unsur pembentuk kepribadian karakter yang terdapat di penelitian mereka antara lain adalah sebagai berikut:

1. Ekspresi Wajah

Ekspresi wajah adalah bentuk perwujudan dari emosi yang paling mudah dilihat dan dipahami. Ekspresi ditunjukkan dari perubahan otot-otot alis, kelopak mata, dan mulut yang dapat memberikan nuansa emosi tertentu dari sebuah karakter.

2. Penampilan dan Aksesoris

Persepsi pertama terhadap karakter tertentu terkadang tergantung pada penampilannya, khususnya pakaian dan aksesoris yang digunakan. Cara berpakaian, model pakaian, serta benda-benda yang dimiliki oleh karakter dapat mencerminkan kepribadian dari karakter tersebut.

3. Gestur Tubuh

Emosi juga dapat dimunculkan melalui gerak-gerik tubuh atau gestur. Saat gembira, seseorang dapat terlihat sedang menari atau melakukan sesuatu sambil bersiul dan bernyanyi.

4. Warna dan Komposisinya

Karakteristik sebuah karakter dapat ditimbulkan dari nuansa warna yang menyusunnya. Dalam bukunya yang berjudul *Tasteful Color Combination*, Naomi Kuno menyatakan bahwa komposisi yang tersusun dari beberapa warna dapat memberikan nuansa tersendiri dan memiliki karakteristik yang khas.

Menurut mereka juga, seorang ilustrator seringkali menggunakan *stereotyping* yang telah berkembang di masyarakat sebagai patokan standar bentuk visual karakter. Dalam ilustrasi pembuatan karakter manusia, *stereotype* dapat diterima dengan baik oleh para pembaca melalui penggambaran karakter yang diasosiasikan dengan profesi karakter tersebut. Hal ini dapat menjadi sebuah ikon dan digunakan sebagai bagian dari penceritaan dalam bentuk visual. *Stereotype* dapat dirasakan juga melalui benda-benda yang digunakan oleh karakter. Pendekatan-pendekatan ini akan digunakan untuk membedah lebih lanjut mengenai elemen-elemen pembentukan karakter *Hypmic*.

C. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan membedah desain karakter secara holistik kemudian diperkuat dengan teori unsur-unsur dalam menciptakan personaliti karakter. Metode penelitian kualitatif deskriptif akan digunakan untuk menganalisis karakter pada penelitian ini, didukung dengan teknik

pengumpulan data berupa observasi langsung didukung dengan penguatan data yang bersumber dari basis penggemar *Hypmic* di Indonesia. Data-data instrumen yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teori yang ada, dengan berdasarkan beberapa cabang keilmuan yang berkaitan, yaitu:

- a) Pendekatan desain karakter Holistik Mounsey, yang mengatakan dalam desain karakter holistik, ada beberapa kunci dalam menciptakan karakter yang dicintai, yakni: cerita di balik karakter, sifat karakter, audiens dan yang terakhir adalah desain dari karakter itu sendiri.
- b) Penerapan unsur-unsur pembentuk kepribadian karakter, yakni: ekspresi muka, penampilan dan aksesoris, gestur dan bentuk, serta warna dan komposisinya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Karakter Yamada Ichiro

a. Cerita dibalik karakter

Yamada Ichiro (19 tahun) adalah leader divisi *Buster Bros* (BB), dengan nama MC BB. Ichiro anak tertua dari tiga bersaudara Yamada. Memiliki rasa tanggung jawab yang besar sebagai seorang kakak (dan juga kepala keluarga, karena kedua orang tuanya sudah tiada), sangat menyayangi kedua adiknya dan berusaha memberikan yang terbaik pada kedua adiknya. Beberapa tahun sebelum *timeline* cerita utama, hubungan Ichiro dan kedua adiknya cukup buruk. Ichiro yang selalu menyimpan dan berusaha

menyelesaikan masalah sendiri tidak pernah bercerita mengenai alasan kenapa ia bersikap tak ramah pada kepala panti asuhan dan kenapa ia bekerja pada renternir, serta melakukan pekerjaan serabutan yang bisa dibilang melanggar hukum bersama Harai Kuuko di divisi *Naughty Buster* (NB) kepada kedua adiknya. Namun, setelah Ichiro menyelamatkan kedua adiknya dari penculikan yang dilakukan kepala panti yang ternyata bekerja sama dengan atasan renternirnya hubungan Ichiro dengan kedua adiknya membaik. Selepas dari *Naughty Buster*, Ichiro sempat bergabung dengan Aohitsugi Samatoki di *Mad Comic Dialogue* (MCD) bersama Kuuko Harai dan Nurude Sasara, namun mereka berdua kemudian membentuk divisi baru lagi yang bernama *The Dirty Dawg* (TDD), bersama Amemura Ramuda dan Jingunji Jakurai. Setelah TDD pecah karena salah paham, Ichiro membentuk divisi BB bersama kedua adiknya dan bergabung di pertandingan rap divisi mewakili distrik Ikebukuro.



Gambar 4: Yamada Ichiro *keyvisual* utama 1. (Sumber: hypnosismic.com)

b. Sifat Karakter

Pada dasarnya Ichiro adalah pemuda yang ramah, cukup supel, serta mempunyai rasa keadilan yang tinggi dan tidak suka tindakan pengecut. Di masa lalu ia sering menghadapi dilema saat melakukan pekerjaannya sebagai renternir, hingga pada akhirnya ia memilih untuk berhenti dan berbalik melawan atasannya yang ingin menghancurkan divisi MCD yang sudah kelelahan. Ichiro yang pada saat itu menganggap tindakan atasannya pengecut, tergugah dengan kalimat yang dikeluarkan oleh Samatoki, dan memutuskan untuk berhenti menekan dirinya sendiri dan memilih jalan yang dianggap paling benar oleh hatinya dan memilih untuk menolong Samatoki dan berhenti menjadi renternir.



Gambar 5: Sifat keadilan dan harga diri Ichiro (Sumber: Komik TDD before the battle)

Ichiro juga merupakan sosok yang memiliki harga diri tinggi, beberapa kali diceritakan Ichiro memilih untuk menyelesaikan masalah yang ia temukan sendiri tanpa meminta bantuan dari orang lain. Seperti saat kedua adiknya diculik oleh mantan atasannya, atau pada saat Samatoki menuduhnya mencelakakan adiknya. Ichiro pada dasarnya adalah sosok yang mematuhi peraturan, ia menolak rokok pemberian Samatoki, mengatakan dia masih berada di bawah umur (umur legal untuk merokok dan minum di Jepang adalah 20 tahun). Ia juga selalu mencoba mejadi contoh yang baik untuk kedua adiknya, ia selalu memasak untuk mereka, hampir tidak pernah memakai makian kasar (terutama pada rap lagu), juga tidak pernah ditampilkan

mengacungkan jari tengah (gestur makian) sepanjang cerita dan di semua *visual art*. Ichiro digambarkan cenderung mengalah dan pasif/menurut pada orang yang ia hormati, hal ini tercermin pada perlakuannya terhadap rekan-rekannya di era divisi *TDD*, walau ia tak segan memarahi kedua adiknya bila mereka bertengkar atau berlaku kurang ajar terhadap orang lain. Ichiro juga merupakan penggemar *pop culture* Jepang seperti *anime*, *manga*, *light novel* dan *game* yang memiliki banyak koleksi dan digambarkan tak pernah luput mengikuti serial favoritnya. Ia juga menikmati olahraga seperti bersepeda dan mengangkat barbel.

Desain Visual Karakter Yamada Ichiro

Kostum dan gambar yang dianalisis adalah dua key visual utama dari Yamada Ichiro yang muncul pada media utamanya. Ichiro memiliki penggambaran karakter yang terlihat seperti remaja kuliah, walau dengan tinggi badan yang melebihi rata-rata remaja Jepang pada umumnya. Ichiro (19 tahun) memiliki tinggi/berat 185 cm/68 kg, memiliki rambut berwarna hitam legam dengan model berponi belah tiga dengan panjang poni melebihi mata. Ichiro memiliki mata heterokromia (dwi warna) yang berbeda ada mata kiri kananya, kombinasi dari warna merah (kiri) dan hijau (kanan) dengan sebuah tahi lalat di bawah mata kirinya.



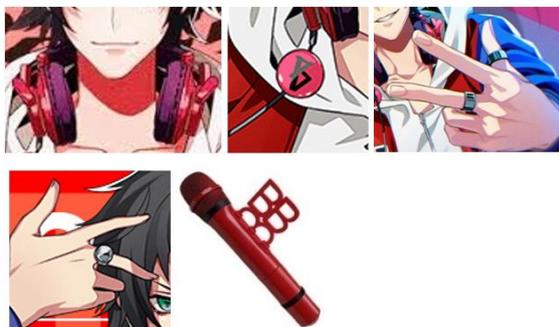
Gambar 6: Yamada Ichiro dengan *mic* dan speaker, *keyvisual* utama 2.
(Sumber: hypnosismic.com)

a. Kostum dan Aksesoris.

Kostum yang digunakan Ichiro pada *keyvisual* utama adalah *jacket bomber* berwarna merah pada bagian badan, biru pada kedua lengan, dengan bordiran inisial BB di dada kiri, angka 01 di dada kanan di bawahnya terdapat motto hidup Ichiro "*You'll never find a rainbow if you're looking down*" kancing jaket ini berwarna hitam. Bagian dalaman adalah *hoodie* putih dengan resleting di bagian depan dari leher hingga dada, dan dari bagian bawah jaket hingga perut. Bawahannya adalah jeans longgar berwarna biru gelap, menggunakan ikat pinggang berwarna hitam, Ichiro menggunakan celananya pada bagian pinggul. Sisa celana jeans yang kepanjangan juga tidak dilipat namun dibiarkan masuk ke dalam sepatunya. Sepatu yang digunakan adalah sepatu kets berwarna hitam dengan garis merah bersol putih, yang talinya tidak diikat hingga atas.

Aksesoris yang digunakan adalah pin berwarna merah dengan huruf B, pin ini juga adalah aksesoris yang dipakai oleh seluruh anggota divisi BB dengan ukuran, huruf dan warna yang berbeda. Aksesoris pribadi yang digunakan oleh Ichiro adalah sebuah *headset* berwarna merah yang selalu ia kalungkan di lehernya, melingkar dari sisi kanan atas hingga ke belakang dan masuk ke dalam saku kiri jaketnya.

Ichiro menggunakan cincin di kedua tangannya, cincin di tangan kanan berjumlah satu buah dan terletak di jari tengah, dan di tangan kirinya ia menggunakan dua buah cincin, satu berada di ibu jari dan satu lagi berada di jari tengah. Pada kedua cuping telinga Ichiro terdapat bekas tindikan, namun pada *timeline* sekarang ia tak menggunakan apa-apa lagi di bagian ini. *Hypnosis Mic* milik Ichiro berwarna merah, bentuknya normal seperti *mic* nirkabel pada umumnya, namun terdapat bentuk huruf BB di batang *mic*, yang memiliki lubang untuk tempat memasukkan dua buah jari ke dalamnya. Membuat *grip* tangan dalam memegang *mic* ini semakin kuat.



Gambar 7: Aksesoris yang dipakai Yamada Ichiro.
(Sumber: hypnosismic.com)

Speaker yang dimiliki Ichiro memiliki *turn table* dengan delapan buah *boom box* speaker yang dipenuhi banyak *emoticon* dan *arrow sticker* serta graffiti berwarna-warni pada tiap permukaan speakernya. Graffiti ini bertuliskan hal-hal yang mewakili Ichiro, antara lain motto hidupnya, tulisan *BAD* dan *GOOD*, *BB*, *hypmic*, *wooo!!*. Warna yang digunakan pada graffiti ini merupakan kombinasi warna merah, biru, kuning dan gradasi kombinasi warna-warna tersebut. Terdapat *turn table* berwarna hitam, laptop bersticker logo BB dengan meja berwarna abu-abu yang terdapat graffiti logo BB berwarna merah pada bagian depannya. Speaker ini juga dilengkapi dengan dua buah *standing mic* berwarna hitam dan juga kepingan cd-cd yang melayang juga kabel chord berwarna merah yang meliuk dari sisi kanan ke kiri. Nuansa dari speaker Ichiro sangat menggambarkan dirinya sebagai salah satu karakter yang paling memiliki lagu-lagu dengan nuansa rap yang paling kental, disertai kemampuan untuk melakukan *DJ-ing* (hal ini ditampilkan pada *music video Alternative Rap Battle* dan juga gamenya), graffiti, dan juga *boombox*. Dari penggambaran di atas dapat dilihat bahwa karakter Ichiro didesain dengan gaya anak muda yang lekat dengan musik hip-hop terutama pada elemen *DJ-ing*, hal ini dapat dilihat dari gaya pakaian yang ia kenakan, yang lazim dipakai *rapper* dan *DJ* yakni *hoodie*, jaket, celana jeans dan sepatu kets. Namun aksesoris-aksesoris yang

digunakan Ichiro justru lebih lekat dengan elemen *DJing* pada kultur hip-hop, seperti *headphone*, *turn table*, *speaker*, dan kabel, dengan pengecualian cincin yang ia pakai, karena aksesoris cincin dan kalung lebih lazim dipakai oleh *rapper* dibandingkan *DJ*.

b. Ekspresi dan gesture

Pada mayoritas *keyvisual art Hypmic*, Ichiro digambarkan selalu tersenyum atau tertawa, terutama pada dua *keyvisual* utama di atas. Ekspresi ini juga menggambarkan sifatnya yang cenderung ramah, periang dan supel.



Gambar 8: Ekspresi Yamada Ichiro pada beberapa *keyvisual*.

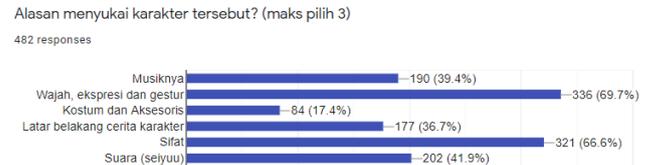
(Sumber: hypnosismic.com, zerochan.net)

Gestur tangan yang dimiliki Ichiro pada *keyvisual* utama menampilkan dirinya yang memegang *mic* dengan dua macam gestur tangan, yakni gestur mengajak serta gesture *handsign* 3 jari yang biasa dipakai oleh *rapper* dan penyanyi hip-hop. Gestur tubuh Ichiro pada *keyvisual* utama menunjukkan posisi tubuh terbuka dengan kedua kaki terbuka lebar, dan kaki terbuka lebar dengan satu kaki menekuk. Gestur ini membuat Ichiro tampak sebagai karakter yang terbuka dan periang, juga tak segan mengajak atau menantang orang-orang yang melawannya dalam rap battle dapat dilihat dari *band sign come bitter* pada salah satu *keyvisual* utamanya.

c. Warna dan Komposisi

Warna utama pada desain karakter Ichiro adalah merah dan biru. Hal ini bisa dilihat dari warna pakaian dan aksesoris yang dikenakan Ichiro, juga pada warna mata yang dimilikinya. Warna hijau pada mata Ichiro juga masih berada pada lingkaran warna biru. Secara komposisi warna dari desain visual, komposisi warna yang digunakan pada Ichiro adalah warna-warna primer yang kontras, yaitu merah, biru, ditambah dua warna netral yakni putih dan hitam. Komposisi warna ini membuat desain visual Ichiro menjadi lebih mencolok, sesuai dengan sifatnya yang memang periang dan aktif.

d. Respon Audiens



Gambar 9: Hasil survei Yamada Ichiro

(Sumber: data pribadi)

Dari hasil survei di atas, dapat dilihat bahwa elemen yang membuat konsumen tertarik pada karakter Yamada Ichiro adalah wajah, ekspresi dan gestur karakter sebanyak 336 orang, sifat karakter 321 orang, *seiyuu* 202 orang, musik karakter sebanyak 190 orang, latar belakang cerita 177 orang, dan yang terakhir adalah kostum 84 orang. Bila dikaitkan ke dalam desain karakter, maka yang membuat konsumen tertarik adalah kombinasi antara wajah, gestur dan ekspresi dengan sifat karakter yang erat kaitannya

satu sama lain. Penggambaran ekspresi dan gestur Ichiro pada setiap *keyvisual* utamanya dapat mencerminkan sifatnya yang periang dan ramah, membuat banyak konsumen menyukai karakter Ichiro.

Peringkat ketiga dipegang oleh *seiyuu* yang memiliki peran kuat terhadap kehidupan karakter Ichiro, baik dari suara, intonasi, akting dan juga menyanyikan lagu-lagu yang dibawakan oleh Ichiro. Pengisi suara Ichiro adalah Kimura Subaru yang juga merupakan seorang *rapper* di Jepang, hal ini juga membuat musik-musik yang dibawakan Ichiro memiliki nuansa *rap* yang kental dan pekat. Dalam survei karakter ini, kostum merupakan hal terakhir yang menjadi pilihan favorit.

Analisis Karakter Aohitsugi Samatoki

a. Cerita di balik karakter

Aohitsugi Samatoki (25 tahun) adalah leader divisi *Mad Trigger Crew (MTC)*, dengan nama *MC* yaitu *Mr.Hardcore (Mr.Hc)*. Samatoki merupakan anak tertua dari dua bersaudara Aohitsugi. Memiliki rasa tanggung jawab yang besar sebagai seorang kakak (dan juga kepala keluarga), sangat menyayangi adiknya dan berusaha memberikan yang terbaik pada Nemu, adik perempuannya. Samatoki berasal dari keluarga *broken home*, ayahnya adalah seorang pemabuk yang suka memukul istri dan anak-anaknya. Ibunya yang sudah tidak tahan memilih untuk membunuh ayahnya lalu bunuh diri, meninggalkan Samatoki dan Nemu. Karena

masa lalunya ini hingga dewasa Samatoki tidak pernah berbuat kasar pada wanita. Hubungan dengan adiknya yang terpaut 6 tahun darinya sangat baik, dia membesarkan adiknya hingga dewasa, sampai adiknya hilang karena campur tangan *Chuoku*. Samatoki juga menjadi *yakuza* demi memiliki kekuatan dan uang untuk melindungi adiknya.

Dua tahun sebelum *timeline* cerita utama, Samatoki yang tinggal di Ikebukuro memiliki divisi bernama *Mad Comic Dialogue* bersama Nurude Sasara, divisi ini besar dan berkuasa di Ikebukuro sampai mereka bertemu dengan Ichiro dari *Naughty Buster*. Namun pada akhirnya mereka berdua kemudian membentuk divisi baru lagi yang bernama *The Dirty Dawg*, bersama Amemura Ramuda dan Jingunji Jakurai. Setelah *TDD* pecah, Samatoki membentuk divisi *Mad Trigger Crew* bersama seorang polisi korup, Iruma Jyuto dan mantan anggota navy, Mason Busujima Riou.

b. Sifat Karakter

Samatoki digambarkan memiliki tempramen yang pendek. Ia sering memaki, berteriak-teriak, menendang dan memukul barang, juga cukup gampang tersulut, terutama jika menyangkut Ichiro, mantan teman setimnya di *TDD* yang kini ia benci karena dianggap mencelakakan adiknya. Ia juga merupakan sosok yang percaya diri dengan kekuatannya.

Gaya bicara, intonasi dan pemilihan katanya cenderung kasar, congkak dan

tinggi. Ia menyebut *ore-sama* pada dirinya sendiri (*ore* = gue, *sama* (おれ) yang merupakan panggilan untuk orang yang pantas mendapatkan status penghormatan tertinggi di Jepang, orang-orang berpangkat lebih tinggi, atau seseorang yang anda kagumi), gaya bicaranya ini juga mencerminkan pekerjaannya sebagai Yakuza. Namun Samatoki pada dasarnya adalah sosok yang sensitif dan lembut, terutama pada orang-orang yang ia sayangi, hal ini bisa dilihat dari interaksinya dengan adiknya, Nemu, rekan-rekannya di *MTC*, mantan rekan di *TDD*, mantan rekannya di *MCD*; bahkan ia masih digambarkan beberapa kali menolong Ichiro yang sekarang bersitegang dengannya. Ketika Sasara yang merupakan sahabat sekaligus partnernya di *MCD* menyerang Samatoki (karena dihipnotis) ditambah hinaan verbal mengenai betapa menyebalkannya Samatoki, Samatoki digambarkan sangat terpuruk hingga menangis, tetapi ia masih menenangkan Ichiro yang saat itu juga mengalami pertikaian dengan Kuuko.



Gambar 10: Samatoki saat mengingat Sasara dan saat mengibur Ichiro
(Sumber: Komik *TDD before the battle*)

Samatoki awalnya juga merupakan sosok yang memiliki harga diri tinggi, beberapa kali diceritakan Samatoki memilih untuk menyelesaikan masalah yang ia temukan sendiri tanpa meminta bantuan dari orang lain, seperti saat adiknya diculik oleh mantan atasan Ichiro. Seiring perkembangan cerita, Samatoki digambarkan mulai lebih menyandarkan dirinya ke rekan-rekan yang ia percayai di *MTC*, hal ini dapat dilihat dari cerita terbaru dimana ternyata Nemu yang menghilang mengalami cuci otak dan masuk menjadi petinggi *Chuoku* dan ditugaskan untuk menangkap Samatoki. Samatoki yang sudah pasrah akhirnya dapat bangkit berkat bantuan dari rekan-rekannya di *MTC*. Pada update terakhir Samatoki juga digambarkan sudah bisa lebih tenang dalam menghadapi masalah.

Analisis Desain Visual

Samatoki digambarkan seperti orang dewasa awal usia 20 hingga akhir 20-an, dengan

tinggi badan yang melebihi rata-rata orang Jepang pada umumnya. Samatoki (25 tahun) memiliki tinggi/berat 186 cm/67 kg, memiliki rambut putih keabu-abuan lebat berponi hingga menutupi dahi, kulit putih cenderung pucat, mata merah dan bulu mata yang panjang/lentik. Tampilan fisik Samatoki tampak seperti orang albino.



Gambar 11: *Keyvisual* Utama Samatoki
(Sumber: hypnosismic.com)

a. Kostum dan Aksesoris.

Kostum yang digunakan Samatoki pada *keyvisual* utama adalah kemeja putih lengan pendek yang memiliki motif tengkorak di bagian dada depannya. Ia menggunakan ikat pinggang hitam, celana jeans biru gelap model *skinny* yang dimasukkan ke dalam sepatu bootsnya yang diikat hingga keatas. Samatoki menggunakan banyak aksesoris, terutama tindik telinga. Pada kedua daun telinganya ia memiliki 6 buah tindikan, 3 di kiri dan 3 di kanan, di kanan berupa tindik *earlobe* dengan anting *ball closure ring*, satu tindik *industrial* dengan anting *straight barbell*, satu tindik *helix* dengan anting *stud*. Pada telinga kiri terdapat satu tindik *earlobe* dengan

anting *ball closure ring*, satu tindik *cartilage* dan satu tindik *helix*, semua dengan anting *hoop*. Pada tangan kirinya Samatoki menggunakan dua buah gelang, yang satu berupa gelang manik-manik berwarna hitam putih yang dibuat oleh adiknya menggunakan kalung peninggalan ibu mereka, serta satu gelang metal dengan satu bandul melekat. Juga sebuah kalung berbandulkan segitiga sama sisi berwarna hitam kebiruan.



Gambar 12. Aksesoris Samatoki
(Sumber: hypnosismic.com)

Mic yang dimiliki Samatoki adalah sebuah *standing mic* dengan tiga kaki, kepala *mic*nya berbentuk tengkorak manusia dengan mata merah. Speaker Samatoki adalah sebuah tengkorak yang keluar dari peti mati, tengkorak ini memiliki cahaya berpendar berwarna hijau toska, dan memiliki *speaker* di mulutnya. Gigi taring tengkorak juga digambarkan lebih panjang dari umumnya, sama seperti gigi taring Samatoki. Peti matinya memiliki warna kombinasi hitam dengan emas, dengan enam buah *diaphragm speaker* pada sisi pintunya (masing-masing 3 buah). Pada *keyvisual* di atas dapat dilihat bahwa aksesoris yang digunakan Samatoki

lekat dengan tengkorak, hal ini menggambarkan jalan hidup Samatoki yang keras dan juga betapa berbahayanya Samatoki. Aksesoris lain seperti banyak anting tindik juga lekat dipakai oleh orang yang terkesan angker, berjiwa petualang, bebas, dan *stereotyping bad boy*.



Gambar 13: Speaker Samatoki
(Sumber: hypnosismic.com)

b. Ekspresi dan gestur

Pada mayoritas *keyvisual art Hypmic*, Samatoki sering digambarkan serius (dengan alis tertekuk/ turun/ berkerut), meledek atau menyeringai, terutama pada dua *keyvisual* utama. Ekspresi ini juga menggambarkan sifatnya yang cenderung gampang tersulut, tak mau kalah dan percaya diri. Samatoki yang lebih sering bertampang serius ini muncul setelah bubarnya *TDD* dan mengalami pertikaian besar dengan Ichiro, membuat mereka menjadi musuh.



Gambar 14: Ekspresi Samatoki
(Sumber: hypnosismic.com)

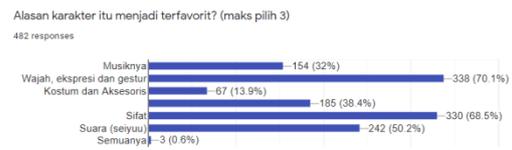
Gestur tangan yang dilakukan pada *keyvisual* utama menampakkan dirinya yang memegang ujung bibir dengan ibu jari, tangan kanannya, seakan hendak mengelap bibir, sedangkan tangan kirinya berada di sisi badan dan seakan hendak menggenggam sesuatu; posisi badan dan kaki menggambarkan posisi orang sedang berjalan. Pada *keyvisual* utama yang kedua, Samatoki digambarkan sedang memegang *mic*-nya dengan tangan kanan, sedangkan tangan kirinya berada di dekat paha dengan posisi terbuka, seakan-akan menantang. Gestur tubuh Samatoki pada *keyvisual* kedua menunjukkan posisi tubuh yang terbuka dengan kaki terbuka lebar dengan satu kaki menekuk. Kedua gestur yang cukup berbeda ini menggambarkan sifat Samatoki yang serius dan tertutup (pada *keyvisual* pertama)

dan Samatoki yang percaya diri dengan kekuatannya (dengan posisi terbuka dan menantang pada *keyvisual* kedua). Bila dilihat, terdapat kontras yang jelas antara desain visual Samatoki dengan gestur yang digambarkan. Secara visual tampilan Samatoki cenderung dibuat lebih cantik ketimbang tampan, bisa dilihat dari bulu mata yang lebat dan sangat lentik, bentuk muka yang lebih lancip, kulit yang lebih pucat. Namun secara gestur dan ekspresi, Samatoki merupakan salah satu tokoh yang memiliki gestur yang profokatif, menantang dan kasar, ditambah dengan ekspresi yang cenderung tidak ramah dan serius.

c. Warna dan Komposisi

Warna utama pada desain karakter Samatoki adalah putih, biru gelap dan hitam. Hal ini bisa dilihat dari warna pakaian dan aksesoris yang dikenakan Samatoki. Warna merah pada mata adalah satu-satunya warna yang bersebrangan dengan warna utama Samatoki. Secara komposisi warna dari desain visual, komposisi warna yang digunakan pada Samatoki adalah putih dan hitam. Komposisi ini membuat desain visual Samatoki memiliki kontras *value* yang tinggi, hitam dan putih, sesuai dengan masa lalu Samatoki yang tergolong gelap, namun Samatoki digambarkan masih memiliki nilai keadilan dan moral di dalam dirinya.

d. Respon Audiens



Gambar 15: Hasil survey karakter Aohitsugi Samatoki

Dari hasil survei di atas, dapat dilihat bahwa elemen yang membuat konsumen tertarik pada karakter Aohitsugi Samatoki adalah wajah, ekspresi dan gestur karakter sebanyak 338 orang, sifat karakter 330 orang, *seiyuu* 242 orang, latar belakang cerita 185 orang, musik karakter sebanyak 154 orang, dan yang terakhir adalah kostum 67 orang. Bila dikaitkan ke dalam desain karakter, maka yang membuat konsumen tertarik adalah kombinasi antara wajah, gestur dan ekspresi dengan sifat karakter yang erat kaitannya satu sama lain. Penggambaran ekspresi dan gestur Samatoki pada setiap *keyvisual* utamanya dapat mencerminkan sifatnya yang serius dan juga tempramental, membuat banyak konsumen tertarik pada imej *badboy* yang dikeluarkan Samatoki. Peringkat ketiga dipegang oleh *seiyuu* yang memiliki peran kuat terhadap kehidupan karakter Samatoki, baik dari suara, intonasi, akting dan juga menyanyikan lagu-lagu yang dibawakan oleh Samatoki. Pengisi suara Samatoki adalah Shintaro Asanuma, yang juga merupakan seorang *seiyuu* terkenal di Jepang. Asanuma merupakan salah satu dari empat *seiyuu* papan atas di dalam IP *Hypmic*, sehingga faktor ketenaran Asanuma juga menjadi

salah satu daya jual di awal-awal *Hypmic* diluncurkan. Namun, pada karakter Samatoki penggemar lebih banyak menyukai cerita karakter dibandingkan lagu-lagu yang ia miliki karena cerita berada di urutan ke empat, baru disusul dengan musik. Dalam survei karakter ini, kostum merupakan hal terakhir yang menjadi pilihan favorit dalam karakter Aohitsugi Samatoki.

Hasil Umum Analisa

Untuk elemen dasar berdasarkan teori desain holistik, pada Ichiro dan Samatoki dan IP *Hypmic* yang memiliki pengaruh besar adalah tampilan desain karakter itu sendiri, yang disusul oleh sifat karakter, cerita di balik karakter, disesuaikan dengan audiens. Desain visual karakter Ichiro dan Samatoki ini juga kemudian diperkuat dengan unsur-unsur pembentuk kepribadian karakter, yakni: ekspresi muka, penampilan dan aksesoris, gestur dan bentuk, serta warna dan komposisi dari desain. Membuat respon dari audiens sesuai dengan *image* karakter yang ingin disampaikan.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan

Hypmic merupakan pengembangan dari musik rap dengan menggunakan *pop culture* Jepang. Penggunaan gaya *anime manga* pada *Hypmic* ternyata mendapat sambutan yang sangat baik dan menambah pendengar musik rap Jepang. Keberhasilan ini juga tak lepas dari desain karakter *MC* fiktif yang ada

di *Hypmic* yang didukung oleh para *seiyuu*. Elemen-elemen desain holistik juga terdapat dalam keseluruhan IP *Hypmic*. Dengan menggunakan divisi *BB* dan *MTC* beserta dua karakter leadernya yakni Ichiro dan Samatoki sebagai bahan analisis, dapat dilihat bahwa terdapat cerita yang cukup kompleks di balik tiap karakter dan divisi yang ada, walau tetap berkaitan erat antar satu sama lainnya. Perbedaan sifat Ichiro yang periang dan ceria, serta Samatoki yang berbahaya dan tempramental, terutama ketika sifat-sifat ini diperkuat dengan desain visual karakter yang memiliki perbedaan jelas satu sama lain. Dalam ekspresi muka, gestur, penampilan, aksesoris serta warna dan juga komposisi karakter Samatoki dan Ichiro yang sangat bertolak belakang. Hal-hal inilah yang semakin menambah minat audiens lama untuk tetap mengikuti dan juga menarik audiens baru ke dalam IP *Hypmic*. Walau mayoritas penantian para audiens terhadap musik *rap*nya sendiri tetap menjadi minat utama.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, penggunaan teori desain karakter holistik dapat membuat sebuah desain menjadi lebih menarik, serta sangat potensial diaplikasikan dalam pembuatan sebuah IP apapun yang berbasis desain karakter, terutama dengan pendekatan *pop culture* yang sedang tren. Penggunaan dan pengembangan elemen dasar karakter holistik, yakni cerita di balik karakter, sifat karakter, yang kemudian

diperdalam dengan unsur pembentuk kepribadian karakter, dapat membuat sebuah karakter menjadi lebih nyata. Sehingga saat diaplikasikan dalam gaya tampilan visual yang sesuai dengan selera audiens, dapat membuat sebuah IP yang lebih unik dan memiliki market yang lebih setia.

Saran

Diharapkan agar pengembangan IP dapat memaksimalkan penggunaan desain karakter dengan memanfaatkan beragam teknik tersebut di atas, agar tercipta karakter desain yang menarik, unik dan dapat memiliki daya saing terutama dalam segi pengembangan IP dalam bidang apapun. Juga bagi dunia pendidikan khususnya pada desain karakter, diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan acuan dalam mengajar, agar kelak dapat memenuhi permintaan pada bidang industri.

F. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, M.D. (2006). *Metodologi Penelitian*. Mataram: Yayasan Cerdas Press.
- William, M., G. (2014). *Japanese Visual Culture Explorations in the World of Manga and Anime*. England: Routledge Publisher.

Jurnal, artikel prosiding

- Haryanto, Y., Haswanto, N., & Zpalanzani, M. (2009). *Analysis of Pocoyo's Animation Character Design*. Game Animation International Conference. ITB Bandung.
- Imaniyati, N. (2010). Perlindungan HKI Sebagai Upaya Pemenuhan Hak Atas IPTEK, Budaya dan Seni. *Jurnal Media Hukum*, 17(1), 162-176.
- Ramadhana, A., Mansoor, A & Haswanto, N. (2013). Kajian Daya Tarik Visual Pada Desain Karakter Pokemon. *Jurnal Wimba*, 5(2), 93-105.
- Safariani, P. (2017). Penyebaran Pop Culture Jepang oleh Anime Festival Asia (AFA) di Indonesia Tahun 2012-2016. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 5(3). 729-744.

Publikasi Lain

- Heinst, R. (2017). *Seiyuu: the art of voice acting. The Japanese voice acting industry and its relation to the anime market*. [Thesis] Netherlands. Lieden university.

Media daring

- Binus University Faculty of Humanities. Japanese. Diambil dari: <https://japanese.binus.ac.id/>
- Tate, G. *Hip-Hop Music and Cultural Movement*. Diambil dari: <https://www.britannica.com/art/hip-hop>
- Fandom Anime Community. Diambil dari: hypnosis-mic.fandom.com
- Zerochan Anime Images. Diambil dari: zerochan.net
- Hipnosismic Division Rap Battle. King Record Co., Ltd. Diambil dari: [Hypnosismic.com](https://hypnosismic.com)
- HYPNOSISMIC -D.R.B- (Division All Stars). [Channelヒプノシスマイク].

ヒプノシスマイク Division Battle
Anthem. Diambil dari:
[https://www.youtube.com/channel/
UCLQwZQHMTTrqeeUSzZt5ii6g](https://www.youtube.com/channel/UCLQwZQHMTTrqeeUSzZt5ii6g)