ANALISIS GAYA VISUAL WOKETOON SEBAGAI STRATEGI PERSONAL BRANDING MAHASISWA DKV DI ERA AI

Nanda Sulistyo

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

sulistyonanda19@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah membawa perubahan dalam proses pembelajaran Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya dalam pengembangan kreativitas, identitas visual, dan personal branding mahasiswa. Kondisi tersebut menuntut adanya model pembelajaran yang tidak hanya berorientasi pada penguasaan teknologi, tetapi juga mampu mendorong mahasiswa membangun karakter visual yang autentik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya visual ilustrator digital Woketoon sebagai model pembelajaran personal branding bagi mahasiswa DKV di era AI. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi terhadap karya-karya Woketoon di media sosial Instagram, wawancara dengan ilustrator, serta studi pustaka. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi gaya visual Woketoon dibangun melalui karakter ilustrasi bergaya kartun, penggunaan warna yang vibrant, elemen visual yang berulang, serta filosofi desain yang memperkuat identitas visual. Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses pembentukan gaya visual dapat dijadikan sebagai referensi pembelajaran bagi mahasiswa DKV dalam mengembangkan personal branding yang orisinal serta memanfaatkan AI sebagai alat pendukung proses kreatif, bukan sebagai pengganti kreativitas manusia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pembelajaran DKV yang adaptif, kreatif, dan berkelanjutan di era transformasi digital.

Kata Kunci : Branding, Ilustrasi AI, Pembelajaran, Visual,

ABSTRACT

The rapid advancement of Artificial Intelligence (AI) has transformed learning processes in Visual Communication Design (VCD), particularly in fostering creativity, visual identity, and students' personal branding. This development highlights the need for learning models that not only emphasize technological proficiency but also encourage students to develop authentic visual identities. This study aims to analyze the visual style of the digital illustrator Woketoon as a personal branding learning model for Visual Communication Design students in the AI era. A descriptive qualitative approach was employed using observation of Woketoon's artworks on Instagram, interviews with the illustrator, and literature review. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that Woketoon's visual identity is characterized by a consistent cartoon illustration style, vibrant color palettes, recurring visual elements, and a strong design philosophy that reinforces personal branding. These findings indicate that the process of developing a consistent visual style can serve as a learning reference for Visual Communication Design students in building original personal branding while utilizing AI as a creative support tool rather than a substitute for human creativity. This study is expected to contribute to the development of adaptive, creative, and sustainable learning models for Visual Communication Design in the era of digital transformation.

Keywords : *AI Illustration, Branding, Learning, Visual*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) membawa perubahan dalam proses berkarya di bidang Desain Komunikasi Visual (DKV). AI dapat membantu mahasiswa dalam mencari referensi, mengeksplorasi ide, dan menghasilkan alternatif visual. Namun, kemudahan tersebut juga membuat mahasiswa perlu memiliki identitas visual yang kuat agar karya tetap memiliki karakter dan tidak terlihat generik.

Personal branding dapat dibangun melalui karya yang memiliki ciri khas dan konsisten. Dalam bidang DKV, identitas tersebut dapat terlihat melalui penggunaan warna, bentuk, karakter, teknik ilustrasi, maupun elemen visual tertentu. Konsistensi dalam menggunakan elemen tersebut dapat membuat karya lebih mudah dikenali dan menjadi bagian dari identitas seorang desainer.

Woketoon, nama kreatif dari ilustrator Feri Akbar, merupakan salah satu contoh yang menarik untuk dipelajari. Karya Woketoon memiliki karakter visual berupa gaya kartun, warna colorful dan vibrant, simbol petir dan bintang empat sudut, bentuk mata yang khas, serta teknik shading tertentu. Karakteristik tersebut digunakan secara konsisten sehingga mendukung terbentuknya personal branding Woketoon.

Pembahasan mengenai Woketoon sebelumnya telah mengidentifikasi karakter visual dan kaitannya dengan personal branding. Paper ini mengembangkan pembahasan tersebut dari perspektif mahasiswa DKV dengan melihat apa yang dapat dipelajari dari proses pembentukan identitas visual Woketoon dan bagaimana prinsip tersebut dapat diterapkan dalam membangun personal branding di era AI. Oleh karena itu, paper ini bertujuan untuk menganalisis gaya visual Woketoon serta merumuskan pembelajaran yang dapat diterapkan mahasiswa DKV dalam membangun identitas visual dan personal branding. Kusrianto (2018) menjelaskan bahwa desain komunikasi visual tidak hanya berkaitan dengan pembuatan gambar, tetapi juga mencakup proses penyampaian pesan melalui elemen visual dan berbagai media komunikasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan karakteristik gaya visual Woketoon serta kaitannya dengan pembentukan personal branding. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman terhadap karakter visual, pola penggunaan elemen desain, dan proses pembentukan identitas visual berdasarkan data yang diperoleh dari karya, wawancara, dan studi pustaka.

Objek penelitian adalah gaya visual karya Woketoon, sedangkan unit analisis berupa elemen visual yang muncul secara konsisten pada karya-karyanya. Observasi dilakukan terhadap karya dan unggahan pada akun Instagram Woketoon pada 2 Juni 2024. Karya yang diamati dipilih berdasarkan keterwakilan karakter visual Woketoon, terutama karya yang menampilkan elemen visual secara jelas dan memiliki karakteristik yang muncul secara berulang. Aspek yang dianalisis meliputi gaya ilustrasi, bentuk karakter, warna, bentuk mata, ekspresi, elemen visual pendukung, serta teknik pewarnaan dan shading.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik visual dan pola penggunaan elemen desain pada karya Woketoon. Wawancara dilakukan dengan Feri Akbar selaku kreator Woketoon secara daring pada 4 Juni 2024 melalui WhatsApp dan Email. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai proses penciptaan karya, karakter visual, filosofi desain, serta target audiens Woketoon. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat interpretasi mengenai identitas visual, personal branding, dan pembelajaran desain melalui sumber-sumber yang relevan.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah mengidentifikasi dan mengelompokkan elemen visual yang ditemukan pada karya Woketoon berdasarkan kategori gaya ilustrasi, warna, karakter, elemen pendukung, dan teknik pewarnaan. Tahap kedua adalah mengidentifikasi pola atau elemen yang muncul secara berulang untuk mengetahui bentuk konsistensi visual yang membangun identitas Woketoon. Tahap ketiga adalah membandingkan hasil observasi dengan informasi dari wawancara dan studi pustaka untuk memperkuat interpretasi terhadap fungsi dan

makna elemen visual tersebut. Proses perbandingan ini digunakan sebagai triangulasi sumber dalam memahami hubungan antara karakter visual, konsistensi karya, dan personal branding.

Tahap terakhir adalah menginterpretasikan temuan visual dalam konteks pembelajaran mahasiswa DKV. Karakter dan prinsip visual yang ditemukan tidak digunakan sebagai gaya yang harus ditiru, tetapi sebagai dasar untuk mengidentifikasi proses pembentukan identitas visual yang dapat diterapkan dalam pengembangan personal branding. Hasil interpretasi tersebut kemudian dirumuskan menjadi kerangka pembelajaran yang meliputi lima tahap, yaitu mengenali, mengeksplorasi, membentuk, mempertahankan, dan mengembangkan. Dalam kerangka tersebut, AI ditempatkan sebagai alat bantu pada tahap eksplorasi dan pengembangan, sementara penentuan konsep, identitas, dan keputusan kreatif tetap berada pada mahasiswa sebagai desainer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Woketoon



Gambar 1. Gaya Gambar Woketoon

Sumber: *https://www.instagram.com/woketoon?utm_source=ig_web_button_share_sheet&stkn=ZDNlZDc0MzIxNw==*

Tabel 1. Analisis Visual Gaya Gambar Woketoon

Elemen Visual	Karakteristik Woketoon	Fungsi terhadap Identitas
Gaya Ilustrasi	Kartun, sederhana, ekspresif	Membentuk karakter
Warna	Colorful & vibrant	Memperkuat kesan ekspresif
Mata	Bintang, petir	Ciri khas karakter dan Elemen identitas
Shading	3–4 warna	Memberikan dimensi

Sumber: Pribadi Penulis, 2026

Berdasarkan hasil observasi terhadap karya Woketoon dan wawancara dengan Feri Akbar, ditemukan beberapa karakteristik visual yang digunakan secara konsisten. Karakteristik tersebut meliputi gaya ilustrasi kartun, penggunaan warna colorful dan vibrant, elemen visual berupa simbol petir dan bintang empat sudut, bentuk mata yang khas, serta teknik shading pada karakter. Instagram dapat digunakan mahasiswa DKV untuk menampilkan portofolio, mendokumentasikan proses berkarya, dan memperkenalkan ciri visual kepada audiens. Dengan mengunggah karya secara konsisten, mahasiswa dapat membangun identitas kreatif secara bertahap (Mega, 2019).

Gaya ilustrasi Woketoon cenderung menggunakan pendekatan kartun dengan bentuk karakter yang sederhana dan ekspresif. Karakter juga memiliki raut wajah yang cenderung menunjukkan kesan marah atau berambisi. Salah satu ciri yang cukup menonjol terdapat pada bagian mata, yaitu penggunaan bentuk bintang empat sudut dan/atau petir pada pupil. Elemen tersebut menjadi salah satu karakter yang mudah dikenali dari karya Woketoon. Peirce (1958) memandang tanda sebagai sesuatu yang mewakili objek tertentu dan menghasilkan pemaknaan melalui interpretan. Berdasarkan hubungan tanda dengan objeknya, tanda dapat dibedakan menjadi ikon, indeks, dan simbol. Pembagian tersebut menunjukkan bahwa makna visual dapat terbentuk melalui kemiripan, hubungan sebab atau keterkaitan, maupun kesepakatan atau konvensi.

Penggunaan warna juga menjadi bagian penting dalam membangun karakter visual. Karya Woketoon menggunakan warna yang colorful dan vibrant, sehingga menghasilkan tampilan yang kuat dan ekspresif. Selain warna, terdapat penggunaan elemen tambahan seperti sticker, smiley face, simbol petir, bintang empat sudut, dan efek star trail. Pengulangan elemen tersebut memperkuat keseragaman visual antar karya. Barthes (1972) menjelaskan bahwa tanda tidak hanya memiliki makna pada tingkat denotatif, tetapi dapat membentuk pemaknaan tingkat kedua ketika tanda tersebut digunakan dalam konteks budaya tertentu. Dengan demikian, suatu bentuk visual dapat memiliki makna tambahan yang berkembang berdasarkan asosiasi dan konteks penggunaannya.

Karakteristik lainnya terlihat pada teknik pewarnaan shading. Woketoon menggunakan teknik shading yang memiliki tampilan menyerupai pendekatan vektor dan umumnya menggunakan tiga sampai empat warna. Teknik tersebut memberikan bentuk dan dimensi pada karakter tanpa menghilangkan kesan sederhana dari gaya kartun yang digunakan.

Konsistensi Gaya Visual sebagai Personal Branding

Karakteristik visual Woketoon menunjukkan bahwa personal branding dapat dibangun melalui konsistensi dalam berkarya. Setiap elemen visual tidak berdiri sendiri, tetapi saling membentuk suatu

sistem yang menjadi identitas karya. Gaya kartun, warna yang vibrant, bentuk mata, simbol petir dan bintang, serta teknik shading digunakan secara berulang sehingga membentuk pola visual yang dapat dikenali. Menurut Wheeler (2017), identitas merek berfungsi untuk memperkuat pengenalan dan membedakan suatu brand dari kompetitornya. Identitas tersebut dibangun melalui berbagai elemen yang saling berhubungan, bukan hanya melalui logo, tetapi juga warna, tipografi, gaya visual, bahasa, dan pengalaman audiens. Sedangkan, Anderson (2016) memandang personal branding sebagai proses membangun keunikan diri melalui identitas, karya, dan portofolio yang mampu menunjukkan kemampuan serta karakter seseorang. Bagi mahasiswa desain, personal branding dapat digunakan untuk membedakan diri dari desainer lain dan memperlihatkan keahlian yang ingin dikembangkan.

Konsistensi tersebut menjadi penting karena sebuah gaya visual tidak hanya ditentukan oleh keunikan satu karya. Identitas visual terbentuk ketika karakter tertentu terus dikembangkan dan diterapkan pada karya yang berbeda. Dalam konteks Woketoon, elemen-elemen tersebut kemudian menjadi bagian dari karakter personal yang membedakannya dari ilustrator lainnya. Temuan pada karya Woketoon menunjukkan bahwa teknik shading dengan penggunaan beberapa warna membantu membentuk dimensi karakter tanpa menghilangkan kesan sederhana dari gaya kartun. Hal ini menunjukkan bahwa teknik pewarnaan tidak hanya berfungsi untuk memperindah karya, tetapi juga menjadi bagian dari identitas visual ilustrator (Hill, 1915).

Hasil wawancara sebelumnya juga menunjukkan bahwa target audiens Woketoon mencakup remaja hingga dewasa. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan karakter visual juga berkaitan dengan audiens yang ingin dituju. Dengan demikian, personal branding tidak hanya berkaitan dengan bagaimana seorang ilustrator ingin terlihat, tetapi juga bagaimana karakter visual tersebut dapat berkomunikasi dan dikenali oleh audiens.

Pembelajaran Personal Branding bagi Mahasiswa DKV

Dari perspektif mahasiswa DKV, gaya visual Woketoon dapat dipelajari bukan sebagai gaya yang harus ditiru, tetapi sebagai contoh proses membangun identitas visual. Hal utama yang dapat dipelajari adalah bagaimana sebuah karakter visual dikembangkan melalui eksplorasi dan konsistensi.

Proses tersebut dapat dimulai dengan mengenali karakter diri, seperti minat, referensi visual, kemampuan, dan bidang yang ingin dikembangkan. Setelah itu, mahasiswa dapat melakukan eksplorasi terhadap berbagai elemen desain seperti warna, bentuk, tipografi, karakter, maupun teknik ilustrasi. Dari proses tersebut, elemen yang paling sesuai dapat dipilih dan dikembangkan menjadi ciri visual pribadi.

Konsistensi kemudian menjadi tahap penting dalam proses tersebut. Mahasiswa tidak harus membuat semua karyanya terlihat sama, tetapi perlu mempertahankan elemen atau prinsip visual tertentu yang dapat menjadi identitas. Dengan cara tersebut, personal branding dapat berkembang secara bertahap melalui kumpulan karya, bukan hanya melalui promosi diri di media sosial. Airey (2019) menjelaskan bahwa identitas visual yang konsisten tidak selalu berarti penggunaan elemen yang seragam. Konsistensi justru dapat diwujudkan melalui penerapan elemen visual yang khas, seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan komposisi, secara fleksibel tetapi tetap mudah dikenali. Sementara itu menurut Fitriyani dan Prahastuti, Mahasiswa DKV perlu mengenali minat, kemampuan, dan karakter visualnya sebelum menentukan arah personal branding. Proses pengenalan diri tersebut dapat menjadi dasar dalam memilih warna, bentuk, gaya ilustrasi, dan media yang sesuai dengan identitas kreatif mahasiswa (Fitriyani & Prahastuti, 2020).

Dalam hal ini, Woketoon memberikan contoh bahwa personal branding dapat muncul secara alami dari karakter karya yang terus dikembangkan. Penggunaan elemen visual yang konsisten pada karya-karyanya menunjukkan bahwa identitas dapat dibangun melalui keputusan desain yang dilakukan secara berulang.

Personal Branding Mahasiswa DKV di Era AI

Perkembangan AI memberikan kemudahan bagi mahasiswa DKV dalam melakukan eksplorasi visual. AI dapat digunakan untuk menghasilkan alternatif ide, mengeksplorasi bentuk dan warna, serta membantu mencari kemungkinan visual dalam waktu yang lebih singkat. Kemudahan tersebut dapat mendukung proses kreatif, tetapi juga menimbulkan tantangan terhadap pembentukan identitas visual karena berbagai orang dapat menghasilkan visual dengan bantuan teknologi yang serupa.

Dalam kondisi tersebut, personal branding menjadi semakin penting. Mahasiswa tidak cukup hanya mampu menghasilkan visual yang menarik, tetapi juga perlu memiliki kemampuan untuk menentukan arah visual yang sesuai dengan karakter dan tujuan komunikasinya. Hasil yang diperoleh melalui AI perlu diseleksi, dikembangkan, dan disesuaikan kembali agar tidak berhenti sebagai hasil generatif yang bersifat umum.

Posisi AI dalam proses tersebut dapat ditempatkan sebagai alat bantu pada tahap eksplorasi dan pengembangan, sedangkan mahasiswa tetap berperan sebagai pengambil keputusan kreatif. Mahasiswa menentukan konsep, memilih alternatif yang sesuai, melakukan penyempurnaan, serta menjaga konsistensi identitas visual pada hasil akhir. Dalam konteks perkembangan AI, kondisi teknis tersebut dapat dipahami secara lebih luas sebagai perkembangan alat yang memengaruhi cara desainer mengeksplorasi dan menghasilkan visual. Namun, penggunaan teknologi tetap membutuhkan keputusan kreatif untuk menentukan arah dan karakter akhir karya.Dengan demikian, penggunaan AI tidak menggantikan proses pembentukan personal branding, tetapi dapat memperluas kemungkinan dalam proses kreatif.

Pembelajaran dari Woketoon menunjukkan bahwa konsistensi identitas visual tetap menjadi aspek penting meskipun teknologi produksi visual berkembang. Ketika AI semakin mempermudah proses menghasilkan gambar, karakter dan keputusan desain dari mahasiswa justru menjadi pembeda. Personal branding tidak dibangun dari kemampuan menghasilkan visual dengan cepat, tetapi dari kemampuan menentukan karakter visual dan mengembangkannya secara konsisten.

Kerangka Pembelajaran Personal Branding Mahasiswa DKV

Berdasarkan hasil analisis gaya visual Woketoon dan pembahasannya dalam konteks mahasiswa DKV di era AI, proses pembelajaran personal branding dapat dirumuskan melalui lima tahap, yaitu mengenali, mengeksplorasi, membentuk, mempertahankan, dan mengembangkan.

Tahap pertama, mengenali, merupakan proses memahami minat, kemampuan, referensi, dan karakter visual yang dimiliki mahasiswa. Tahap ini menjadi dasar untuk menentukan arah identitas yang ingin dikembangkan. Tahap kedua, mengeksplorasi, dilakukan dengan mencoba berbagai kemungkinan visual seperti warna, bentuk, tipografi, karakter, dan teknik ilustrasi. Pada tahap ini AI dapat digunakan sebagai alat bantu untuk memperluas alternatif eksplorasi, tetapi hasilnya tetap perlu diseleksi oleh mahasiswa.

Tahap ketiga, membentuk, merupakan proses memilih dan mengembangkan elemen visual yang paling sesuai menjadi ciri khas. Setelah identitas mulai terbentuk, tahap keempat yaitu mempertahankan dilakukan dengan menerapkan prinsip visual tersebut secara konsisten pada berbagai karya dan media. Konsistensi ini tidak berarti menghasilkan karya yang seragam, tetapi menjaga karakter utama agar tetap dapat dikenali.

Tahap terakhir adalah mengembangkan, yaitu memperluas identitas visual ke berbagai kebutuhan, media, dan perkembangan teknologi. Pada tahap ini AI dapat kembali dimanfaatkan untuk mengeksplorasi kemungkinan penerapan identitas visual tanpa menghilangkan karakter yang telah dibangun. Kelima tahap tersebut menunjukkan bahwa personal branding mahasiswa DKV merupakan proses yang berkembang secara bertahap, bukan hasil yang terbentuk dalam satu kali pembuatan karya.

Kerangka tersebut dapat digunakan sebagai acuan konseptual bagi mahasiswa DKV dalam membangun personal branding. Woketoon menjadi contoh bagaimana konsistensi visual dapat membentuk identitas, sedangkan AI ditempatkan sebagai teknologi pendukung yang membantu proses eksplorasi dan pengembangan. Dengan posisi tersebut, keputusan kreatif dan identitas visual tetap berada pada mahasiswa sebagai desainer.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Temuan pada karya Woketoon menunjukkan bahwa konsistensi tidak diwujudkan melalui kesamaan objek atau cerita dalam setiap ilustrasi, melainkan melalui pengulangan karakter kartun, warna vibrant, simbol petir dan bintang, bentuk mata, serta teknik shading. Elemen-elemen tersebut membentuk pola visual yang menjadi ciri khas Woketoon (Airey, 2019).

Bagi mahasiswa DKV, Woketoon dapat menjadi contoh pembelajaran bahwa personal branding tidak hanya dibangun melalui promosi diri, tetapi juga melalui karakter dan konsistensi karya. Mahasiswa dapat mempelajari proses mengenali karakter visual, melakukan eksplorasi, menentukan ciri khas, dan mempertahankan konsistensi dalam berbagai karya. Di era AI, teknologi dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu eksplorasi dan pengembangan ide, sementara konsep, identitas, serta keputusan kreatif tetap perlu dikendalikan oleh mahasiswa sebagai desainer.

Mahasiswa DKV disarankan untuk menggunakan AI secara kritis sebagai bagian dari proses kreatif, bukan sebagai pengganti identitas visual. Eksplorasi dengan AI sebaiknya tetap didasarkan pada karakter, konsep, dan tujuan visual yang ingin dibangun. Mahasiswa juga perlu mengembangkan konsistensi pada karya agar personal branding dapat terbentuk secara bertahap.

Untuk pengembangan selanjutnya, pembelajaran mengenai personal branding dapat dilakukan melalui praktik langsung dengan mahasiswa DKV, seperti membuat eksplorasi gaya visual, menyusun identitas visual pribadi, dan mengembangkan portofolio dengan bantuan AI. Dengan demikian, prinsip yang diperoleh dari analisis Woketoon dapat diuji dan dikembangkan menjadi proses pembelajaran yang lebih aplikatif.

REFERENSI

Airey, David. 2019. *Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding*. N.p.: Rockport Publishers.

Anderson, Denise. 2016. *Stand Out: Design a Personal Brand. Build a Killer Portfolio. Find a Great Design Job*. N.p.: Peachpit Press.

Barthes, Rolland. 1972. *Mythologies*. N.p.: Jonathan Cape.

Fitriyani, Mega, and Nurul f. Prahastuti. 2020. *Personal Branding Format Baru: Membangun Citra Diri untuk Pribadi yang Lebih Populer*. Edited by Niawan Nihari. N.p.: Laksana.

Hill, Thomas G. 1915. *The Essentials of Illustration: A Practical Guide to the Reproduction of Drawings & Photographs for the Use of Scientists & Others*. London: William Wesley & Son.

Kusrianto, Adi. 2018. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. N.p.: Andi.

Mega, Sophia. 2019. *Lo Ngerti Siapa Gue: Membangun Personal Branding Melalui Media Sosial Tanpa Perlu Jadi Selebgram*. Edited by Ferrial Pondrafi. N.p.: Tiga Serangkai.

Peirce, Charles S. 1958. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Edited by Arthur W. Burks. Vol. 8. N.p.: Harvard University Press.

Wheeler, Alina. 2017. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. N.p.: John Wiley & Sons, Inc.