

KAJIAN DESAIN VISUAL PADA MASKOT ITEBA

Citra Mareta Rahmasari¹, Muhammad Adi Sukma Nalendra²

¹ *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam
Jl Gajah Mada, Kompleks Vitka City, Tiban Ayu - Sekupang, Batam 29425, Kepulauan Riau – Indonesia
1823021@student.iteba.ac.id*

² *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam
Jl Gajah Mada, Kompleks Vitka City, Tiban Ayu - Sekupang, Batam 29425, Kepulauan Riau – Indonesia
adisukma@iteba.ac.id*

Abstrak:

Maskot merupakan elemen visual yang dapat melambangkan citra dan identitas dari perusahaan. Dengan adanya maskot, perusahaan dapat mengomunikasikan nilai merek dan berbicara dengan klien atas nama *brand*. Institut Teknologi Batam (ITEBA) telah berdiri selama 3 tahun dan terus mengembangkan elemen visual mereka, termasuk maskot. Dengan mengkaji desain visual dari maskot ITEBA, diharapkan dapat dijadikan acuan untuk merancang maskot baru. Metode penelitian yang dipilih ialah kuisisioner, wawancara dan observasi. Dengan adanya laporan ini, diharapkan dapat dijadikan acuan bagi perancang desain karakter maskot ITEBA yang merepresentasikan instansi dan diterapkan dalam *branding* ITEBA.

Kata kunci: Maskot, Desain Karakter, *Branding*, ITEBA

Abstract:

Mascot is a visual element that can symbolize the image and identity of the company. With a mascot, companies can communicate brand values and talk to clients on behalf of the brand. Batam Institute of Technology (ITEBA) has been established for 3 years and continues to develop their visual elements, including the mascot. By reviewing the visual design of the ITEBA mascot, it is hoped that it can be used as a reference for designing new mascots. The research method chosen was questionnaire, interview and observation. With this report, it is hoped that it can be used as a reference for designers of ITEBA mascot character designs that represent agencies and are applied in ITEBA branding.

Key words: Mascot, Character Design, *Branding*, ITEBA

LATAR BELAKANG

Penting bagi sebuah kampus yang selalu berhubungan langsung dengan masyarakat dan mahasiswa untuk membangun *brand* yang kuat. Menurut direktur kekayaan negara, Rachmatarwata (2020), *branding* yang tepat akan membuat masyarakat memahami tugas dan fungsi organisasi, layanan yang diberikan, serta memandang organisasi tersebut sebagai sumber informasi yang akurat dan terpercaya.

Setelah *brand* tersebut terbentuk, langkah selanjutnya ialah meningkatkan kesadaran masyarakat akan *brand*. Hal ini disebut dengan *brand awareness*. Menurut Rangkuti (2004) *brand awareness* merupakan kemampuan seorang konsumen untuk mengingat suatu merek tertentu atau iklan tertentu secara spontan atau setelah dirangsang dengan kata-kata kunci. Kata kunci yang dimaksud dapat berbentuk verbal maupun visual. Kata kunci visual yang dimiliki oleh ITEBA saat ini ialah logo dan maskot.

ITEBA telah berdiri selama 4 tahun sejak tanggal 31 Oktober 2017. Selama 4 tahun tersebut, ITEBA terus mengalami peningkatan mahasiswa. Hal ini dapat di perhatikan dalam peningkatan jumlah mahasiswa DKV di ITEBA. Pada tahun ajaran 2018-2019 mahasiswa berjumlah 27 orang, di tahun ajaran 2019-2020 jumlah mahasiswa mengalami peningkatan sebanyak 53 orang. Peningkatan tersebut dapat didasari dengan perkembangan teknologi dan informasi sehingga memaksa masyarakat untuk mengubah pola hidup mereka.

Selama 4 tahun, maskot ITEBA baru dibuat pada Juni 2021. Menurut Halim (2021), maskot baru dibuat pada tahun ini karena beliau baru diterima kerja di IT Yayasan Vitka. Penelitian diawali oleh sketsa yang dirancang oleh beliau kemudian dilanjutkan oleh pekerja *training*. Beliau merasa bahwa maskot ini dapat menjadi pembeda ITEBA dengan kampus lain dikarenakan kampus lain seperti politeknik tidak memiliki maskot. Beliau berharap maskot

dapat mendekatkan masyarakat kepada ITEBA. Namun, beliau mengalami permasalahan pada maskot yang telah dirancang tersebut. Maskot terkesan *flat* dan sulit dibaur dengan beberapa latar belakang yang ramai.

Dengan dasar tersebut, ITEBA harus terus mengembangkan elemen visual mereka. Salah satu elemen visualnya adalah maskot. Maskot ITEBA memiliki bentuk burung hantu coklat yang mengenakan baju dan kacamata biru. Maskot telah digunakan di website dan Instagram milik ITEBA. Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna dari maskot ITEBA yang telah ada.

METODE PENELITIAN / PERANCANGAN

Berikut ini merupakan Langkah-langkah dalam metode penelitian yaitu:

1. Menganalisis kekurangan dan permasalahan desain sebelumnya
Analisis desain diperlukan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan yang terdapat dalam desain. Permasalahan tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan untuk ide desain yang baru.
2. Mencari ide dan gagasan perencanaan
Pencarian ide kemudian dilakukan setelah mengetahui permasalahan yang telah ditemukan.
3. Pengumpulan data
Sangat penting bagi penelitian desain untuk melakukan pengumpulan data agar dapat diterima oleh instansi maupun masyarakat. Pengumpulan data bagi penelitian akan menggunakan data primer dan sekunder:
4. Data Primer
Data primer ialah data faktual dan asli karena didapatkan melalui survei lapangan. Survei lapangan tersebut merupakan data wawancara kepada mahasiswa ITEBA, rektorat, yayasan dan hubungannya dengan pendiri dari ITB.

5. Data sekunder

Data sekunder ialah data yang didapat dari literature dan pustaka. Data sekunder ini didapat dari jurnal para ahli yang membahas mengenai *branding* dan desain karakter maskot.

HASIL DAN DISKUSI

A. Data Ide Rancangan Maskot

Peneliti mendapatkan ide atau kata kunci sifat yang dijadikan acuan oleh sang perancang maskot ITEBA yaitu pak Roy Dwi Halim Putra, kata kunci tersebut ialah:

- a) Pemalu
- b) *Geek*
- c) Update Tekno

B. Data wawancara Dengan Desainer Maskot

Hasil wawancara dengan Bapak Roy Dwi Putra Halim, ialah:

- a) Perancangan maskot meniru dan mengambil visi dari logo. Karena itulah, maskot menggunakan hewan burung hantu.
- b) Perancangan maskot belum sepenuhnya merujuk kepada visi dan misi serta nilai-nilai yang digunakan iteba. Karena perancangan berlandaskan dengan logo.
- c) Perancang tidak puas dengan maskot yang sekarang.

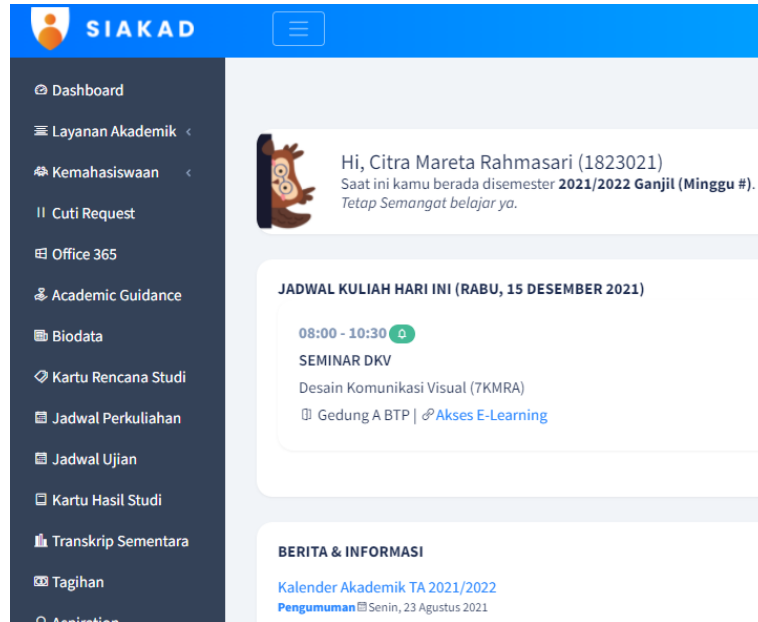
C. Data Wawancara Dengan Dosen

Hasil wawancara dengan Ibuk Ria Sapitri, ialah:

- a) Maskot perlu di publikasikan dan diperkenalkan lagi ke masyarakat.
- b) Maskot terkesan biasa saja dan tidak merepresentasikan ITEBA jika dilihat dari Siakad.
- c) Maskot perlu di eksplor lagi desainnya agar lebih menarik dan dapat merepresentasikan visi, misi dan nilai-nilai dari ITEBA.

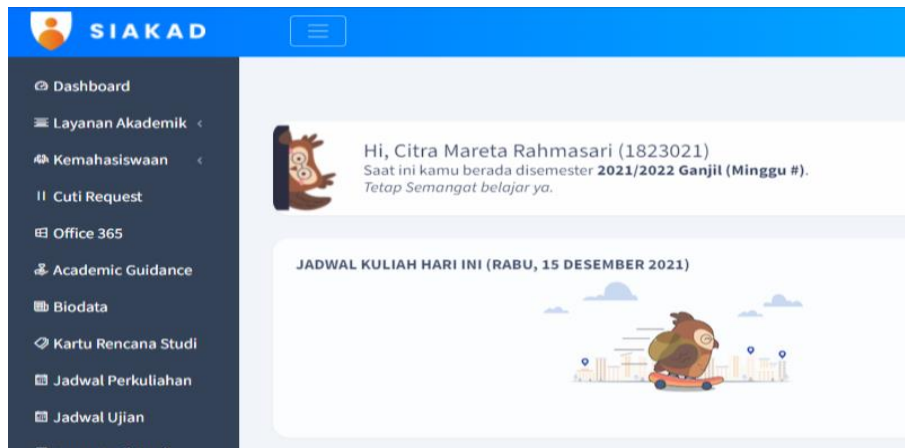
d) Data Penggunaan Maskot ITEBA

a) SIAKAD



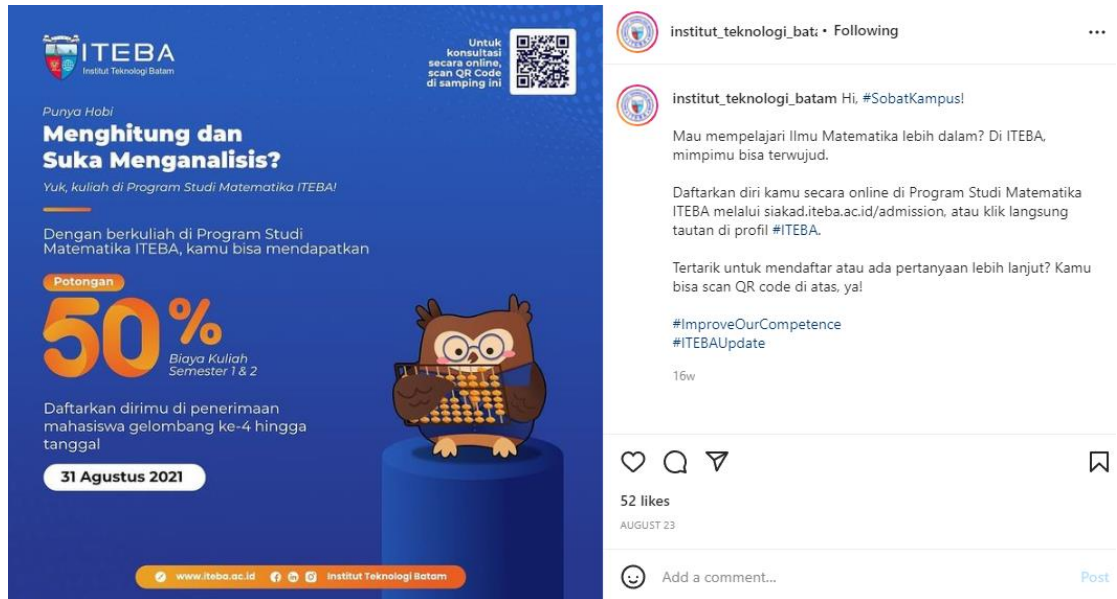
Gambar 1 SIAKAD (Sumber: siakad iteba)

b) Layar loading SIAKAD



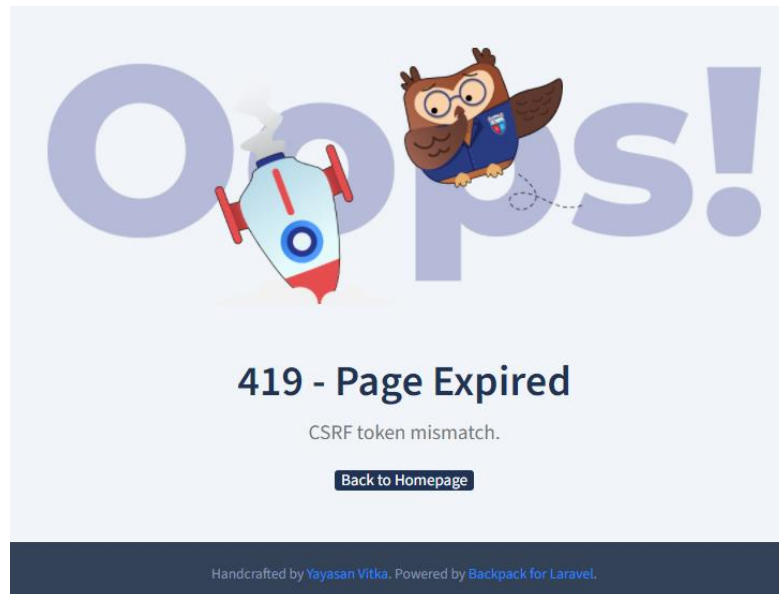
Gambar 2 Layar loading SIAKAD (Sumber: siakad iteba)

c) Post Instagram ITEBA



Gambar 3 Post Instragram SIAKAD (Sumber: siakad iteba)

d) Layar Error SIAKAD





Gambar 4 Layar Error SIAKAD (Sumber: siakad iteba)

D. Data Anatomi Maskot ITEBA Lama

a) Anatomi

Visual	Deskripsi	Bentuk	Garis
	Kepala dengan 'telinga', rona pipi, sepasang mata, kacamata dan paruh	Perpaduan persegi dan lingkaran	Bulat
	Badan dengan baju dan sepasang sayap	Badan berbentuk persegi dengan sayap berbentuk persegi tiga	Bulat
	Badan tampak belakang memperlihatkan ekor berbentuk seperti kipas	Ekor berbentuk segi tiga	Bulat

b) Aksesoris

Visual	Deskripsi	Warna	Representasi	Tekstur
	Kacamata bulat dengan warna biru	Biru	Bulat	Flat
	Almameter warna biru dengan logo ITEBA	Biru	Persegi, mengikuti lengkung badan.	Flat

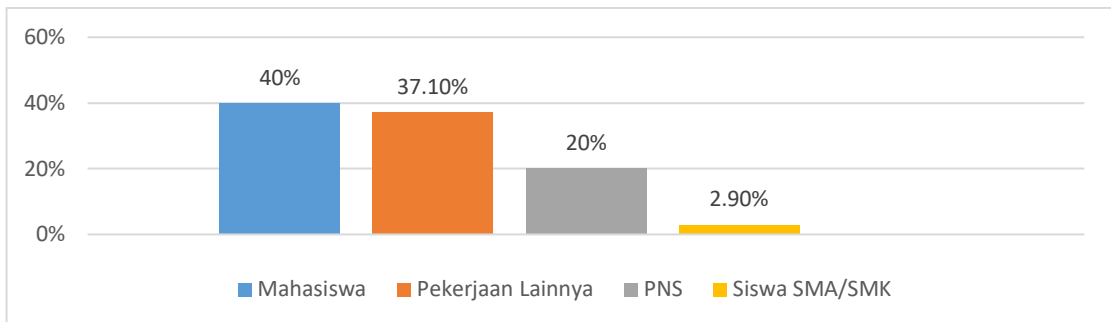
c) Pose

Visual	Deskripsi	Makna Yang Didapat	Kesan
	Maskot duduk di atas tumpukan buku sambil menggunakan laptop.	Maskot sedang belajar	Pintar dan rajin
	Maskot berdesah dengan sedih di lantai dan membungkuk	Maskot terlihat sedih	Sedih
	Maskot tertawa dan terguling di lantai	Maskot terlihat bahagia	Lucu dan bahagia

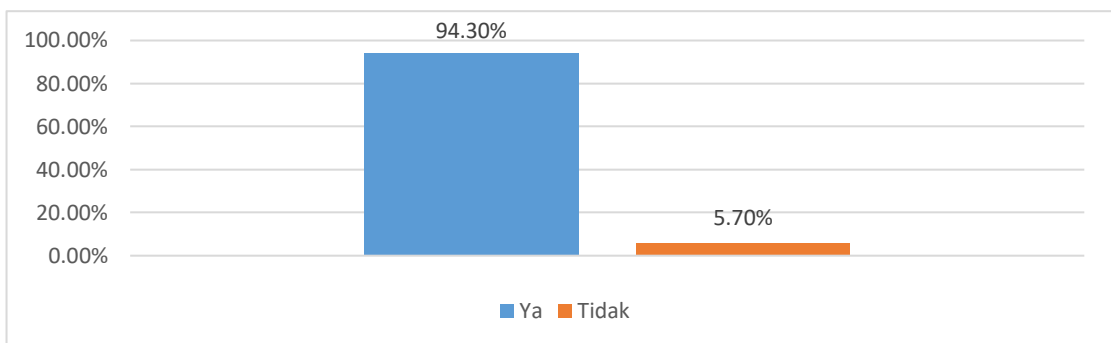
E. Data Survei

Berikut ini ialah hasil survei yang telah diisi oleh 70 orang di Batam

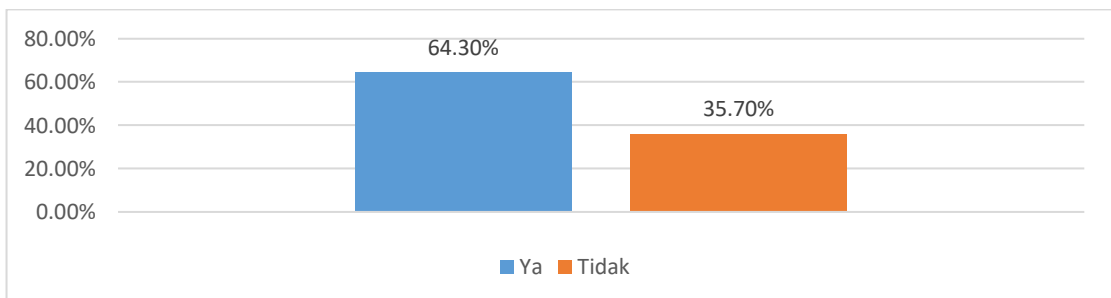
1. Status kerja Anda?



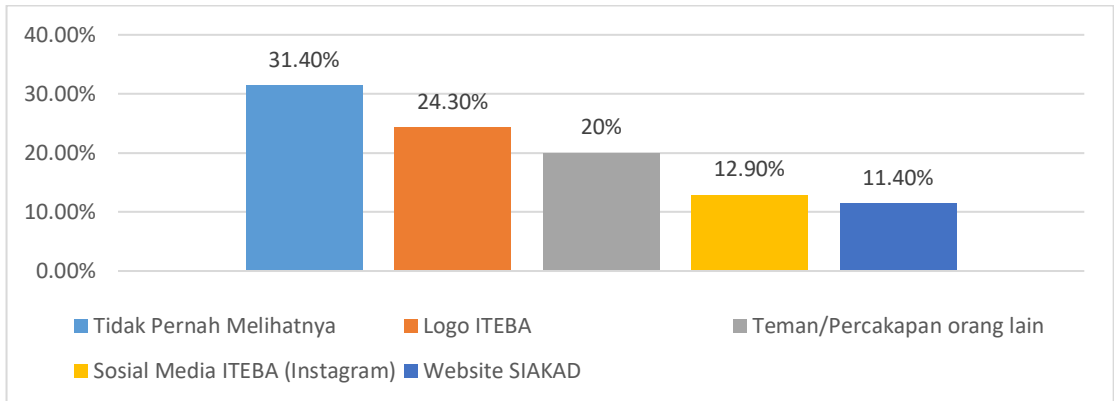
2. Apakah anda tahu adanya kampus Institut Teknologi Batam (ITEBA)?



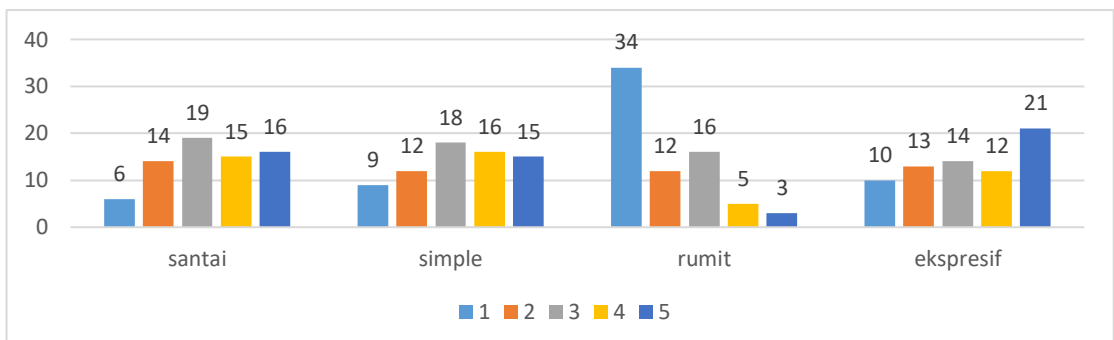
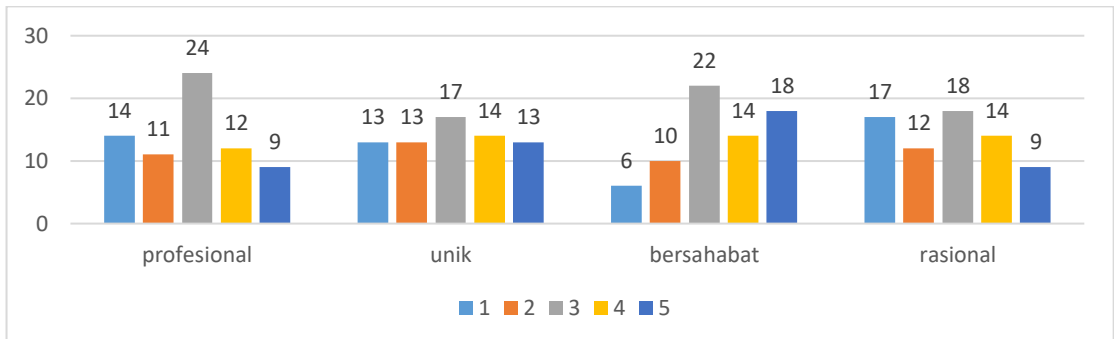
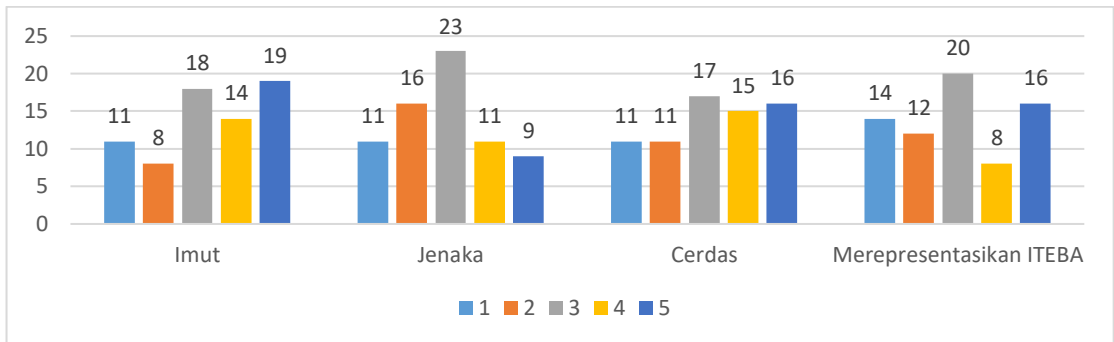
3. Apakah anda tahu bahwa kampus ITEBA memiliki maskot?



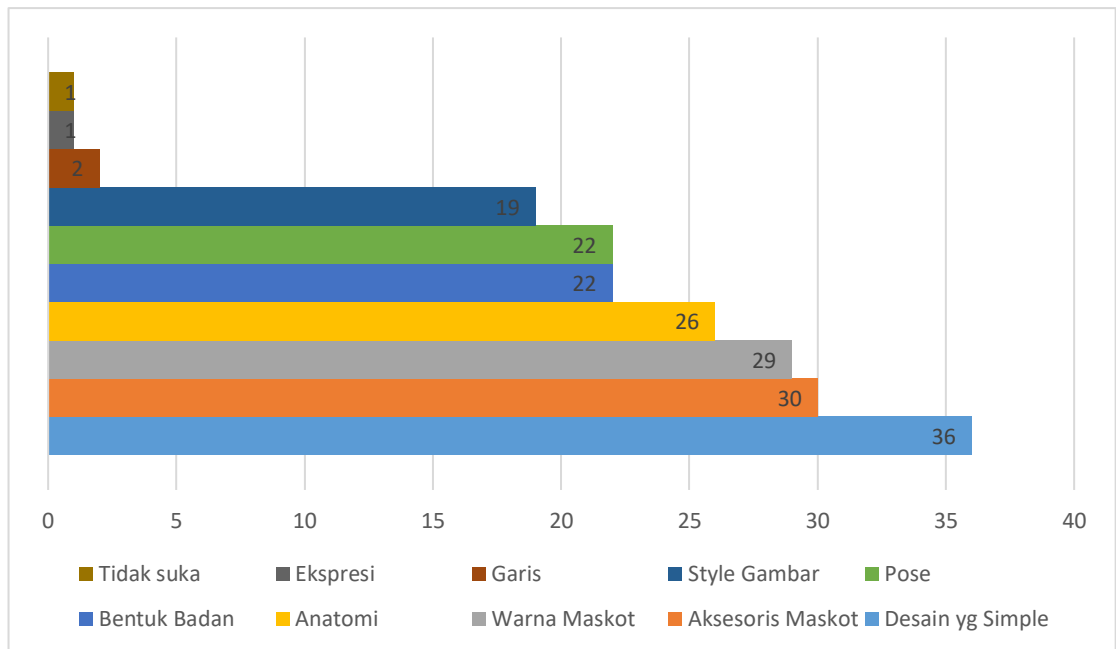
4. Dari mana anda mengetahuinya?



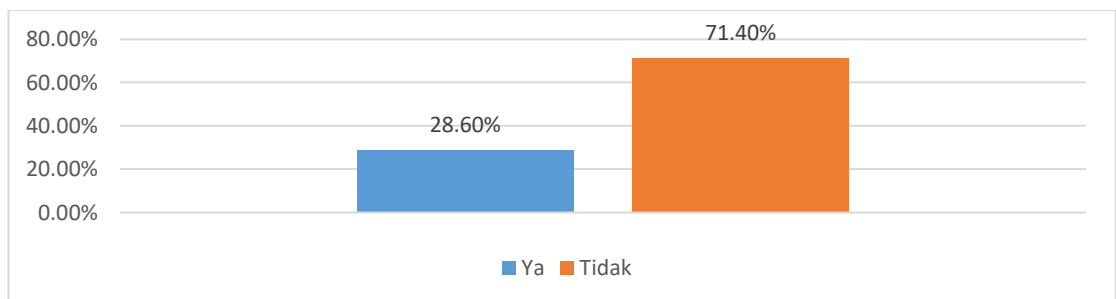
5. Apa kesan anda terhadap maskot ITEBA tersebut?



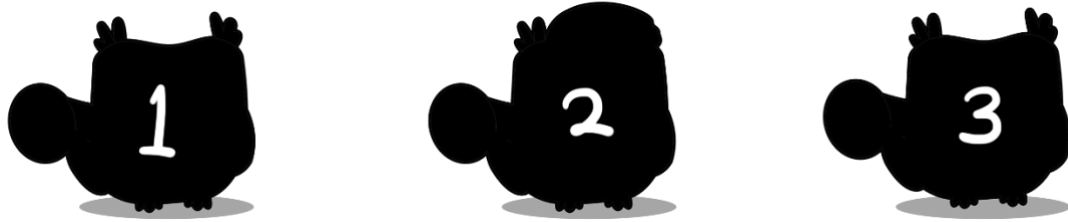
6. Elemen apa yang anda sukai dari desain maskot tersebut?



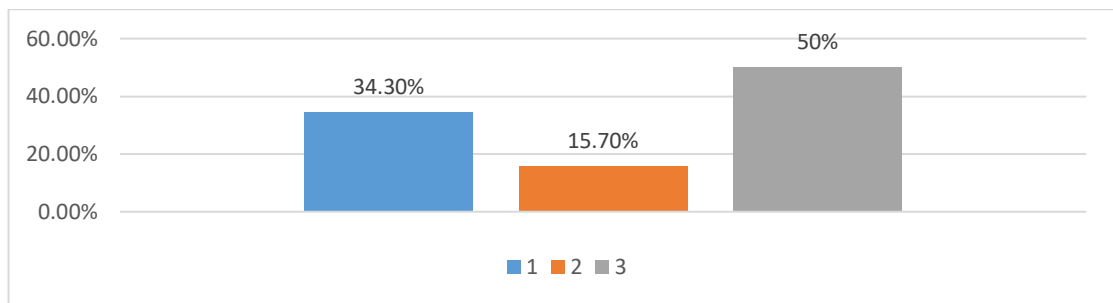
7. Apakah anda tahu bahwa Yayasan Vitka dan BTP juga memiliki maskot yang sama dengan ITEBA?



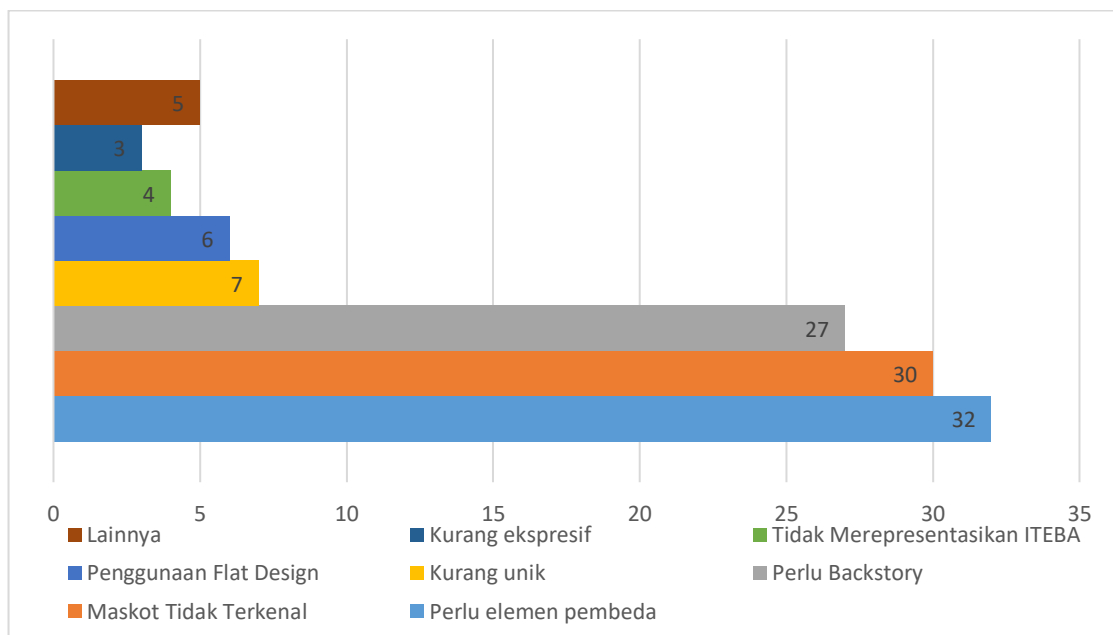
8. Dari gambar berikut ini, menurutmu yang manakah maskot ITEBA?



Jawaban:



9. Menurut anda, elemen apa yang kurang dari maskot ITEBA?



10. Menurutmu apakah maskot ITEBA harus diganti? Apa alasannya?

Kesimpulan:

Segi *style* sudah bagus dan unik, namun perlu adanya penambahan karakteristik ITEBA yang lebih representative dan karakter fisik unik agar tidak menyamai maskot Yayasan Vitka.

11. Menurutmu apakah ITEBA membutuhkan maskot? kenapa?

Kesimpulan:

Perlu, sebagai media promosi agar masyarakat lebih mengenali kepribadian dan identitas unik ITEBA. Sehingga masyarakat tidak hanya mengenal gedungnya saja.

Analisis

Analisis Ide Maskot

Setelah mengumpulkan data perancangan maskot, peneliti menemukan kata kunci yang digunakan dalam konsep perancangan maskot ITEBA yaitu: pemalu, *geek* dan update tekno. Sifat *Geek* atau kutu buku sudah tepat digambarkan dengan penggunaan aksesoris kacamata pada maskot, hal ini karena pengaruh dari stereotipe dimana karakter yang menggunakan kacamata atapun yang memiliki penglihatan rendah dapat digambarkan sebagai karakter yang cerdas atau kutu buku.



Gambar 5 Velma Dinkley dari Scooby-Doo

Penggunaan hantu sebagai maskot dapat dikatakan tepat karena secara umum, burung hantu melambangkan kebijaksanaan dan kecerdasan (Garth 2021).

Analisis Warna Maskot

Warna utama yang digunakan pada desain maskot ialah coklat dan biru. Menurut pernyataan dari perancang maskot, pemilihan warna didasari dari logo ITEBA. Jika dianalisis lebih dalam, warna biru dalam psikologi (Scott-Kemmis: 2009) menyatakan bahwa warna tersebut bermakna loyalitas, kepercayaan dan integritas, bijaksana, keandalan dan tanggung jawab, konservatisme dan ketekunan, kepedulian dan perhatian, idealis dan tertib, wibawa, pengabdian dan kontemplasi, damai dan tenang.

Analisis Bentuk Maskot

Jika dianalisis, bentuk utama yang digunakan pada maskot ialah persegi dengan sudut melengkung. Banyaknya garis lengkung yang digunakan pada maskot memberikan kesan imut dan lucu.



Gambar 6 Maskot ITEBA

Jika dirubah menjadi siluet dan dibandingkan dengan maskot BTP dan Yayasan Vitka, maskot ITEBA akan tampak sama persis seperti maskot Yayasan Vitka.

SIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini ialah:

1. Perancangan maskot meniru visi dari logo ITEBA.
2. Penggunaan alamameter dan kacamata biru sudah dapat merepresentasikan ITEBA.
3. Maskot ITEBA dan Yayasan Vitka Nampak sama persis dan tidak bisa dibedakan jika menjadi siluet.
4. Perlu nya rombakan desain untuk maskot ITEBA.

DAFTAR PUSTAKA

- Pontillas, Bobby. 2011. Design Presentation. Bobby's NY Journal [blog] 6 september. Diakses dari link: <http://bobbyinnewyork.blogspot.com.au/2011/09/design-presentation.html/>
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Diakses dari link: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-1404800/otak-lebih-suka-gambar-dan-warna>
- Marcus, A., & Hashizume, Masaaki, Ma, Xiaojuan, H. A. (2017). *Springer Series on Cultural Computing Cuteness Engineering*
- Hotogi, M., & Hagiwara, M. (2015). *Analyses of Local Mascot Characters and Proposal of Automatic Character Creation System Using Affective Words*. *International Journal of Affective Engineering*, 14(4), 299–307. Diakses dari link: <https://doi.org/10.5057/ijae.IJAE-14-32>
- Gn, J. (2016). *A lovable metaphor: On the affect, language and design of 'cute.'* *East Asian Journal of Popular Culture*, 2(1), 49–61. Diakses dari link: https://doi.org/10.1386/eapc.2.1.49_1
- Bryan Tillman. (2011). Creative character design. Diakses dari link: <https://doi.org/10.4324/9780240814964>
- Garth C. Clifford. (24 september 2021). Owl Symbolism & Meaning (+Totem, Spirit & Omens). Diakses dari link: <https://worldbirds.com/owl-symbolism/#:~:text=Owl%20Tattoo%20Meaning,Owl%20Symbolism%20and%20Meaning,regal%20silence%2C%20and%20fierce%20intelligence.&text=While%20some%20cultures%20believe%20o wls,owl%20symbolizes%20wisdom%20and%20endurance>