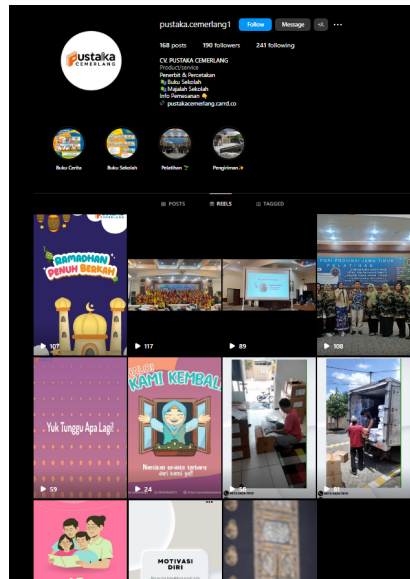


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

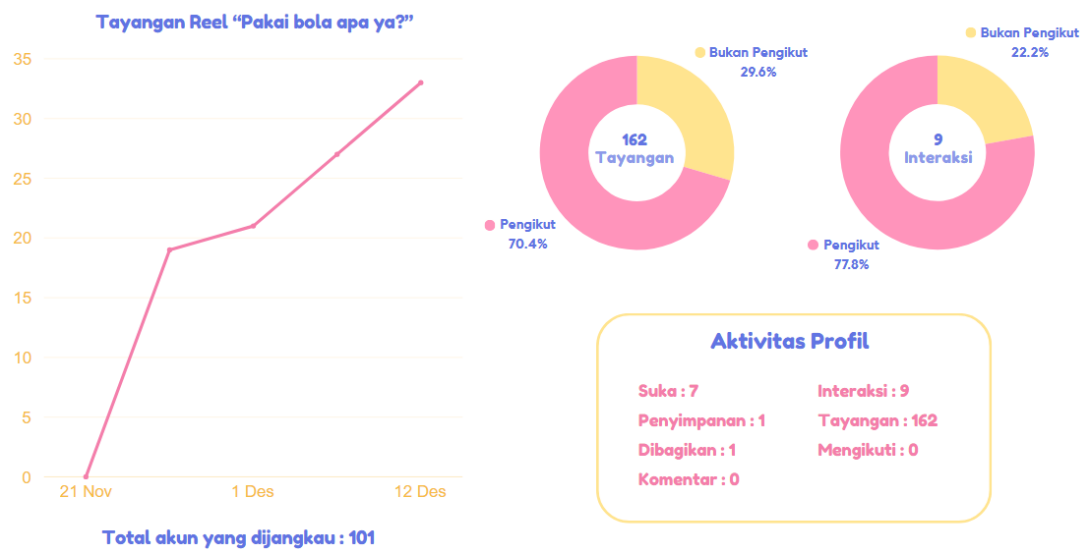
Buku anak memiliki peran penting dalam membantu perkembangan kognitif, emosional, dan sosial anak. Buku yang baik tidak hanya menghibur, tetapi juga mengajarkan hal-hal baru, merangsang imajinasi, dan membantu anak memahami dunia di sekitarnya (Hanif & Mustofa, 2023). Selain itu, buku yang dirancang dengan baik dapat membantu anak mengembangkan kemampuan membaca, berkomunikasi, dan berpikir kritis sejak dini. CV. Pustaka Cemerlang, yang berdiri sejak tahun 2014, adalah penerbit yang fokus pada buku anak berkualitas. Seiring waktu, Pustaka Cemerlang terus berinovasi dengan menerbitkan buku-buku yang sesuai dengan kebutuhan anak-anak saat ini. Dengan tujuan menciptakan media pendidikan yang bermutu, Pustaka Cemerlang berkomitmen untuk menghadirkan buku-buku yang interaktif dan menyenangkan guna mendukung perkembangan kreativitas dan kognitif anak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa media buku cerita bergambar dapat meningkatkan kreativitas anak (Billa, Rakimahwati, Mayar, & Yaswinda, 2023). Bekerja sama dengan penulis dan ilustrator, Pustaka Cemerlang memastikan setiap buku yang diterbitkan tidak hanya menarik tetapi juga memberikan pelajaran berharga. Pustaka cemerlang berlokasi di Perum Griya Candramas Blok IM-42, Sedati, Sidoarjo, Berdasarkan wawancara dengan owner Pustaka Cemerlang, Bu Fitri menjelaskan bahwa visi perusahaan adalah menciptakan lingkungan membaca yang inspiratif bagi anak-anak. Beliau menyatakan bahwa Pustaka Cemerlang bertujuan untuk menghasilkan buku-buku yang tidak hanya menarik perhatian anak-anak melalui ilustrasi yang indah dan penuh warna, tetapi juga menyajikan cerita-cerita yang mendidik dan menggugah imajinasi. Setiap buku dirancang dengan cermat untuk menyampaikan pesan moral yang penting, sehingga dapat membantu membentuk karakter anak sejak usia dini.



Gambar 1.1 Postingan reels instagram Pustaka Cemerlang
(Sumber : instagram)

CV. Pustaka Cemerlang, sebagai penerbit buku anak, menghadapi tantangan besar dalam bersaing dengan konten digital yang berkembang pesat. Di tengah meningkatnya popularitas konten visual dan interaktif, Pustaka Cemerlang mengalami kendala rendahnya daya tarik konten reels di akun media sosial Instagram mereka (gambar 1.1). Konten yang hanya menampilkan poster dengan sedikit animasi dinilai kurang menarik bagi konsumen, terutama dibandingkan dengan konten digital yang lebih kreatif dan interaktif. Dari hasil observasi *insight* Instagram (gambar 1.2), Pustaka Cemerlang menemukan bahwa mereka perlu mengubah strategi konten dengan fokus pada kreativitas dan inovasi yang lebih tinggi untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna. *Insight* ini memberikan pemahaman mendalam tentang preferensi dan pola keterlibatan audiens, membantu Pustaka Cemerlang menyadari tren digital yang sedang berkembang dan memanfaatkan peluang tersebut. Sejauh ini, *insight* dari media sosial Instagram hanya menjadi masukan bagi perusahaan, dan bagi sebagian perusahaan, seperti online media influencer, menjadi suatu key performance indicator untuk ditampilkan kepada stakeholder (Bisma, 2018). Dengan mengetahui jenis konten yang paling disukai serta waktu interaksi tertinggi dari audiens, *insight* ini memberikan arah yang jelas untuk strategi pemasaran yang lebih efektif. *Insight* ini menunjukkan bahwa pendekatan baru sangat penting untuk menciptakan konten yang lebih

kompetitif di dunia digital, sehingga Pustaka Cemerlang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih efektif (Rohmaha & Supriyatno, 2021).



Gambar 1.2 hasil analisis *insight* instagram Pustaka Cemerlang
(Sumber : profile analyzer)

Media sosial memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Pustaka Cemerlang perlu segera mengambil langkah strategis untuk memaksimalkan penggunaan platform ini, seperti membuat konten yang lebih dinamis dan interaktif (gambar 1.3). Pustaka Cemerlang dapat mengembangkan video animasi yang lebih menarik, menciptakan tantangan interaktif, atau mengadakan sesi membaca secara langsung di platform online. Dengan langkah-langkah ini, Pustaka Cemerlang akan mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan orang tua, guru, dan anak-anak. Sebagian besar pengguna Instagram lebih memperhatikan kualitas konten foto, video, dan caption. Kombinasi antara caption dan konten foto/video harus diperhatikan untuk menghasilkan konten yang berkualitas (Edib, 2021). Berdasarkan informasi yang telah diuraikan, perusahaan harus segera mengimplementasikan strategi konten yang lebih kreatif dan interaktif. Dengan menghadirkan konten seperti video animasi, cerita interaktif, atau kuis yang dapat melibatkan anak-anak, perusahaan dapat memperkuat efektivitas kampanye pemasarannya, Pustaka Cemerlang dapat menarik lebih banyak perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens.



Gambar 1.3 salah satu reels Pustaka Cemerlang

(Sumber : instagram Pustaka Cemerlang)

Konten media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Fitur Reels memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek dengan elemen kreatif, seperti musik, efek, dan pengeditan yang menarik. Dengan durasi video yang singkat, Reels mampu menyampaikan pesan dengan cepat dan memikat perhatian penonton, membuatnya ideal untuk memperkenalkan produk, seperti buku anak, dengan cara yang lebih interaktif dan menarik. Karena fitur Reels Instagram memungkinkan pengguna untuk menambahkan musik, efek, pengeditan, kecepatan, dan transisi sesuai keinginan, hal ini diharapkan dapat mendukung terciptanya konten yang lebih kreatif, inovatif, dan efektif melalui pemanfaatan fitur tersebut (Sari, 2021). Dengan mengoptimalkan media sosial secara efektif, Pustaka Cemerlang dapat memperluas jangkauannya, memperkuat identitas perusahaan, dan meningkatkan promosi buku di kalangan orang tua dan anak-anak. Dalam dunia pemasaran digital, konten berkualitas menjadi elemen penting dalam strategi yang sukses di media sosial. Konten yang menarik, kreatif, dan interaktif memiliki peluang besar untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Konten yang sesuai dan konsisten adalah kunci untuk mendorong partisipasi yang kuat dengan audiens. Keterlibatan aktif pengguna melalui desain interaktif dapat meningkatkan pengalaman pengguna. Desain interaktif yang efektif juga dapat memperdalam keterlibatan audiens dan mempengaruhi pandangan mereka terhadap perusahaan tersebut.

Penggunaan teknologi inovatif seperti Live2D menjadi penting dalam era digital, dimana interaksi visual yang dinamis dan fleksibel sangat diperlukan untuk menarik perhatian audiens. Teknologi ini, yang pertama kali diperkenalkan oleh Live2D Inc. pada tahun 2009, memberikan dimensi baru pada karakter 2D dengan kemampuan gerak yang hidup, sehingga menciptakan pengalaman visual yang interaktif (Wikipedia contributors, 2024). Saat ini, Live2D telah diterapkan dalam berbagai sektor, termasuk pemasaran, untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan konten. Oleh karena itu, tak sedikit perusahaan yang tertarik untuk ikut serta membuat karakter menggunakan Live2D untuk kegiatan promosi mereka (gambar 1.4). Karakter Live2D tidak hanya memberikan daya tarik visual yang lebih kuat tetapi juga membuka peluang baru bagi perusahaan dalam membangun branding dan promosi yang lebih efektif, terutama bagi audiens anak-anak yang menyukai konten kreatif dan interaktif.



Gambar 1.4 contoh vtuber dari beberapa perusahaan

(Sumber :

<https://ewhabrandcommunication.wordpress.com/2023/04/26/vtubers-a-dive-into-the-world-of-brand-affiliated-vtubers/>)

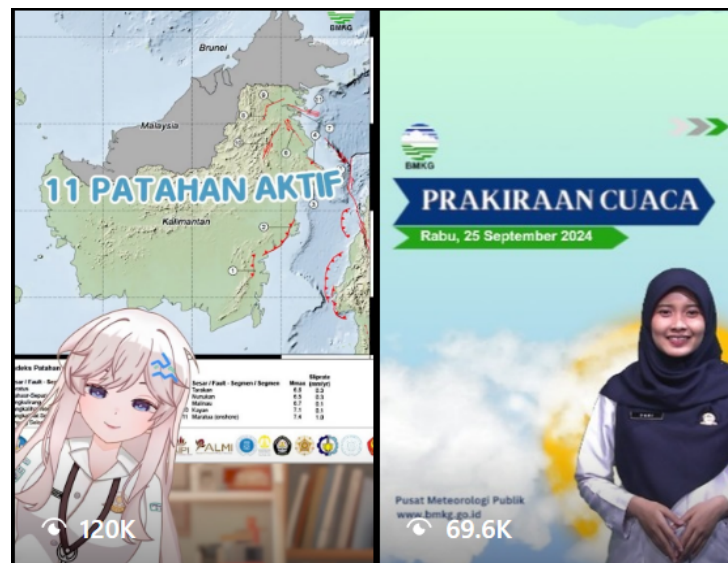
Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap lima VTuber, ditemukan bahwa jumlah views, likes, dan shares pada masing-masing dari tiga konten Reels yang mereka unggah menunjukkan tingkat interaksi yang sangat tinggi dari audiens, seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.5. Konten-konten yang mereka hadirkan tidak hanya berhasil menarik perhatian audiens secara visual, tetapi juga secara efektif mendorong keterlibatan aktif dari penonton, termasuk berpartisipasi melalui kolom komentar. Di antara kelima VTuber tersebut, salah satu yang memiliki rasio komentar tertinggi adalah Deidey, yang mampu mencuri perhatian audiensnya berkat penggunaan karakter Live2D yang interaktif serta konten yang informatif,

sehingga menimbulkan minat yang tinggi di kalangan penontonnya untuk memberikan tanggapan dan komentar. Hal ini menunjukkan penggunaan live2D dapat menjadi strategi yang cocok untuk mendorong interaksi serta dapat menarik audiens di media sosial

VTuber	Views	Likes	Comments	Shares	Like ratio (%)
Mikaasuma	1,076,215	87,207	880	6,124	8.10%
Mikaasuma	899,995	76,356	479	5,060	8.48%
Mikaasuma	441,377	42,592	447	2,410	9.65%
Akemi Nekomachi	5,975,741	243,946	1,023	25,300	4.08%
Akemi Nekomachi	1,300,745	71,467	250	589	5.50%
Akemi Nekomachi	1,027,016	55,897	126	282	5.44%
Cole Caramelo	1,747,600	201,955	998	9,953	11.56%
Cole Caramelo	301,002	44,570	337	1,509	14.81%
Cole Caramelo	416,643	42,705	197	321	10.25%
Justin Willians	1,344,495	91,080	834	17,100	6.77%
Justin Willians	550,377	42,871	165	703	7.79%
Justin Willians	247,291	14,854	114	383	6.00%
Deidey	609,346	33,340	1,274	11,800	5.47%
Deidey	194,056	12,119	400	69	6.25%
Deidey	458,377	38,537	203	6,743	8.41%

Gambar 1.5 hasil *insight* 3 konten reels 5 vtuber

(Sumber : dokumen pribadi)



Gambar 1.6 view reels instagram infobmkg

(Sumber : <https://www.instagram.com/infobmkg/reels>)

Vtuber Shinna dari BMKG Gowa telah membuktikan bahwa penggunaan karakter virtual berbasis Live2D dapat secara signifikan meningkatkan engagement pada konten media sosial. Berdasarkan observasi, konten Reels yang menampilkan Shinna mampu menarik jumlah views yang jauh lebih tinggi dibandingkan video dengan narasi oleh manusia. Hal ini menunjukkan bahwa audiens lebih tertarik pada konten visual yang inovatif, terutama yang

menyajikan elemen animasi interaktif. Shinna juga berhasil menciptakan daya tarik unik dengan mengemas informasi terkait cuaca dan mitigasi bencana menjadi lebih menarik, sehingga relevan dengan kebutuhan edukasi dan hiburan audiens.

Berdasarkan hasil observasi melalui *insight* Instagram tersebut, penggunaan L2D dalam konten media sosial dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi masalah ini. Teknologi ini tidak hanya memberikan nilai tambah, tetapi juga membantu menciptakan identitas brand yang kuat dan mudah dikenali. Sebagai solusi untuk perancangan konten media sosial Pustaka Cemerlang, penggunaan karakter dalam bentuk L2D bisa menjadi strategi yang tepat. Karakter L2D dapat mewakili brand secara visual, menciptakan interaksi yang lebih personal dengan audiens. Sebagai contoh, kolaborasi antara virtual youtuber Kobo Kanaeru dan Tokopedia telah menciptakan konten yang menarik dengan animasi karakter L2D yang memperlihatkan berbagai promosi dan kegiatan belanja (gambar 1.7), sehingga berhasil menarik perhatian banyak pengguna dan menciptakan buzz di media sosial.



Gambar 1.7 kolaborasi Kobo Kanaeru dan Tokopedia

(Sumber : <https://www.instagram.com/kobokanaeru/reel/C0vTUe4RqyF/>)

CV. Pustaka Cemerlang saat ini menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan efektivitas promosi di media sosial, terutama karena rendahnya *engagement* dari audiens. Pengembangan komunikasi pemasaran interaktif menjadi hal yang sangat penting untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan dalam mempromosikan produk. Interaksi yang berkelanjutan antara perusahaan dan pelanggan, yang disediakan oleh

perusahaan dan dipilih oleh pelanggan, atau yang disebut sebagai keterlibatan pelanggan (customer engagement), merupakan upaya untuk membangun hubungan dan kedekatan antara perusahaan dan konsumennya" (Al Fariz, Supriadi, & Resmadi, 2018). Konten yang disajikan cenderung statis, dengan elemen visual yang kurang menarik sehingga sulit bersaing dengan konten kreatif lain yang menggunakan video interaktif atau animasi. Kurangnya karakter yang dapat berinteraksi dan menarik perhatian anak-anak juga menjadi faktor yang membuat audiens, terutama anak-anak, tidak merasa terhubung dengan konten tersebut. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat interaksi, seperti *likes*, komentar, dan berbagi konten, yang menunjukkan bahwa audiens mungkin tidak cukup tertarik atau termotivasi untuk terlibat lebih lanjut. Selain itu, penyampaian pesan edukatif yang kurang interaktif membuat promosi sulit menarik minat anak-anak dan orang tua yang biasanya lebih responsif terhadap konten yang mengundang partisipasi langsung.

Selain tantangan *engagement*, CV. Pustaka Cemerlang juga mengalami kesulitan dalam menemukan pembeli, terutama orang tua, melalui platform Instagram. Karena itu, promosi masih sering harus dilakukan secara langsung atau *door-to-door* ke sekolah-sekolah untuk memperkenalkan produk literasi kepada audiens yang tepat. Metode ini membutuhkan banyak tenaga dan waktu serta mengurangi potensi efektivitas promosi digital. Di tengah persaingan konten digital yang semakin ketat, CV. Pustaka Cemerlang memerlukan elemen pembeda yang dapat menarik perhatian audiens secara efektif.

Melalui animasi karakter L2D, CV. Pustaka Cemerlang memiliki peluang untuk meningkatkan keterlibatan audiens, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan konsumen secara lebih dinamis dan menarik. Pustaka Cemerlang menghadapi tantangan dalam bersaing dengan konten digital yang berkembang pesat, terutama dalam menarik perhatian audiens di media sosial seperti Instagram. Konten yang kurang menarik, seperti poster dengan sedikit animasi, tidak mampu bersaing dengan format yang lebih kreatif dan interaktif. Untuk mengatasi masalah ini, Pustaka Cemerlang perlu segera mengadopsi strategi konten yang lebih inovatif, seperti memanfaatkan teknologi Live2D untuk menciptakan karakter yang bergerak dan berinteraksi, serta menghasilkan konten menarik seperti video animasi dan cerita interaktif.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi, terdapat tiga masalah yang diidentifikasi pada akun Instagram Pustaka Cemerlang :

1. Berdasarkan observasi melalui akun Instagram Pustaka Cemerlang, angka *engagement* seperti *views*, *likes*, komentar, dan interaksi lainnya sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan tidak mampu menarik perhatian atau mendorong audiens untuk terlibat secara aktif.
2. Berdasarkan wawancara langsung dengan pemilik Pustaka Cemerlang, media sosial yang digunakan belum mampu menarik perhatian pembeli, khususnya para orang tua sebagai target utama. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menjangkau pembeli secara online, yang penjualannya hanya mencapai sekitar 5%, sehingga promosi harus dilakukan secara langsung atau door-to-door ke sekolah-sekolah, yang memakan banyak waktu, tenaga, dan biaya.
3. Berdasarkan hasil observasi, konten yang diunggah Pustaka Cemerlang masih kurang kreatif dan tidak memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di media sosial. Kurangnya inovasi ini membuat konten sulit bersaing dengan konten digital lain yang lebih interaktif dan menarik, sehingga peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara online menjadi semakin terbatas. Fakta ini terbukti dengan rendahnya tingkat *engagement* yang diperoleh, dimana *views*, *likes*, dan komentar pada konten Pustaka Cemerlang jauh lebih sedikit, bahkan mencapai 10% dari hasil yang dicapai oleh BIP Gramedia. Hal ini mengindikasikan bahwa konten Pustaka Cemerlang belum dapat menarik perhatian audiens secara maksimal, yang membatasi efektivitas promosi secara online..

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan indikasi masalah yang telah diidentifikasi, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana merancang Live2D karakter sebagai Media promosi yang efektif di media sosial untuk meningkatkan *insight* dan *engagement* audiens terhadap CV. Pustaka Cemerlang?

1.4. Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah yang menjadi fokus perancangan ini, sebagai berikut:

1. Perancangan ini akan memfokuskan pada perancangan karakter menggunakan teknologi Live2D (L2D) untuk CV. Pustaka Cemerlang, termasuk elemen visual seperti warna, bentuk, dan atribut karakter yang menarik perhatian anak-anak.
2. Fokus penelitian ini pada pengembangan konten media sosial yang terdiri dari postingan instagram yaitu infografis, carousel, dan reels interaktif berbasis karakter Live2D untuk meningkatkan engagement audiens, khususnya anak-anak dan orang tua, dengan menyesuaikan tren dan preferensi mereka di platform Instagram.
3. Penelitian ini akan mengidentifikasi dan membatasi pada teknik animasi dan interaksi yang dapat diimplementasikan menggunakan teknologi L2D.

1.5. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dengan memanfaatkan karakter Live2D sebagai media promosi
2. Untuk menciptakan karakter interaktif berbasis teknologi Live2D (L2D) bagi CV. Pustaka Cemerlang yang dapat menarik perhatian anak-anak serta orang tua
3. Untuk menghasilkan konten media sosial yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens melalui penerapan teknik animasi dan interaksi yang efektif
4. Untuk membangun identitas visual yang kuat guna memperkuat posisi CV. Pustaka Cemerlang di pasar buku anak.

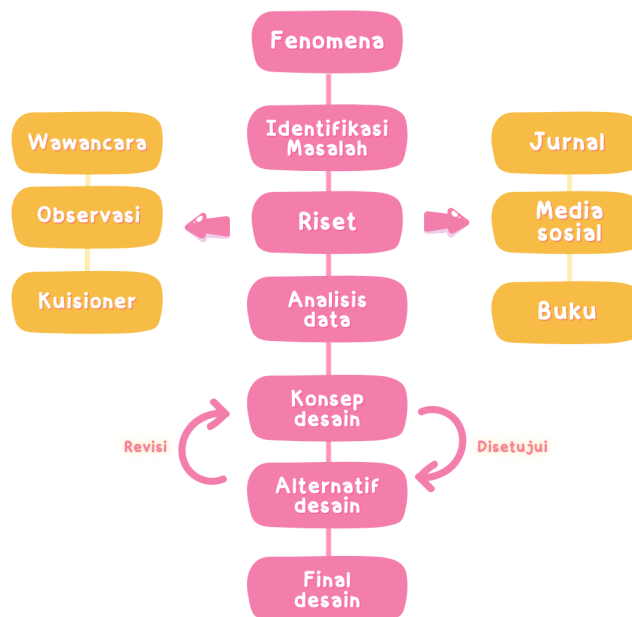
1.6. Manfaat Hasil Perancangan

Manfaat hasil perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang memanfaatkan karakter Live2D dapat meningkatkan daya tarik dan memungkinkan perusahaan menjangkau audiens lebih luas serta meningkatkan efektivitas komunikasi pesan.

2. Karakter interaktif ini mampu membangun hubungan emosional dengan audiens, menarik perhatian anak-anak dan orang tua, serta menghadirkan pengalaman yang menyenangkan dan menarik.
3. Konten yang mengimplementasikan animasi dan interaksi yang efektif akan mendorong audiens untuk lebih terlibat, meningkatkan frekuensi interaksi, dan membangun komunitas yang lebih aktif di sekitar merek.
4. Identitas visual yang kuat melalui karakter Live2D dapat meningkatkan brand awareness, membangun kesan yang konsisten dan menguntungkan di pikiran konsumen, serta membedakan CV. Pustaka Cemerlang dari para pesaing di pasar buku anak.

1.7. Kerangka Perancangan



Gambar 1.8 kerangka perancangan

(Sumber : dokumen pribadi)