

PERANCANGAN DESAIN KARAKTER DALAM TRAILER GAME "NI HAO, NUSANTARA!"

Amanda Yudiroxanne¹

¹Universitas Negeri Surabaya

email: ¹amandayrxn@gmail.com

Received:

11-07-2026

Reviewed:

12-07-2026

Accepted:

13-07-2026

ABSTRAK : *Ni Hao, Nusantara!* merupakan *game* edukasi yang dirancang sebagai media pembelajaran bahasa Mandarin bagi anak usia 8–10 tahun dengan mengangkat akulturasi budaya Indonesia dan Tiongkok. Dalam proses pengembangannya, klien memerlukan *trailer demo game* sebagai media untuk mempresentasikan konsep permainan dalam kompetisi sebelum *game* dikembangkan secara penuh. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain karakter yang mampu membangun identitas visual *game* sekaligus menarik perhatian target audiens. Metode yang digunakan adalah metode *Double Diamond* yang meliputi tahap *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan klien dan mentor, studi literatur, serta eksplorasi referensi visual. Hasil perancangan menghasilkan lima karakter bergaya ilustrasi *chibi*, yaitu Nusa, Tara, Johan, Cici, dan Han Laoshi, yang merepresentasikan perpaduan budaya Indonesia dan Tiongkok sesuai dengan karakteristik anak usia 8–10 tahun. Desain karakter tersebut diimplementasikan ke dalam *trailer demo game* sebagai representasi konsep permainan untuk kebutuhan kompetisi, sehingga memperkuat identitas visual *game* sekaligus mendukung penyampaian konsep pembelajaran bahasa Mandarin melalui pendekatan visual yang menarik.

Kata Kunci: akulturasi budaya, desain karakter, *Double Diamond*, *game* edukasi, *trailer demo game*.

ABSTRACT : "*Ni Hao, Nusantara!*" is an educational game designed as a tool for teaching Mandarin to children aged 8–10, highlighting the cultural exchange between Indonesia and China. During the development process, the client needed a

game demo trailer to present the game's concept in a competition before the game was fully developed. Therefore, character designs were required that could establish the game's visual identity while capturing the attention of the target audience. The Double Diamond methodology was employed, encompassing the Discover, Define, Develop, and Deliver phases. Data collection was conducted through observation, interviews with the client and mentors, literature reviews, and exploration of visual references. The design process resulted in five chibi-style characters – Nusa, Tara, Johan, Cici, and Han Laoshi – which represent a fusion of Indonesian and Chinese cultures tailored to the characteristics of children aged 8–10. These character designs were incorporated into a game demo trailer to showcase the game's concept for the competition, thereby strengthening the game's visual identity while supporting the delivery of Mandarin language learning concepts through an engaging visual approach.

Keywords: *cultural acculturation, character design, Double Diamond, educational games, game demo trailer.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media pembelajaran digital mendorong pemanfaatan *game* edukasi sebagai sarana belajar yang lebih interaktif dan menarik bagi anak. Melalui pendekatan *game-based learning*, proses pembelajaran tidak hanya berfokus pada penyampaian materi, tetapi juga memberikan pengalaman belajar melalui aktivitas bermain yang melibatkan unsur visual, narasi, dan interaksi. Salah satu materi yang berpotensi dikembangkan melalui media tersebut adalah pembelajaran bahasa Mandarin yang dipadukan dengan pengenalan budaya. Pendekatan ini dapat membantu anak memahami materi bahasa sekaligus mengenal keberagaman budaya melalui pengalaman belajar yang lebih kontekstual.

Salah satu pengembangan media tersebut diwujudkan dalam proyek *game* edukasi *Ni Hao, Nusantara!* yang dikembangkan di Let's Play Indonesia sebagai bagian dari program MBKM Magang. *Game* ini ditujukan bagi anak usia 8–10 tahun dengan mengangkat pembelajaran *hanzi* yang dipadukan dengan pengenalan budaya Indonesia dan Tiongkok melalui latar kawasan Chinatown pada perayaan Cap Go Meh. Dalam proses pengembangannya, klien memerlukan *trailer demo game* untuk mempresentasikan konsep permainan pada kompetisi sebelum *game* dikembangkan secara penuh. *Trailer* tersebut menjadi media yang menampilkan gambaran awal mengenai mekanisme permainan, suasana visual, serta karakter yang akan berinteraksi dengan pemain.

Dalam sebuah *game*, karakter tidak hanya berperan sebagai tokoh yang menggerakkan alur permainan, tetapi juga menjadi identitas visual yang membentuk kesan pertama bagi audiens. Melalui desain karakter, pemain dapat mengenali kepribadian tokoh, latar budaya, hingga suasana yang ingin dibangun dalam permainan. Yasa dan Novitasari (2025) menjelaskan bahwa desain karakter merupakan salah satu elemen penting dalam *game* karena mampu menjadi daya tarik visual sekaligus memperkuat identitas permainan. Oleh sebab itu, perancangan karakter perlu mempertimbangkan aspek estetika, target audiens, serta kesesuaian dengan konsep yang diangkat agar pesan visual dapat tersampaikan secara efektif.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas perancangan desain karakter pada media *game*. Yulianti (2021) mengembangkan desain karakter berbasis budaya lokal sebagai identitas visual *game*, sedangkan Malik et al. (2024) merancang karakter yang disesuaikan dengan kebutuhan narasi dan konsep visual permainan. Aleefa et al. (2023) juga membahas perancangan desain karakter beserta *cut scene* pada *game Wanders*, sementara Al Hadida dan Wibawa (2024) menekankan pentingnya integrasi unsur budaya dalam desain karakter digital sebagai pembentuk identitas visual. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada pengembangan karakter sebagai bagian dari keseluruhan *game*. Belum banyak penelitian yang secara khusus membahas perancangan desain karakter sebagai elemen utama dalam *trailer demo game* edukasi yang mengangkat akulturasi budaya Indonesia dan Tiongkok sebagai media pembelajaran bahasa Mandarin.

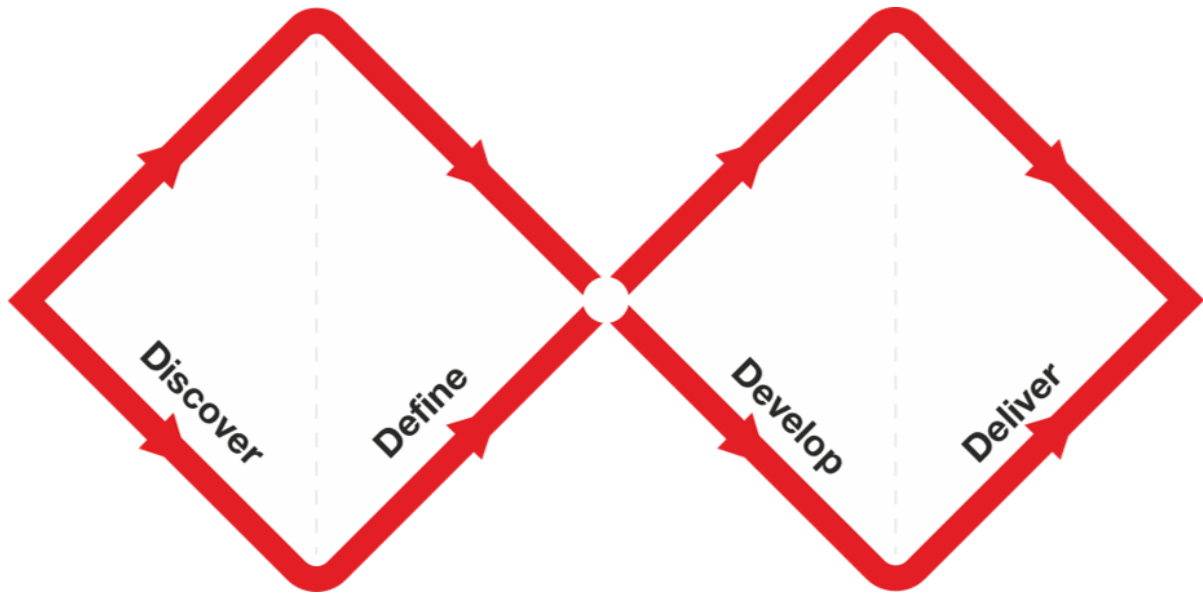
Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan desain karakter untuk *trailer demo game Ni Hao, Nusantara!* menggunakan metode *Double Diamond*. Metode ini dipilih karena mampu memberikan alur perancangan yang sistematis, mulai dari eksplorasi kebutuhan, pengembangan konsep, hingga implementasi hasil desain. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan konsep perancangan, proses perancangan, serta hasil visualisasi desain karakter yang diimplementasikan ke dalam *trailer demo game* sebagai representasi awal konsep permainan. Hasil perancangan diharapkan dapat memperkuat identitas visual *game* sekaligus menjadi salah satu referensi bagi pengembangan desain karakter pada media *game* edukasi yang mengangkat unsur budaya.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Penelitian ini merupakan penelitian berbasis praktik (*practice-based research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang berfokus pada perancangan desain karakter sebagai luaran utama. Perancangan dilakukan pada proyek pengembangan *game* edukasi *Ni Hao, Nusantara!* di Let's Play Indonesia, Kota Malang, selama pelaksanaan program MBKM Magang. Sasaran penelitian adalah lima karakter utama, yaitu Nusa, Tara, Johan, Cici, dan Han Laoshi, yang dirancang sebagai elemen visual dalam *trailer demo game*. Data diperoleh melalui observasi terhadap *brief* proyek, eksplorasi referensi visual, studi literatur mengenai desain karakter, ilustrasi, budaya Indonesia dan Tiongkok, serta diskusi dan asistensi bersama mentor dan klien selama proses perancangan. Seluruh proses ilustrasi dilakukan secara digital menggunakan MediBang Paint dan Procreate. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kebutuhan perancangan dan merumuskan konsep visual sebagai dasar pengembangan desain karakter.

Proses perancangan menggunakan metode *Double Diamond* yang dikembangkan oleh Design Council (2019), yang terdiri atas empat tahapan, yaitu *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver* (Gambar 1). Pada tahap *Discover*, dilakukan analisis terhadap *brief* proyek serta pengumpulan referensi visual dan literatur yang berkaitan dengan desain karakter, *game* edukasi, ilustrasi anak, serta unsur budaya Indonesia dan Tiongkok. Tahap *Define* difokuskan pada perumusan konsep visual setiap karakter berdasarkan hasil eksplorasi, meliputi kepribadian, kostum, atribut budaya, palet warna, dan gaya ilustrasi yang disesuaikan dengan target audiens. Tahap *Develop* meliputi pembuatan *thumbnail sketch*, *rough sketch*, *line art*, hingga proses pewarnaan. Pewarnaan diawali pada karakter utama, yaitu Nusa, kemudian dievaluasi bersama mentor dan klien sebagai acuan visual sebelum diterapkan pada karakter lainnya agar konsistensi desain tetap terjaga. Tahap *Deliver* menghasilkan

desain karakter final yang diimplementasikan ke dalam *trailer demo game* sebagai representasi awal konsep permainan untuk kebutuhan kompetisi.



Gambar 1. Metode Double Diamond (Sumber: Design Council, 2019).

KERANGKA TEORETIK

a. *Video Game* sebagai Media Interaktif

Video game merupakan media digital interaktif yang memungkinkan pengguna berpartisipasi secara aktif melalui sistem permainan, tantangan, dan umpan balik. Berbeda dengan media satu arah, *video game* memadukan elemen visual, karakter, narasi, dan mekanisme permainan sehingga mampu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih menarik. Dalam pengembangannya, aspek visual menjadi salah satu komponen utama karena menjadi elemen pertama yang dikenali oleh pemain. Pratama dan Irfansyah (2020) menjelaskan bahwa desain visual dalam *video game* berperan dalam mendukung sistem permainan sekaligus membangun pengalaman pengguna yang konsisten. Oleh karena itu, perancangan karakter menjadi bagian penting dalam membangun identitas visual sebuah *game*.

b. *Game* Edukasi Anak

Game edukasi merupakan permainan digital yang dirancang untuk mendukung proses pembelajaran melalui aktivitas bermain yang interaktif. Media ini dinilai sesuai untuk anak usia sekolah dasar karena mampu menggabungkan unsur visual, tantangan, dan pengalaman bermain dalam penyampaian materi. Ramadhani dan Fauziah (2020) menyatakan bahwa penggunaan *game* sebagai media pembelajaran dapat meningkatkan keterlibatan dan motivasi belajar anak. Oleh karena itu, desain visual, khususnya karakter, perlu dirancang sesuai dengan karakteristik target audiens agar materi pembelajaran dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami.

c. *Trailer Game* sebagai Media Promosi

Trailer game merupakan media audio visual yang digunakan untuk memperkenalkan konsep, suasana, mekanisme permainan, serta identitas visual sebelum *game* dirilis. Dalam durasi yang terbatas, *trailer* harus mampu menarik perhatian audiens sekaligus memberikan gambaran mengenai isi permainan melalui penyajian visual yang komunikatif. Putri dan Aditya (2021) menjelaskan bahwa strategi visual dalam *trailer game* berperan penting dalam membangun identitas produk dan menciptakan kesan pertama bagi calon pengguna. Oleh karena itu, karakter menjadi salah satu elemen utama yang mampu memperkuat daya tarik visual sekaligus merepresentasikan konsep permainan dalam *trailer demo game*.

d. Gaya Visual *Chibi* dan Penggunaan Warna *Vibrant*

Gaya visual *chibi* merupakan gaya ilustrasi yang menampilkan proporsi kepala lebih besar daripada tubuh dengan bentuk yang sederhana dan ekspresi yang mudah dikenali. Gaya ini banyak digunakan pada media untuk anak karena memberikan kesan ramah, menarik, dan komunikatif. Selain bentuk karakter, pemilihan warna juga berperan dalam meningkatkan daya tarik visual. Lestari dan Kurniawan (2020) menyatakan bahwa aspek visual dalam media digital berpengaruh terhadap minat belajar anak. Berdasarkan pertimbangan tersebut, gaya *chibi* dan penggunaan palet warna *vibrant* dipilih agar karakter lebih menarik serta sesuai dengan karakteristik anak usia 8–10 tahun sebagai target audiens.

e. Identitas Budaya dalam Desain Karakter

Desain karakter tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan identitas budaya melalui bentuk, kostum, warna, aksesori, maupun atribut visual lainnya. Representasi budaya yang tepat dapat membantu audiens memahami latar cerita sekaligus memperkuat identitas sebuah karya. Al Hadida dan Wibawa (2024) menjelaskan bahwa integrasi unsur budaya dalam desain karakter mampu memperkuat identitas visual sekaligus menjadi sarana pengenalan budaya melalui media digital. Oleh karena itu, perancangan karakter pada penelitian ini menggabungkan unsur budaya Nusantara dan Tiongkok sebagai bagian dari konsep visual *game Ni Hao, Nusantara!*.

f. Desain Komunikasi Visual

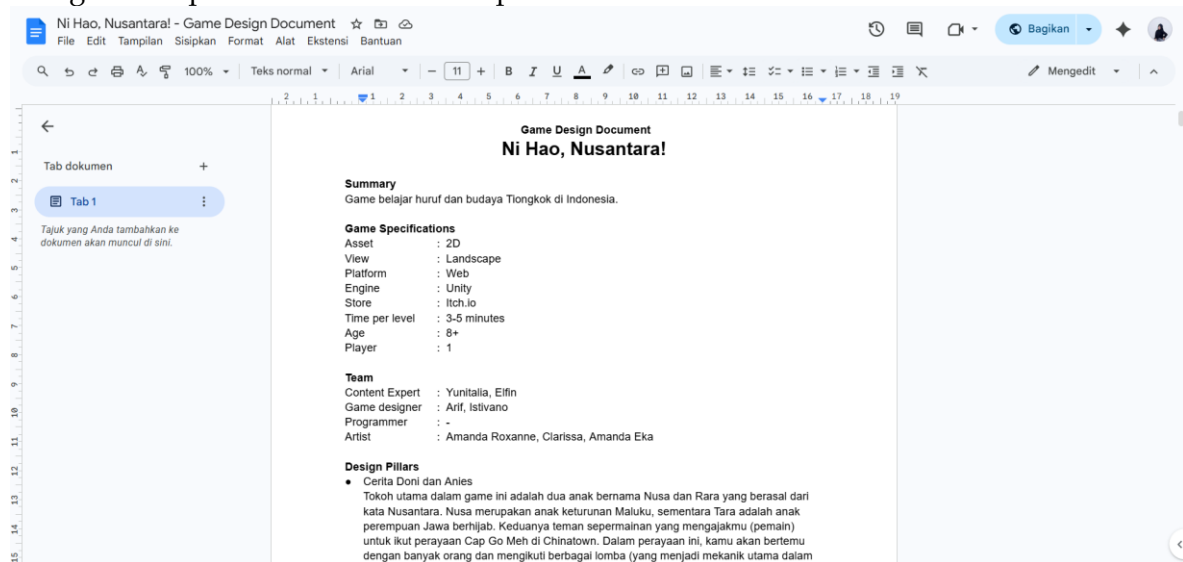
Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan disiplin ilmu yang memanfaatkan elemen visual sebagai media penyampaian pesan kepada audiens. Ilustrasi, warna, tipografi, komposisi, dan simbol visual disusun untuk menciptakan komunikasi yang jelas, menarik, dan sesuai dengan karakteristik pengguna. Menurut Tinarbuko (2015), desain komunikasi visual mengutamakan kejelasan pesan, daya tarik visual, dan relevansi terhadap audiens. Dalam penelitian ini, prinsip tersebut menjadi landasan dalam merancang karakter yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu merepresentasikan identitas *game* serta mendukung penyampaian konsep melalui *trailer demo game*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Discover*

Tahap *Discover* diawali dengan memahami kebutuhan proyek melalui analisis Game Design Document (GDD) dan *brief* yang diberikan oleh klien. GDD memuat informasi mengenai konsep permainan, alur cerita, target audiens, mekanisme permainan, serta kebutuhan visual yang menjadi acuan dalam proses perancangan. Berdasarkan dokumen tersebut, diketahui bahwa *Ni Hao, Nusantara!* merupakan *trailer demo game* edukasi yang

ditujukan bagi anak usia 8–10 tahun untuk memperkenalkan pembelajaran *hanzi* melalui pengenalan budaya Tiongkok dan Nusantara dengan latar kawasan *Chinatown* saat perayaan Cap Go Meh. Dari hasil analisis tersebut, karakter ditetapkan sebagai fokus utama perancangan karena menjadi elemen visual yang paling dominan dalam *trailer demo game* sekaligus merepresentasikan identitas permainan.



Gambar 2. *Game Design Document “Ni Hao, Nusantara!”* (Sumber: Let’s Play Indonesia, 2025).

Selanjutnya dilakukan eksplorasi referensi visual melalui studi literatur, observasi berbagai desain karakter pada *game* anak, serta pengumpulan referensi budaya Indonesia dan Tiongkok. Proses ini juga mencakup penyusunan *moodboard* yang berisi referensi gaya ilustrasi, bentuk karakter, kostum, warna, ekspresi, serta atribut budaya yang akan diterapkan pada masing-masing tokoh. Hasil eksplorasi menunjukkan bahwa gaya ilustrasi *chibi* dipilih karena memiliki bentuk yang sederhana, ekspresi yang mudah dikenali, dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Selain itu, penggunaan warna *vibrant* dipertimbangkan untuk meningkatkan daya tarik visual karakter sehingga lebih mudah menarik perhatian anak. Pertimbangan tersebut sejalan dengan Lestari dan Kurniawan (2020) yang menyatakan bahwa aspek visual dalam media digital berpengaruh terhadap minat dan keterlibatan anak.

Selain mempertimbangkan target audiens, eksplorasi juga difokuskan pada integrasi unsur budaya sebagai identitas visual *game*. Referensi mengenai pakaian tradisional, ornamen, warna, serta simbol budaya Indonesia dan Tiongkok dianalisis untuk menentukan atribut yang sesuai dengan masing-masing karakter. Pendekatan ini mendukung pendapat Al Hadida dan Wibawa (2024) bahwa penerapan unsur budaya dalam desain karakter dapat memperkuat identitas visual sekaligus menjadi media pengenalan budaya melalui media digital. Hasil tahap *Discover* menjadi dasar dalam merumuskan konsep visual yang dikembangkan pada tahap berikutnya.

b. Define

Tahap *Define* dilakukan dengan menganalisis hasil eksplorasi pada tahap *Discover* untuk menentukan arah perancangan desain karakter. Informasi yang diperoleh dari *Game Design Document* (GDD), *brief* klien, studi referensi, dan *moodboard* diseleksi guna menetapkan konsep visual yang sesuai dengan tujuan *trailer demo game Ni Hao, Nusantara!*. Hasil analisis

menunjukkan bahwa karakter harus mampu merepresentasikan perpaduan budaya Nusantara dan Tiongkok, memiliki tampilan yang menarik bagi anak usia 8–10 tahun, serta mendukung penyampaian materi pembelajaran bahasa Mandarin.

Pada tahap ini ditetapkan lima karakter utama beserta perannya dalam alur permainan, yaitu Nusa sebagai karakter utama yang akan menemani pemain menjelajahi kawasan *Chinatown*, Tara sebagai teman perjalanan Nusa, Johan sebagai karakter yang ditemui di area klenteng dan memandu permainan kaligrafi, Cici sebagai karakter di toko mainan yang memandu permainan *sliding puzzle*, serta Han Laoshi sebagai guru bahasa Mandarin di perpustakaan yang memandu permainan mencocokkan huruf Hanzi tradisional dan *simplified*. Pada tahap ini juga ditetapkan lima karakter utama yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda yang menjadi acuan dalam menentukan atribut visual, kostum, aksesoris, warna, dan kepribadian setiap karakter agar mampu merepresentasikan latar belakangnya sekaligus memperkuat identitas visual *game*.

Tabel 1. Kostum dan Atribut Budaya Karakter

Karakter	Kostum dan Atribut	Pertimbangan Desain	Referensi
Nusa	Menggunakan pakaian adat Tanimbar dari Maluku yang dipadukan dengan Suar Bebeb Ulu sebagai penutup kepala tradisional serta So Malai berupa hiasan bulu burung cendrawasih.	Kostum dipilih untuk merepresentasikan latar belakang budaya Maluku yang dimiliki Nusa. Suar Bebeb Ulu dan So Malai digunakan sebagai elemen visual utama karena memiliki bentuk yang khas dan mudah dikenali, sehingga dapat memperkuat identitas karakter sekaligus membedakannya dari tokoh lainnya.	
Tara	Menggunakan hijab dan kebaya sederhana yang terinspirasi dari busana tradisional Jawa.	Desain kostum dibuat untuk menunjukkan identitas Tara sebagai anak perempuan Jawa berhijab. Bentuk kebaya disederhanakan agar tetap sesuai dengan gaya ilustrasi chibi dan mudah dipahami oleh target audiens anak-anak.	
Johan	Mengenakan pakaian yang terinspirasi dari Changshan, yaitu busana tradisional Tiongkok, dengan dominasi warna merah.	Warna merah dipilih karena identik dengan budaya Tiongkok serta suasana perayaan Cap Go Meh yang menjadi latar utama permainan. Kostum Johan dirancang agar mampu merepresentasikan identitas budaya Tionghoa sekaligus memberikan kesan ceria dan energik.	

Cici	Menggunakan gaun sederhana berwarna merah dengan ornamen dekoratif bernuansa Tionghoa serta aksesoris pita pada rambut.	Penggunaan warna merah dan ornamen berwarna emas dipilih untuk memperkuat identitas budaya Tionghoa sekaligus menyesuaikan tema perayaan Cap Go Meh. Desain pakaian dibuat sederhana agar sesuai dengan usia karakter dan tetap konsisten dengan gaya ilustrasi chibi.	
Han Laoshi	Mengenakan jubah sederhana yang terinspirasi dari pakaian tradisional Tiongkok yang sering diasosiasikan dengan seorang guru atau pengajar.	Kostum dipilih untuk memperkuat peran Han Laoshi sebagai tokoh yang membimbing pemain selama permainan berlangsung. Bentuk jubah juga membantu membedakan karakter ini dari karakter anak-anak lainnya.	

Selain penentuan peran karakter, tahap *Define* juga menghasilkan keputusan mengenai penggunaan gaya ilustrasi *chibi*, palet warna *vibrant*, serta penerapan unsur budaya Indonesia dan Tiongkok pada setiap karakter. Keputusan tersebut diambil agar karakter memiliki identitas visual yang konsisten, mudah dikenali, dan mampu mendukung penyampaian konsep permainan melalui *trailer demo game*. Pendekatan ini sejalan dengan Al Hadida dan Wibawa (2024) yang menyatakan bahwa integrasi unsur budaya dalam desain karakter dapat memperkuat identitas visual, serta Tinarbuko (2015) yang menjelaskan bahwa elemen visual perlu disusun sesuai karakteristik audiens agar pesan dapat dikomunikasikan secara efektif.

c. *Develop*

Tahap *Develop* merupakan proses pengembangan konsep yang telah ditetapkan pada tahap *Define* menjadi rancangan visual karakter. Pada tahap ini dilakukan *brainstorming* untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan desain berdasarkan konsep budaya, target audiens, serta kebutuhan *trailer demo game*. Proses ini menghasilkan berbagai alternatif ide yang kemudian dipilih dan disempurnakan bersama mentor serta klien agar sesuai dengan identitas visual *Ni Hao, Nusantara!*.

Setelah konsep disepakati, proses dilanjutkan dengan pembuatan *thumbnail sketch* dan sketsa kasar (*rough sketch*) sebagai tahap awal visualisasi karakter. Sketsa dibuat untuk mengeksplorasi bentuk tubuh, proporsi, pose, ekspresi wajah, serta atribut yang merepresentasikan latar belakang masing-masing karakter. Dari beberapa alternatif yang dihasilkan, dipilih desain yang paling sesuai dengan konsep permainan untuk dikembangkan ke tahap berikutnya.

Tahap selanjutnya meliputi penyempurnaan bentuk, pewarnaan (*coloring*), pemberian *highlight* dan *shadow*, serta penyesuaian detail kostum dan aksesoris. Selama proses tersebut, desain karakter mengalami beberapa kali revisi berdasarkan masukan dari mentor dan klien, baik pada aspek proporsi, ekspresi, warna, maupun atribut visual. Penyempurnaan dilakukan agar setiap karakter memiliki identitas yang konsisten, mudah dikenali, dan sesuai dengan konsep akulturasi budaya yang diangkat dalam permainan.



Gambar 3. Proses Pengembangan Desain Karakter (Sumber: Yudiroxanne, 2025).

d. Deliver

Tahap *Deliver* merupakan tahap akhir dalam metode *Double Diamond*, yaitu proses finalisasi dan implementasi hasil perancangan. Pada tahap ini dihasilkan lima desain karakter final yang terdiri atas Nusa, Tara, Johan, Cici, dan Han Laoshi. Setiap karakter dirancang dengan identitas visual yang berbeda melalui penerapan kostum, atribut, warna, serta ekspresi yang disesuaikan dengan latar belakang budaya dan perannya dalam permainan. Hasil akhir tersebut kemudian digunakan sebagai aset utama dalam *trailer demo game Ni Hao, Nusantara!*.



Gambar 4. Hasil Desain Karakter (Sumber: Yudiroxanne, 2025).

Selain itu, khusus untuk karakter utama, yaitu Nusa, dilakukan pengembangan lebih lanjut berupa pembuatan berbagai sudut pandang (*multiple views*), yaitu tampak depan, samping kanan, samping kiri, belakang, belakang kanan, dan belakang kiri. Ini penting karena Nusa akan digunakan untuk animasi pergerakan di dalam *game*, sehingga diperlukan konsistensi bentuk dari berbagai arah.



Gambar 5. Hasil *Multiple Views* Karakter Nusa (Sumber: Yudiroxanne, 2025).

Implementasi karakter pada *trailer demo game* bertujuan untuk memperkenalkan konsep permainan, suasana visual, serta interaksi antar karakter sebelum *game* dikembangkan secara penuh. Melalui penyajian visual yang konsisten, karakter mampu menjadi identitas utama yang membangun kesan pertama terhadap permainan. Hal ini sejalan dengan Putri dan Aditya (2021) yang menyatakan bahwa elemen visual dalam *trailer game* berperan penting dalam membangun identitas produk dan menarik perhatian audiens dalam waktu yang singkat. Dengan demikian, desain karakter tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mendukung penyampaian konsep permainan kepada calon pengguna.

Tabel 2. *Preview Trailer Game "Ni Hao, Nusantara!"*

Karakter	Cuplikan Trailer	Keterangan Implementasi
Nusa		Nusa berperan sebagai karakter utama yang dikendalikan oleh pemain. <i>Trailer</i> diawali dengan adegan Nusa berada di kamar sebelum memulai perjalanan menuju kawasan Chinatown saat perayaan Cap Go Meh. Selama permainan, Nusa menjelajahi berbagai lokasi dan berinteraksi dengan karakter lain untuk menyelesaikan aktivitas pembelajaran yang tersedia.

Johan		Johan ditemui oleh Nusa di area klenteng. Pada lokasi ini, pemain dapat berinteraksi dengan Johan untuk memainkan mini <i>game</i> belajar menulis huruf Tiongkok. Kehadiran Johan berfungsi sebagai pengantar materi pembelajaran yang berkaitan dengan keterampilan menulis karakter Mandarin.
Cici		Cici ditemui oleh Nusa di area toko mainan. Karakter ini mengajak pemain untuk memainkan mini <i>game</i> berupa penyusunan <i>sliding puzzle</i> bertema budaya. Pada tahap implementasi <i>trailer</i> terdapat perbedaan antara desain karakter final dengan aset animasi yang digunakan, yaitu penambahan efek blush pada wajah karakter. Perbedaan tersebut terjadi akibat miskomunikasi antara ilustrator dan animator. Namun, karena keterbatasan waktu menjelang pengumpulan kompetisi, aset yang telah dianimasikan tetap digunakan tanpa dilakukan revisi ulang.
Han Laoshi		Han Laoshi ditemui oleh Nusa di area perpustakaan. Karakter ini berperan sebagai pengajar yang membimbing pemain dalam mini <i>game</i> menebak huruf Tiongkok Tradisional dan Simplified. Kehadiran Han Laoshi bertujuan untuk memperkuat unsur edukatif yang menjadi fokus utama permainan.

Sebagai luaran dari proses perancangan, implementasi desain karakter pada *trailer demo game Ni Hao, Nusantara!* dapat diakses melalui tautan berikut: <https://shorturl.at/iWxfB>.

e. Media Pendukung

Sebagai pelengkap hasil perancangan, desain karakter *Ni Hao, Nusantara!* juga diimplementasikan ke dalam beberapa media pendukung, yaitu *booklet* perancangan karakter, *flash card game* belajar bahasa Mandarin, *mini notebook* dan *writing set*, *sticker set*, *bag charm*, *button pin*, serta *merchandise box set*. Media-media tersebut dirancang untuk menunjukkan penerapan desain karakter pada berbagai media sekaligus menjaga konsistensi identitas visual yang telah dibangun pada tahap perancangan.



Gambar 6. Hasil Desain Media Pendukung (Sumber: Yudiroxanne, 2025).

Selain berfungsi sebagai pelengkap karya, media pendukung ini memiliki potensi untuk dimanfaatkan sebagai sarana promosi apabila *Ni Hao, Nusantara!* dikembangkan hingga tahap peluncuran. Kehadiran media pendukung diharapkan dapat membantu memperkenalkan karakter kepada masyarakat, memperkuat identitas visual *game*, serta meningkatkan daya tarik terhadap *trailer demo* game sebagai representasi awal dari permainan yang sedang dikembangkan.

SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Perancangan desain karakter untuk *trailer demo game Ni Hao, Nusantara!* menghasilkan lima karakter utama, yaitu Nusa, Tara, Johan, Cici, dan Han Laoshi, yang dikembangkan berdasarkan konsep pembelajaran bahasa Mandarin serta akulturasi budaya Indonesia dan Tiongkok. Proses perancangan dilakukan menggunakan metode *Double Diamond* melalui tahapan *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*, sehingga menghasilkan konsep visual, proses pengembangan, serta implementasi desain karakter pada *trailer demo game* dan media pendukung. Desain karakter dirancang dengan gaya ilustrasi *chibi*, penggunaan warna *vibrant*, serta penerapan atribut budaya yang disesuaikan dengan identitas dan peran masing-masing karakter. Perancangan ini menunjukkan bahwa desain karakter dapat menjadi salah satu elemen visual yang merepresentasikan identitas *game* sekaligus mendukung penyampaian konsep permainan kepada target audiens anak usia 8–10 tahun.

b. Saran

Pengembangan selanjutnya dapat dilakukan dengan melengkapi aset karakter, seperti pembuatan *multiple views*, variasi ekspresi, serta aset animasi yang diperlukan untuk proses produksi *game* secara lebih menyeluruh. Selain itu, waktu pengembangan yang lebih panjang memungkinkan seluruh konsep yang telah dirancang dalam *Game Design Document* (GDD) direalisasikan secara lebih optimal, termasuk implementasi seluruh karakter sesuai perannya dalam permainan. Pengembangan berikutnya juga dapat memperluas materi pembelajaran

serta unsur budaya Indonesia dan Tiongkok sehingga *Ni Hao, Nusantara!* dapat dikembangkan menjadi media pembelajaran yang lebih komprehensif sekaligus memperkenalkan keberagaman budaya melalui pengalaman bermain yang interaktif.

REFERENSI

- Al Hadida, M., & Wibawa, D. (2024). Integrasi unsur budaya dalam desain karakter digital sebagai identitas visual. *Jurnal Eskovsia*. <https://jurnal.asia.ac.id/index.php/jeskovsia/article/view/998/416>
- Al Hadida, Y. W., & Wibawa, M. (2024). Implementasi ragam hias Nusantara dalam perancangan desain karakter *game* Nusantara. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVIA)*. <https://jurnal.asia.ac.id/index.php/jeskovsia/article/view/998>
- Aleefa, V. F. (2026). Perancangan desain karakter dan cutscene untuk demo *game* indie storytelling “*Wanders of the World*”. *BARIK*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/70583>
- BINUS School of Information Systems. (2021). Double Diamond Design Thinking. <https://sis.binus.ac.id/2021/10/08/double-diamond-design-thinking/>
- Design Council. (2019). *The Double Diamond*. <https://www.designcouncil.org.uk/resources/the-double-diamond/>
- Lestari, D., & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh visual media digital terhadap minat belajar anak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. <https://obsesi.or.id/index.php/obsesi/article/view/7014/pdf>
- Let's Play Indonesia. (2023). About us. Let's Play Indonesia. <https://letsplayindonesia.com/about-us/>
- Malik, R. A., Rachmawati, I., & Parman, S. (2024). Perancangan desain karakter untuk “*Heart at War*” pada *Leolit Games*. *SYNAKARYA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*. <https://synakarya.upnjatim.ac.id/index.php/synakarya/article/view/132>
- MandarinMe. (2026). *MandarinMe*. <https://mandarinme.com/>
- Pratama, D., & Irfansyah. (2020). Video *game* sebagai media interaktif dalam komunikasi visual. *Artefak: Jurnal Seni dan Desain*. <https://journal.isi.ac.id/index.php/artefak/article/view/3945/1867>
- Putri, A., & Aditya, M. (2021). Strategi visual dalam *trailer game* sebagai media promosi digital. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/visualita/article/view/2481/1854>
- Ramadhani, R., & Fauziah, N. (2020). Pembelajaran berbasis *game* sebagai media edukatif anak usia sekolah dasar. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. <https://obsesi.or.id/index.php/obsesi/article/view/635/pdf>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE: Desain komunikasi visual*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). <https://repository.isi.ac.id/>
- Yasa, N. P. D., & Novitasari, D. (2025). Visualisasi karakter dan desain background dua dimensi sebagai aset *game* edukasi menerapkan metode *Design Thinking*. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/view/15761>
- Yulianti, I. (2021). Perancangan desain karakter *Jole* berbasis lokal Flores, Indonesia. *Journal of Animation & Games Studies*. <https://journal.isi.ac.id/index.php/jags/article/view/4382>