

Desain Karakter pada Buku Ilustrasi Mengenai *Suicidal Thoughts* untuk Generasi Z

Aimmatu Solikhah¹, Restu Ismoyo Aji², Pungky Febi Arifianto³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur

aimmatussolikhah26@gmail.com¹, restu.ismoyo.dkv@upnjatim.ac.id²,
pungkyarifianto.dkv@upnjatim.ac.id³

ABSTRACT

The issue of suicidal thoughts among Generation Z has become a serious concern, marked by the high prevalence of depression and suicidal ideation within this age group. This article discusses the strategy for designing characters for an illustrated book addressing suicidal thoughts among individuals aged 17 to 21. Through a comprehensive, mixed-methods methodology incorporating interviews with mental health professionals and illustrators, surveys of target audience respondents, and comparative visual analysis, this research creates characters that serve as both educational tools and emotional anchors. The final outcome is the design of two characters that represent physical characteristics, visual styles, and emotional markers relevant to the Gen Z experience. The design approach thoughtfully integrates aspects of personal identity, social pressures, and psychological expression. This character design strategy not only fosters reader empathy but also establishes an emotional connection, making complex mental health topics more accessible and understandable.

Keywords: mental health, psychology, visual communication

ABSTRAK

Isu *suicidal thoughts* di kalangan Generasi Z telah menjadi perhatian serius, dengan tingginya prevalensi tingkat depresi dan pemikiran bunuh diri pada kelompok usia ini. Artikel ini membahas strategi perancangan karakter untuk buku ilustrasi yang mengatasi persoalan *suicidal thoughts* pada individu berusia 17 hingga 21 tahun. Melalui metodologi yang komprehensif yang menggabungkan wawancara dengan profesional kesehatan mental dan ilustrator, survei terhadap responden audiens target, analisis visual komparatif, serta *design thinking*, perancangan ini menciptakan karakter yang berfungsi sebagai alat edukasi sekaligus penanda emosional. Hasil akhirnya adalah desain dua karakter yang merepresentasikan karakteristik fisik, gaya visual, dan penanda emosional yang relevan dengan pengalaman Generasi Z. Pendekatan desain secara sengaja mengintegrasikan aspek identitas personal, tekanan sosial, dan ekspresi psikologis. Strategi desain karakter ini tidak hanya memupuk empati pembaca tetapi juga membangun koneksi emosional, membuat topik kesehatan mental yang kompleks menjadi lebih mudah diakses dan dipahami.

Kata kunci: kesehatan mental, psikologi, komunikasi visual

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena yang dikenal dengan istilah *suicidal thought* atau pemikiran untuk mengakhiri hidup telah muncul sebagai masalah kesehatan mental yang mengkhawatirkan di kalangan Generasi Z (kelompok yang lahir antara 1997-2012). Data Survei Kesehatan Indonesia (2023)

mengungkapkan bahwa kelompok usia 15-24 tahun menunjukkan prevalensi depresi tertinggi sebesar 2% dibandingkan kelompok usia lain. Lebih memprihatinkan lagi, kelompok ini juga mencatat persentase tertinggi untuk kecenderungan memiliki ide bunuh diri sebesar 0,39%, mengungguli kelompok usia 65-74 tahun (0,28%), 25-34 tahun (0,22%), dan 35-44 tahun (0,19%). Risiko memiliki pikiran bunuh diri pada remaja dengan depresi tercatat 36 kali lebih tinggi dibandingkan remaja tanpa depresi. Ironisnya, meski memiliki angka prevalensi tertinggi, kelompok usia ini justru paling sedikit menerima penanganan profesional, hanya 10,4% dari mereka yang mendapatkan bantuan profesional (Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan, 2023). Temuan ini diperkuat oleh hasil kuesioner terhadap 100 responden yang menempatkan remaja akhir (17-21 tahun) sebagai kelompok dengan paparan *suicidal thought* tertinggi. Rendahnya angka penanganan ini turut dipengaruhi oleh ketidakefektifan layanan darurat kesehatan mental. Laporan BBC News Indonesia (2024) mengungkap pengalaman buruk sejumlah penyintas dengan hotline 119 ext 8, mulai dari respons yang tidak memadai hingga kegagalan tersambung ke layanan. Layanan tersebut dinilai tidak memenuhi standar, dengan masalah seperti petugas kurang terlatih, layanan non-24 jam, dan keterbatasan sumber daya (Widadio, 2024).

Tingkat depresi dan kecenderungan bunuh diri yang tinggi pada Generasi Z, yang disertai rendahnya akses penanganan profesional, semakin diperparah oleh adanya stigma sosial seputar isu bunuh diri. unuh diri kerap dianggap sebagai aib yang harus ditutupi karena dianggap mencerminkan kegagalan moral yang bertentangan dengan nilai-nilai agama—faktor yang memegang peran sentral dalam tatanan masyarakat Indonesia. Agama dan dinamika keluarga berperan ganda sebagai faktor risiko sekaligus protektif. Konflik keluarga dapat memicu munculnya pikiran bunuh diri, sementara ikatan emosional dengan orang terdekat justru sering menjadi pertimbangan yang mencegah tindakan tersebut. Demikian halnya dengan agama: keyakinan yang kuat dapat menjadi benteng dari pikiran bunuh diri, namun di saat bersamaan menjadi penghambat pencarian bantuan profesional. Masyarakat kerap mengaitkan masalah kesehatan mental dengan stigma "kurang iman", "tidak bersyukur", atau "kurang ibadah". Stigma-stigma inilah yang kemudian membuat individu memilih menyembunyikan kondisinya akibat dibebani perasaan malu, bersalah, dan berdosa (Onie et al., 2022).

Generasi Z yang berada dalam fase perkembangan kritis remaja hingga dewasa awal (17-24 tahun), menghadapi kerentanan psikologis yang kompleks. Pada periode ini ditandai transformasi signifikan dalam aspek kognitif, biologis, dan psikososial, dimana mereka harus menyelesaikan tugas perkembangan seperti pembentukan identitas, peningkatan tanggung jawab, perencanaan karier, serta pengelolaan hidup secara mandiri untuk masa depan mereka (The Annie E. Casey Foundation, 2024). Kondisi ini diperburuk oleh dampak negatif teknologi digital, dimana 79,5% populasi Indonesia yang terkoneksi internet didominasi Generasi Z (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Generasi Z menghadapi berbagai macam tantangan seperti stres akademik, ekonomi, lingkungan, keluarga, tekanan media sosial, dan dampak pandemi berkontribusi terhadap tingginya angka depresi dan kecemasan (Akbar et al., 2024).

Karakteristik Generasi Z yang akrab dengan konten visual di media sosial menjadikan media visual seperti buku ilustrasi sebagai pilihan strategis. Kehadiran buku ilustrasi tidak hanya relevan dengan preferensi visual mereka, tetapi juga berfungsi sebagai alternatif untuk mengalihkan dari ketergantungan gawai dan media digital yang dapat memperburuk atau memengaruhi kondisi emosional mereka. Media ilustrasi memiliki kemampuan efektif dalam menyampaikan pesan emosional dan membangkitkan respons perasaan pada audiens serta dapat membantu tercapainya kestabilan emosi dan kondisi relaksasi, yang menjadikannya sebagai sarana penunjang kesehatan mental yang potensial (Adinugroho et al., 2021). Dalam rangka mengoptimalkan fungsi buku ilustrasi sebagai media komunikasi, perancangan karakter menjadi elemen kunci yang memfasilitasi penyampaian pesan secara efektif. Desain karakter berperan sebagai elemen utama dalam membangun komunikasi dengan pembaca serta menciptakan koneksi emosional dengan pembaca.

Karakter menempati posisi sentral sebagai elemen penting yang mampu menghidupkan narasi, sekaligus membantu audiens dapat terlibat dan memahami topik yang disajikan. Melalui karakter, audiens diajak untuk mengalami berbagai emosi sambil mendalami kepribadian yang diungkapkan melalui kelebihan dan kekurangan masing-masing tokoh. Kekuatan desain karakter terletak pada kemampuannya melampaui batasan teks tertulis. Aspek-aspek visual yang tersirat terkadang justru menghadirkan intensitas makna yang lebih dalam, memandu audiens untuk menghayati, menafsirkan, dan berempati terhadap perjalanan emosional sang karakter, serta mampu memengaruhi persepsi khalayak secara mendalam. Media ini mampu menyoroti isu-isu penting, berempati dengan perspektif yang beragam, dan menginspirasi perubahan. Masyarakat, secara sadar maupun tidak, menyerap pembelajaran dari cerita-cerita yang mereka terima, kemudian membawa emosi dan wawasan tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari (Avini, 2025).

Perancangan karakter visual memungkinkan terciptanya karakter yang dikenang dan membangkitkan respons emosi yang dalam. Proses ini membutuhkan keterampilan mengamati kehidupan nyata. Individu beserta segala kompleksitas dan kontradiksinya menjadi sumber inspirasi terpenting. Dengan mengamati kita dapat memahami cara seseorang menempati ruang dan bagaimana mereka berekspresi. Melalui pengamatan mendalam ini, pencipta karakter dapat menghidupkan karakter dengan menambahkan sifat-sifat manusiawi seperti ketidaksempurnaan dan keraguan, sehingga karakter terasa lebih nyata dan mudah dipercaya (Avini, 2025).

Karakter berfungsi sebagai alat komunikasi yang kompleks dan efektif. Secara garis besar, terdapat beberapa fungsi utama dari identitas visual karakter (De Marco, 2025):

a. Membangun Identitas dan Kepribadian

Identitas visual berfungsi sebagai sistem tanda yang mengkomunikasikan aspek-aspek fundamental karakter, termasuk kepribadian, latar belakang, dan motivasi. Melalui elemen-elemen visual seperti pakaian, aksesori, dan gaya, audiens dapat mengidentifikasi status sosial, profesi, dan latar belakang kultural karakter. Lebih lanjut, ekspresi wajah dan bahasa tubuh berperan sebagai indikator visual dari

keadaan emosional dan niat karakter, menciptakan kedalaman psikologis yang memperkaya interpretasi target audiens.

b. Menciptakan Variasi dan Daya Tarik Visual

Kumpulan karakter dengan identitas visual yang beragam menambah variasi dan daya tarik visual dalam cerita. Perbedaan visual antar karakter tidak hanya mencegah kebosanan, tetapi juga memperkuat identitas masing-masing tokoh melalui ciri khas visual yang unik.

c. Komunikasi Emosi dan Tema

Karakter berfungsi sebagai medium simbolis untuk mengkomunikasikan emosi dan tema naratif. Skema warna yang diterapkan secara konsisten pada karakter dapat merepresentasikan keadaan emosional tertentu, seperti palet gelap dapat diasosiasikan dengan melankoli atau depresi, sementara warna cerah dapat merepresentasikan sukacita dan optimisme. Penggunaan elemen visual sebagai metafora ini memungkinkan penyampaian tema-tema kompleks melalui bahasa visual yang universal.

d. Memperkuat Naratif

Perkembangan identitas visual karakter sepanjang narasi merefleksikan arc karakter dan transformasi psikologisnya. Perubahan penampilan karakter sepanjang cerita mencerminkan perkembangan psikologis dan perjalanan hidupnya. Transformasi visual ini berfungsi sebagai penanda naratif yang memperkuat koherensi cerita, sementara kontras visual antar karakter dapat menciptakan ketegangan dramatik.

Secara menyeluruh, desain karakter merupakan komponen penting dalam penceritaan visual yang tidak hanya menghidupkan karakter tetapi juga berfungsi sebagai alat naratif dan komunikasi yang memperkaya dimensi emosional, pesan, dan visual sebuah karya. Pendekatan strategis terhadap desain karakter memungkinkan terciptanya pengalaman membaca yang imersif dan bermakna.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan dan penyajian data dalam perancangan buku ilustrasi ini menggunakan pendekatan metode campuran, yang menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif berfokus pada pengumpulan data non-numerik, seperti ujaran, narasi, maupun simbol, untuk memahami makna dan pandangan responden terhadap suatu fenomena tertentu. Tujuan dari metode ini adalah memberikan gambaran yang mendalam mengenai bagaimana individu memaknai dan menafsirkan isu atau topik yang diteliti (Djiwandono & Yulianto, 2023). Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data yang dapat dihitung, diukur, serta dinyatakan dalam bentuk angka (Yusuf, 2016). Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan psikolog, ilustrator, dan beberapa penyintas *suicidal thoughts* langung, penyebaran kuesioner daring, serta observasi langsung. Adapun data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Empathize*

Pada tahap ini dilakukan pemahaman komperhensif terhadap topik *suicidal thoughts* dengan melakukan wawancara terhadap psikologi dan juga ilustrator, penyebaran kuesioner pada target audiens, dan juga studi literatur. Dari proses pengumpulan data tersebut ditemukan bahwa isu *suicidal thoughts* pada Generasi Z telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan baik secara global maupun nasional. Tingginya prevalensi depresi (2%) dan kecenderungan bunuh diri (0,39%) pada kelompok usia 15-24 tahun, diperparah dengan rendahnya akses penanganan profesional (hanya 10,4% yang mendapatkan bantuan) (Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan, 2023). Pada hasil kuesioner yang telah disebarluaskan juga ditemukan bahwa kelompok usia 17-21 tahun merupakan kelompok usia yang paling banyak mengalami *suicidal thoughts*. Kondisi ini diperburuk oleh ketidakefektifan sistem layanan kesehatan mental di Indonesia. Serta stigma yang beredar kuat di masyarakat, sehingga menyulitkan korban untuk mencari pertolongan. Temuan bahwa 74% responden memilih untuk menyembunyikan kondisi mereka dan tidak mengakses layanan profesional mengonfirmasi perlunya pendekatan alternatif yang dapat menjangkau Generasi Z secara lebih efektif dan empatik, mengingat besarnya populasi yang tidak terlayani oleh sistem konvensional yang ada.

Generasi Z merupakan kelompok yang aktif mengonsumsi konten visual dan telah terbiasa dengan format media singkat seperti *slide* Instagram dan video pendek. Secara psikologis, kelompok ini menunjukkan karakteristik emosional yang lebih sensitif, reaktif, temperamental, serta memiliki kerentanan tinggi terhadap tekanan psikologis. Individu yang mengalami *suicidal thoughts* dalam kelompok ini menunjukkan kecenderungan untuk memendam permasalahan dan perasaan, menyendiri, bahkan mengisolasi diri dari lingkungan sosial. Sebanyak 70% responden mengaku mencoba mengabaikan perasaan tersebut, menjadikannya strategi koping paling umum. Sementara itu, 40% responden memilih untuk mengalihkan perhatian dengan berbagai aktivitas, dan 38% memilih untuk menyendiri serta tidak berkomunikasi dengan orang lain. Di samping itu, data juga menunjukkan bahwa hanya 18% responden yang berinisiatif berbicara pada orang lain tentang perasaan mereka, dan lebih sedikit lagi (13%) yang mencari pertolongan profesional.

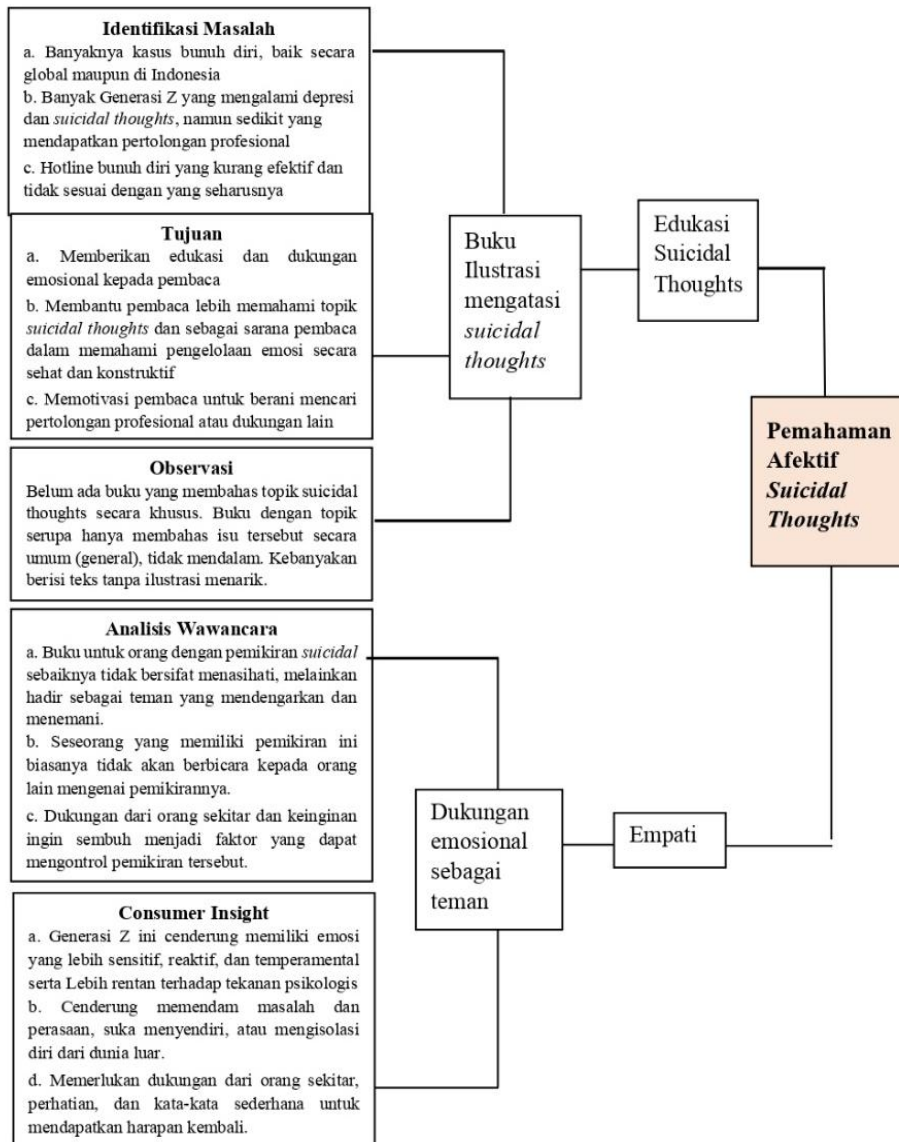
Faktor pemicu *suicidal thoughts* pada generasi ini bersifat multifaktorial dan saling berkaitan. Data kuesioner menunjukkan bahwa masalah keluarga menjadi penyebab tertinggi dengan 40% responden mengalaminya, disusul oleh tekanan akademik (37%) dan masalah psikologis seperti depresi (35%). Faktor signifikan lainnya meliputi pengalaman traumatis (31%) serta kesulitan ekonomi (21%). Mereka seringkali menghadapi kebingungan dalam mengekspresikan emosi secara sehat dan menemui kesulitan dalam mengatasi pemikiran bunuh diri yang dialami. Berbagai perasaan negatif seperti hilangnya harapan, kebuntuan solusi, perasaan tidak berdaya, tidak diinginkan, dan tidak dihargai kerap menyertai kondisi psikologis mereka.

Seseorang yang sedang mengaami *suicidal thoughts* harus menghindari konten media yang bersifat menghakimi atau berpotensi memperburuk kondisi psikis mereka. Dukungan emosional dari lingkungan sekitar menjadi faktor krusial dalam proses pemulihan, dimana perhatian dan kata-kata dukungan mampu memberikan harapan dan menjadi elemen penting dalam perjalanan mengatasi *suicidal thoughts*.

b. Define

Dalam kompleksitas isu *suicidal thoughts* pada Generasi Z dibutuhkan solusi yang sesuai dengan permasalahan dan karakteristik audiens penyintas *suicidal thoughts*. Buku ilustrasi menjadi media strategis bagi Generasi Z yang akrab dengan konten visual, sekaligus alternatif sehat untuk mengurangi ketergantungan pada gawai yang berpotensi memicu tekanan emosional. ilustrasi efektif dalam menyampaikan pesan emosional, membangkitkan respons perasaan, serta mendukung kestabilan emosi dan relaksasi sebagai sarana kesehatan mental. Dalam perancangan buku ilustrasi ini, dibutuhkan desain karakter berperan sebagai elemen kunci yang memfasilitasi komunikasi efektif dan membangun koneksi emosional dengan pembaca. Desain karakter berperan sebagai elemen kunci yang membangun koneksi emosional dengan pembaca melalui narasi visual yang mampu melampaui batasan teks. Melalui karakter yang relatable, media ini dapat menyampaikan isu kompleks seperti kesehatan mental dengan pendekatan yang empatik dan mudah dicerna.

Dalam perumusannya desainnya, dibutuhkan acuan kata kunci yang dapat digunakan sebagai pedoman konsep perancangan desain ini. Perumusan kata kunci ini didapat dari data-data yang telah dikumpulkan, sebagai berikut:



Gambar 2. Kata Kunci

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari bagan di atas dapat dirumuskan bahwa kata kuncinya adalah "Pemahaman Afektif *Suicidal Thoughts*" meujuk pada keinginan untuk memahami isu pikiran bunuh diri melalui pendekatan yang mengintegrasikan aspek kognitif dan emosional. Kata "pemahaman" merepresentasikan proses edukasi dan kesadaran, sementara "afektif" menekankan pada sensitivitas emosional, empati, dan keterlibatan psikologis dalam menyelami pengalaman individu yang terdampak. Frasa ini merepresentasikan pendekatan humanis yang berfokus pada penerimaan tanpa penghakiman, dengan tujuan menciptakan ruang aman bagi individu yang mengalami tekanan mental. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat tumbuh rasa keterhubungan, harapan, dan dukungan emosional yang membantu proses pemulihan dari pemikiran bunuh diri.

c. Ideation

Berdasarkan temuan data yang telah dikumpulkan, dilakukan tahap ideation untuk mentransformasi informasi mengenai kebutuhan psikologis Generasi Z menjadi konsep desain karakter yang strategis. Proses kreatif ini diawali dengan pencarian gaya visual, palet warna, dan alternatif sketsa karakter yang mampu menjembatani komunikasi empatik terkait isu *suicidal thoughts*.

Berdasarkan hasil data yang telah dikumpulkan, menunjukkan preferensi target audiens terhadap gaya ilustrasi yang mengutamakan kesederhanaan dan kemudahan pembacaan visual. Gaya ilustrasi vektor yang dipilih dalam perancangan buku ini mengadopsi pendekatan visual dari buku bestseller "Tabi" yang telah terbukti efektif menjangkau pembaca remaja. Pemilihan gaya ini bukan hanya didasarkan pada pertimbangan estetika, tetapi juga pada kemampuannya menciptakan kedekatan emosional melalui representasi ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang mudah diidentifikasi.



Gambar 3. Studi Komparator

(Sumber: FP, Marcella., (2023))

Selanjutnya, pada sebuah desain karakter diperukan latar belakang karakter yang baik untuk memperkuat narasi, tujuan, dan membantu menyentuh emosi target audiens sehingga pembaca dapat merasa dekat dan dimengerti. Latar belakang yang dikembangkan secara komprehensif tidak hanya memperkaya alur cerita, tetapi juga menjadi jembatan empati antara karakter, topik, dan audiens. Melalui sebuah karakter kompleksitas pengalaman manusia—seperti perjuangan mental, konflik personal, atau perjalanan emosional—dapat tersampaikan dengan baik sehingga pembaca dapat menemukan titik identifikasi dan merasa representasi dirinya diakui.

Pada buku ilustrasi ini menampilkan dua karakter utama: Isam, seorang kakak laki-laki, dan Imara, si adik perempuannya. Keduanya berasal dari latar belakang keluarga yang tidak harmonis, dimana konflik orang tua—khususnya perselingkuhan yang dilakukan ayah mereka—menjadi sumber ketegangan terus-menerus. Mereka kerap menyaksikan pertengkaran bahkan kekerasan fisik, yang turut memengaruhi perkembangan psikologis dan relasi mereka. Pemilihan konflik keluarga sebagai latar belakang karakter didasari oleh temuan kuesioner yang menunjukkan 40% dari 100 responden mengalami *suicidal thoughts* akibat masalah keluarga. Melalui Isam dan Imara, diharapkan pembaca yang memiliki pengalaman serupa dapat merasa terwakili dan terlibat secara emosional dengan narasi yang dibangun.

1. Imara

Imara adalah seorang gadis berusia 18 tahun. Ia kehilangan arah dan sangat terpengaruh oleh ketidakharmonisan orang tuanya. Imara menjadi sangat bergantung pada Isam sebagai satu-satunya tumpuan emosionalnya. Peran karakter Imara pada buku ilustrasi ini adalah sebagai tokoh utama yang menjadi jembatan antara pembaca dan tema *suicidal thoughts*. Riwayat orang tuanya yang sering bertengkat, Imara menjadi sensitif secara emosional sehingga menimbulkan pemikiran bunuh diri secara aktif karena rasa trauma dan kesepian yang dihadapinya.

Proses kreatif perancangan karakter Imara berawal dari tahap pengumpulan referensi visual yang bersumber dari realitas. Referensi yang digunakan berupa dokumentasi pribadi tiga individu remaja, yaitu Elin (19 tahun), Kinan (18 tahun), dan Ranti (18 tahun), yang masing-masing memiliki karakteristik fisik dan gestur yang merepresentasikan citra remaja perempuan dengan kepribadian lembut. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh acuan bentuk tubuh, ekspresi wajah, serta gaya berpakaian yang realistis dan relevan dengan usia karakter Imara yang berusia 18 tahun. Pemilihan referensi tersebut juga mempertimbangkan kesesuaian karakter emosional Imara yang digambarkan sebagai sosok yang rapuh secara psikologis akibat konflik keluarga dan tekanan batin.

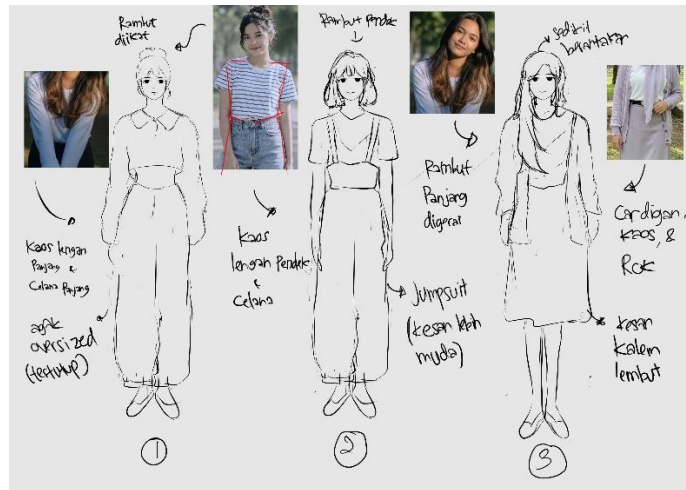
Tahap selanjutnya adalah proses analisis visual dan interpretasi karakter, di mana perancang melakukan observasi terhadap elemen-elemen visual dari foto referensi untuk menentukan ciri khas yang akan dipertahankan maupun dimodifikasi. Misalnya, ekspresi wajah yang cenderung lembut mencerminkan sifat Imara, gaya rambut, bentuk fisik, serta cara berpakaian mereka. Dari hasil analisis tersebut, dilakukan penyederhanaan bentuk agar karakter lebih mudah diidentifikasi secara visual tanpa kehilangan esensi emosional yang ingin disampaikan.



Gambar 4. Referensi Karakter Imara
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tahap berikutnya yaitu pengembangan bentuk melalui eksplorasi alternatif sketsa kasar. Pada tahap ini, karakter Imara digambar dalam beberapa alternatif postur dan gaya berpakaian berdasarkan hasil studi referensi sebelumnya. Sketsa berfungsi sebagai eksplorasi visual untuk

menentukan proporsi tubuh, pose, serta elemen busana yang sesuai dengan kepribadian karakter. Desain yang ditampilkan pada gambar menunjukkan tiga variasi dengan karakteristik serupa: tubuh kurus, bahu sempit, serta ekspresi wajah yang lembut namun sedikit murung. Pemilihan elemen-elemen ini bertujuan untuk menghadirkan representasi visual yang sejalan dengan kondisi emosional karakter yang digambarkan mengalami trauma dan kesepian.



Gambar 5. Sketsa Karakter Imara
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Isam

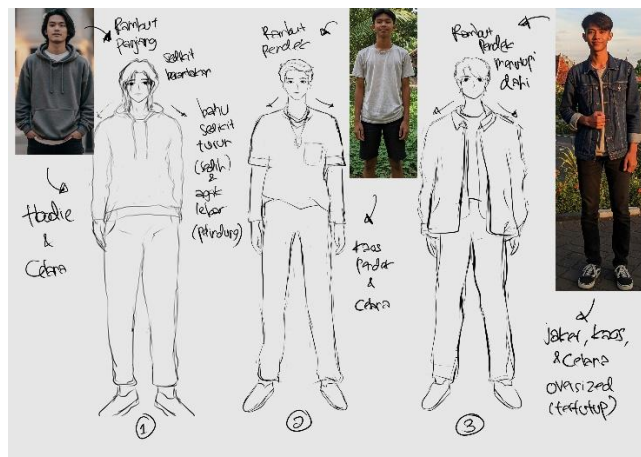
Isam, seorang pemuda berusia 21 tahun, adalah sosok pendiam dan bertanggung jawab. Ia berusaha menjadi pelindung bagi adiknya, meskipun ia sendiri merasa terbebani secara emosional. Isam merupakan sosok pendiam dan bertanggung jawab. Ia berusaha menjadi pelindung bagi adiknya, meskipun ia sendiri juga mengalami konflik secara emosional. Di dalam hatinya, tersimpan rasa marah dan sedih yang mendalam akibat latar belakang orang tuanya yang tidak harmonis.

Proses kreatif perancangan karakter Isam diawali dengan tahap observasi dan analisis referensi visual dari tiga figur laki-laki yang berada dalam rentang usia 20-21 tahun, yaitu Ekal (21 tahun), Bima (21 tahun), dan Tegar (20 tahun). Melalui referensi realitas tersebut, dilakukan identifikasi atribut fisik dan psikologis yang merepresentasikan sosok pemuda dengan beban emosional namun tetap memiliki sisi kuat dan positifnya. Karakteristik fisik seperti postur tubuh, struktur wajah, ekspresi mata, dan gaya berpakaian dianalisis sebagai dasar material desain.



Gambar 6. Referensi Desain Karakter Isam
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tahap transformasi kreatif dimulai dengan mengabstraksi elemen-elemen realitas tersebut ke dalam sketsa kasar. Proses ini dilakukan melalui penyederhanaan bentuk tubuh dan pakaian agar lebih sesuai dengan gaya visual ilustratif yang diinginkan. Ciri-ciri fisik diekspresikan melalui bahasa bentuk yang disengaja – baju kasual yang sedikit berantakan serta ekspresinya yang tenang dan cenderung murung merepresentasikan beban emosional dan bagaimana umumnya laki-laki seusia Isam berpakaian, sementara bahu yang bidang dipertahankan untuk menegaskan peran protektif dan tanggung jawabnya sebagai seorang kakak laki-laki. Desain karakter menonjolkan sosok Isam yang tenang, rasional, penuh empati, Berdasarkan referensi di atas, Maka didapatlah sketsa alternatif desain karakter seperti di bawah ini



Gambar 7. Sketsa Kasar Isam
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

d. Prototype

Pada tahap ini dilakukan digitalisasi dari sketsa kasar yang telah dibuat pada tahap ideation. Pada tahap digitalisasi ini, salah satu hal yang penting dan perlu ditentukan adalah warna. Warna memegang peran fundamental sebagai elemen

visual primer dalam ilustrasi, dengan kapasitas psikologis untuk mempengaruhi kondisi emosional dan persepsi audiens secara langsung. Setiap warna memiliki karakteristik makna yang unik, mampu mengkomunikasikan makna dan menciptakan atmosfer emosional tertentu.

Dalam konteks perancangan ini, palet warna didominasi oleh temperatur warna dingin, khususnya spektrum biru dan ungu. Warna-warna ini dipilih berdasarkan kemampuannya dalam membangkitkan nuansa ketenangan, kedamaian, dan kesegaran. Namun di sisi lain, warna-warna dingin ini juga memiliki dimensi ekspresif yang kompleks - mereka dapat merepresentasikan keadaan emosional seperti kesedihan mendalam, kebingungan eksistensial, dan frustrasi psikologis, tergantung dari intensitas (tingkat kemurnian warna), value (tingkat kecerahan atau kegelapan), dan saturasinya (tingkat kejenuhan warna).



Gambar 8. Sketsa Kasar Isam
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Sebagai contoh, biru gelap dapat menyampaikan kesan melankoli yang dalam, seperti kesedihan, kesendirian, dan rasa depresi (Toker, 2022), sementara warna biru yang lebih cerah dapat memberikan rasa ketenangan dan kedamaian (Sutton, 2024). Ungu gelap juga mampu merpresentasikan rasa sedih dan rasa frustrasi (Manglik, 2023), sementara warna ungu yang lebih terang mampu memberikan kesan dramatis, kelembutan, dan ketenangan (Samara, 2014). Dengan memanfaatkan spektrum emosional yang dimiliki warna dingin, ilustrasi dapat menjadi medium yang efektif untuk membangun narasi visual yang resonan dengan pengalaman psikologis Generasi Z, sekaligus menciptakan ruang empatik bagi pembaca untuk terlibat dalam proses refleksi diri.

Setelah warna ditentukan proses selanjutnya adalah, proses mengubah sketsa kasar menjadi ilustrasi digital menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator. Gaya ilustrasi yang dipilih adalah vector art dengan garis yang bersih dan pewarnaan flat, menyesuaikan pendekatan visual pada novel grafis modern yang mengedepankan kesederhanaan bentuk namun tetap ekspresif. Dalam tahap ini, perancang juga mengeksplorasi tiga alternatif kostum dengan variasi potongan busana dan proporsi, yang seluruhnya mempertahankan nuansa lembut melalui warna-warna pastel dan dominasi ungu. Warna ungu menunjukkan sisi femininitas Imara, serta memiliki asosiasi psikologis yang kuat dengan emosi, spiritualitas, serta penyembuhan batin. Ungu gelap juga mampu merpresentasikan rasa sedih, frustrasi, dan depresi sementara warna ungu yang lebih terang mampu memberikan kesan dramatis, kelembutan, dan ketenangan.



Gambar 9. Alternatif Desain Karakter Imara

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada karakter Isam, warna biru dipilih sebagai warna dominan karena warna biru sering melekat pada konsep maskulinitas, selain itu secara psikologis, warna biru diasosiasikan dengan ketenangan dan rasa aman. Dalam konteks naratif buku ilustrasi, biru digunakan untuk menegaskan citra Isam sebagai ruang teduh—figur penenang dan penuntun bagi karakter utama lainnya, Imara. Pemilihan warna ini juga memperkuat kesan stabilitas emosional yang menjadi ciri khas Isam. Namun, di sisi lain warna biru juga meniratkan rasa kesedihan mendalam yang tak uput dari perasaan yang dipendam oleh Isam.

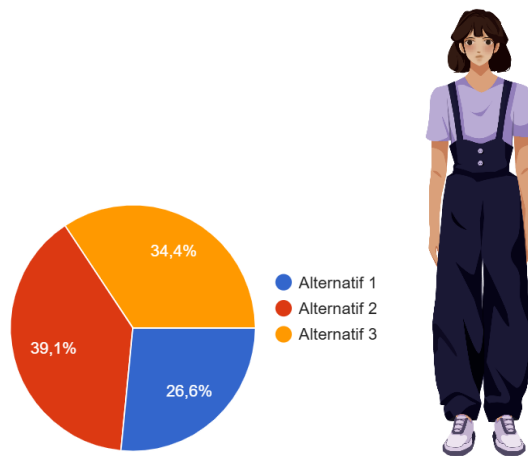


Gambar 10. Alternatif Desain Karakter Isam

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

e. Test

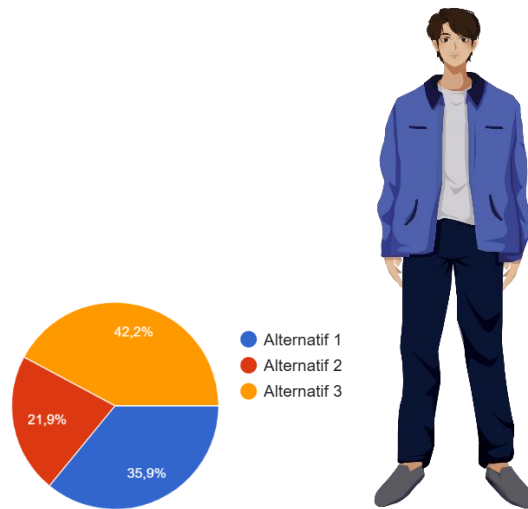
Proses kreatif ditutup dengan tahap evaluasi melalui survei visual terhadap 64 responden. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada target audiens usia 17-21 tahun, desain karakter Imara alternatif kedua terpilih sebagai desain final. Dengan perolehan 25 suara atau 39.1% dari total responden, alternatif kedua berhasil menjadi pilihan utama meskipun selisihnya tidak terlalu signifikan dengan alternatif pertama. Hasil ini menunjukkan bahwa desain karakter Imara versi kedua dinilai paling sesuai dengan preferensi visual dan ekspektasi target audiens.



Gambar 11. Karakter Imara Terpilih

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Proses kreatif ditutup dengan tahap evaluasi melalui survei persepsi visual terhadap 64 responden. Dari hasil uji, sebanyak 27 responden memilih desain karakter Isam pada alternatif ketiga, yang dianggap paling representatif terhadap karakterisasi dan kesan emosional yang diharapkan oleh target audiens.



Gambar 1. Desain Terpilih
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Setelah desain final karakter Imara dan Isam ditetapkan, dilakukan eksplorasi menyeluruh terhadap variasi pose dan ekspresi wajah untuk memastikan karakter mampu menghadirkan nuansa emosional yang sesuai dengan narasi yang akan disajikan dalam buku ilustrasi. Eksplorasi ini juga nantinya akan menjadi pedoman dan memudahkan pengimpementasian ke dalam buku ilustrasi yang akan dibuat. Pose dan ekspresi seperti sedih, tatapan kosong, dan lain-lain dikembangkan untuk merepresentasikan emosi yang ingin disajikan serta mencerminkan perkembangan emosional karakter.



Gambar 13. Pose 360 Derajat
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 14. Ekspolrasi Pose dan Ekspresi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ini dibuat untuk mengembangkan pendekatan inovatif dalam komunikasi kesehatan mental melalui desain karakter yang nantinya akan diterapkan pada sebuah buku ilustrasi berjudul “Kamu Gapapa?” Memahami Dirimu yang Ingin Menyerah” dengan topik *suicidal thoughts*. Karakter Isam dan Imara dirancang sebagai representasi visual yang relevan bagi Generasi Z, dengan latar belakang, kedalaman psikologis, dan atribut visual yang mencerminkan kompleksitas

pengalaman mental mereka. Melalui proses kreatif yang sistematis—mulai dari identifikasi masalah, studi eksisting, pengumpulan data, hingga eksplorasi dan finalisasi desain—dua karakter utama, Isam dan Imara, berhasil dikembangkan sebagai representasi figur yang relevan dan empatik. Sehingga, menciptakan karakter yang berfungsi sebagai alat edukasi yang mampu membantu audiens untuk memahami topik buku ilustrasi *suicidal thoughts* dengan pendekatan empati yang disesuaikan dengan pengalaman target audiens. Adanya perancangan ini diharapkan mampu membantu para penyintas *suicidal thoughts* untuk dapat memahami dan mengatasi isu ini dengan lebih mudah dan terarah.

Perancangan ini membuka peluang pengembangan lebih lanjut. Pendekatan ini dapat diterapkan pada isu kesehatan mental lain. Metode yang sama dapat diulang dengan jangkauan responden yang lebih luas dan pendaaman konteks dengan lebih detail. Perancangan ini juga berpotensi dikembangkan ke dalam bentuk media lain, seperti webcomic, animasi, atau media lainnya. Efektivitas buku ilustrasi ini juga perlu diukur melalui survei sebelum dan sesudah pembaca melihatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, T., Becti, S. N. P., & Wahyudi, T. H. (2021). Perancangan Buku Ilustrasi Meditasi Visual untuk Pembaca Dewasa Muda. *Rupaka: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/rupaka.v4i1.16548>
- Akbar, B. M. B., Rahma, D. R. D. P., & Perbani, W. S. A. (2024). Big Picture Mental Health of Generation Z in The World. *Jurnal Kesehatan Komunitas Indonesia*, 4(1), 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.58545/jkki.v4i1.223>
- Allworth, J., D'Souza, L., & Henning, G. W. (2023). *Design Thinking in Student Affairs: A Primer*. Routledge. <https://books.google.co.id/books?id=hBHJEAAAQBAJ>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang - Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Avini, T. S. (2025). *Visual Narratives: Crafting Unforgettable Stories on Screen*. T.S. AVINI. https://books.google.co.id/books?id=11t_EQAAQBAJ
- Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan. (2023). *Survei Kesehatan Indonesia 2023 dalam Angka* (Vol. 01). <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/ski-2023-dalam-angka/>
- De Marco, P. (2025). *Vision Through the Lens: Examining the Visual Narratives of Cinema and Literature*. Pasquale De Marco. <https://books.google.co.id/books?id=4ZJtEQAAQBAJ>
- Djiwandono, P. I., & Yulianto, W. E. (2023). *Penelitian Kualitatif Itu Menyenangkan*. Penerbit Andi.
- Kumar, K., & Kurni, M. (Eds.). (2022). *Design Thinking: A Forefront Insight*. CRC Press. <https://books.google.co.id/books?id=GSl3EAAAQBAJ>
- Manglik, M. R. (2023). *Colour Theory* (EduGorilla Prep Experts (Ed.)). EduGorilla Publication. <https://books.google.co.id/books?id=tOFQEQAQBAJ>

- Onie, S., Daswin, A., Taufik, K., Abraham, J., Setiyawati, D., Colucci, E., Nilam, J. F., Onie, S., Larsen, M. E., Hunt, A., & Fajar, A. (2022). Indonesian National Suicide Prevention Strategy 2022: A Preliminary Report Sander. *American Foundation for Suicide Prevention*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/xhqgm>
- Samara, T. (2014). *Design elements: Understanding the Rules and Knowing When to Break Them*. Rockport Publishers. https://books.google.co.id/books/about/Design_Elements.html?id=E2f4AgAAQBAJ&redir_esc=y
- Sutton, T. (2024). *The Complete Color Harmony: Deluxe Edition: Expert Color Information for Professional Color Results*. Rockport Publishers. https://books.google.co.id/books/about/The_Complete_Color_Harmony_Deluxe_Editio.html?id=RNnnEAAAQBAJ&redir_esc=y
- The Annie E. Casey Foundation. (2024). *Generation Z's Mental Health Issues* -. The Annie E. Casey Foundation. <https://www.aecf.org/blog/generation-z-and-mental-health>
- Toker, M. (2022). *The Art of Succesfull*. M. TOKER. <https://books.google.co.id/books?id=7G1rEAAAQBAJ>
- Widadio, N. A. (2024). *Hotline pencegahan bunuh diri 'belum memadai' dan rentan 'bikin kapok' - 'Masa orang mau bunuh diri dijawab jutek.'* BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cy6z38eq33eo>
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=RnA-DwAAQBAJ>