

PERANCANGAN MASKOT ISI PADANGPANJANG SEBAGAI MEDIA BRANDING

Olvyanda Ariesta

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Kota Padangpanjang, Indonesia

e-mail: Olvyanda@gmail.com

Received : September, 2019

Accepted : Januari, 2020

Published : April, 2020

Abstract

Branding activities carried out to provide an image to the public about a brand. As one of the tertiary institutions in Sumatra that specializes in arts education, the Indonesian Institute of Art (ISI) Padangpanjang does not have a brand identity that is able to reach the public effectively. This has caused a lack of relationship between the ISI Padangpanjang and the public. To build a strong institutional identity that easily touches the public emotionally, gives a feeling of being closer so as to foster public trust in the institution, a mascot of ISI Padangpanjang has been designed. In the process, branding theory, as well as analysis of the vision of ISI Padangpanjang became the foundation in creating a mascot design. The results obtained are the creation of a mascot representing the ISI Padangpanjang named Si Kuaw. The Si Kuaw mascot design method is carried out through the design stages: research, thumbnails, roughs, comprehensive, and ready to press. As a media branding, the Si Kuaw mascot has been applied to various media, such as: motion graphics, art exhibition posters, new student acceptance brochures, pins, and mascots in the form of dolls.

Keywords: mascot, ISI Padangpanjang, branding

Abstrak

Aktivitas branding dilakukan untuk memberikan citra kepada publik tentang suatu brand. Sebagai salah satu perguruan tinggi di Sumatera yang khusus menyelenggarakan pendidikan seni, Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpanjang belum memiliki brand identity yang mampu menjangkau publik secara efektif. Hal tersebut telah menyebabkan kurang terbangunnya relasi antara ISI Padangpanjang dengan publik. Untuk membangun identitas lembaga yang kuat yang dengan mudah menyentuh publik secara emosional, memberi perasaan lebih dekat sehingga menumbuhkan kepercayaan publik terhadap lembaga, maka telah dirancang sebuah maskot ISI Padangpanjang. Dalam prosesnya, teori branding, serta analisa tentang visi ISI Padangpanjang menjadi landasan dalam menciptakan rancangan maskot. Hasil yang didapatkan adalah telah terciptanya sebuah maskot yang merepresentasikan ISI Padangpanjang yang bernama Si Kuaw. Metode perancangan maskot Si Kuaw dilakukan melalui tahapan-tahapan perancangan, yaitu: research, thumbnails, roughs, comprehensive, dan ready to press. Sebagai media branding, maskot Si Kuaw telah diterapkan ke berbagai media, seperti: motion graphic, poster pameran seni rupa, brosur penerimaan mahasiswa baru, pin, serta maskot dalam bentuk boneka.

Kata kunci: maskot, ISI Padangpanjang, branding

1. PENDAHULUAN

Brand bisa diartikan sebagai suatu entitas, baik itu produk, jasa, tempat, orang, teknologi, dan organisasi yang ditawarkan oleh pemasar, dan merupakan aset penting yang harus mendapatkan perhatian baik oleh pengelolaanya. Biasanya, suatu perusahaan atau lembaga membangun brand mereka melalui produk, jasa, logo, maupun pengiklanan. Brand yang kuat akan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Salah satu cara dalam menyiapkan brand yang kuat adalah dengan membangun koneksi emosional dengan target audience [1]. Membangun koneksi emosional berarti menjalin hubungan baik dengan target audience dengan menciptakan perasaan dekat, afeksi, dan kepercayaan. Pernyataan tersebut senada dengan Lebell & Cooke [2] yang menyatakan bahwa untuk menciptakan hubungan antara pelanggan & brand, pemasar tidak pernah hanya mengandalkan pernyataan manfaat produk mereka; alih-alih, mereka menggunakan taktik rumit yang dimaksudkan untuk melibatkan emosi konsumen, dengan cara berkomunikasi melalui tokoh karakter tertentu.

Menurut Wheeler [3] salah satu elemen pictorial mark dari brand identity adalah maskot. Maskot merupakan personifikasi dari brand dalam wujud hewan, buah-buahan, alat, atau wujud karakter lainnya yang mampu mencerminkan sifat dan ciri khas suatu brand tertentu. Maskot bisa berperan sebagai komunikator kepada masyarakat serta menjadi media promosi yang efektif dalam konteks memperkenalkan suatu brand untuk jangka pendek, dan membangun loyalitas untuk jangka panjang. Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu merepresentasikan brand serta visi dan misi brand tersebut, memiliki filosofi, serta mampu membaur dengan masyarakat.

Institut Seni Indonesia (ISI) Padangpanjang merupakan salah satu perguruan tinggi di Sumatera yang khusus menyelenggarakan pendidikan seni. ISI Padangpanjang, yang awal berdirinya bernama Akademi Seni Karawitan Indonesia (ASKI) Padangpanjang (1965), dan Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) Padangpanjang (1999), disahkan berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 2009 tanggal 31 Desember 2009. Perguruan tinggi ini terus

mengalami peningkatan, baik dari segi kualitas pelayanan, sarana prasarana, maupun kuantitas penerimaan mahasiswa barunya di tiap tahun.

Dalam perkembangannya, ISI Padangpanjang belum memiliki brand identity yang mampu menjangkau publik dalam rangka membangun identitas lembaga yang kuat, yang dengan mudah menyentuh publik secara emosional dan memberi perasaan dekat dengan lembaga tersebut. Hal ini menyebabkan kurangnya relasi antara ISI Padangpanjang dengan publik, seperti kurangnya antusias masyarakat di sekitar untuk menyaksikan event-event yang diselenggarakan oleh lembaga ini. ISI Padangpanjang sudah memiliki logo, namun logo tidak efektif menjangkau sisi emosional publik. Oleh sebab itu diperlukan strategi visual dalam upaya pendekatan dengan publik dengan melibatkan sisi emosional, dengan tujuan melahirkan empati publik terhadap perguruan tinggi ini, dan memberi perasaan lebih dekat sehingga menumbuhkan kepercayaan publik terhadap lembaga.

Menciptakan maskot lembaga merupakan langkah yang tepat untuk membangun brand ISI Padangpanjang yang lebih baik, karena maskot mampu menjangkau emosi publik. Desain maskot yang menarik bisa membangun brand, karena maskot yang menarik akan lebih mudah diingat oleh publik. Maskot juga bisa meningkatkan daya tarik konsumen dan daya kenal brand [4]. Oleh sebab itu, untuk membangun brand yang kuat, ISI Padangpanjang sebagai perguruan tinggi seni tertua di Sumatera harus memiliki maskot yang representatif. Maskot bisa dimanfaatkan sebagai media dalam berkomunikasi dengan publik sehingga ikut berperan dalam membangun brand lembaga ISI Padangpanjang menjadi lebih kuat.

2. METODE PENELITIAN/ PERANCANGAN

Pengumpulan data menjadi sangat penting dan berpengaruh terhadap rancangan maskot ISI Padangpanjang. Perancangan maskot ISI Padangpanjang menggunakan model metode Amy E. Arntson, yaitu: research, thumbnails, roughs, comprehensives, dan ready to press [5].

2.1. Research

Pada tahapan research, langkah yang dilakukan adalah mengidentifikasi citra yang ingin dibangun ISI Padangpanjang berdasarkan visi lembaga tersebut sehingga menghasilkan keyword atau kata kunci yang menjadi landasan dalam merancang visual yang tepat. Perancangan maskot diambil berdasarkan visi ISI Padangpanjang karena visi mampu merepresentasikan suatu lembaga. ISI Padangpanjang memiliki visi: "Mewujudkan Seniman dan Ilmuwan Seni Budaya Melayu Nusantara Tahun 2030" [6]. Berdasarkan visi tersebut dipilih keyword yang merupakan inti dari visi ISI Padangpanjang, yaitu: "seniman", "ilmuwan", dan "Melayu Nusantara".

Setelah mendapatkan keyword yang representatif tentang lembaga ISI Padangpanjang, tahapan selanjutnya adalah mencari bentuk visual berdasarkan keyword tersebut. Keyword "seniman", "ilmuwan", dan "Melayu Nusantara" dihubungkan dengan benda tak hidup, hewan, atau konsep untuk mencari visual yang tepat dan mampu mewakili setiap keyword tersebut. Tahapan yang

dilakukan adalah dengan mencari definisi dari setiap keyword yang telah dipilih tersebut.

Keyword pertama adalah kata "seniman". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), seniman diartikan sebagai "orang yang mempunyai bakat seni dan berhasil menciptakan dan menggelarkan karya seni" [7]. Seni identik dengan indah dan keindahan. Untuk memvisualisasikan keyword "seniman" dalam bentuk maskot adalah dengan cara mengidentifikasi hewan khas Sumatera Barat yang memiliki bentuk fisik yang indah. Hewan khas Sumatera Barat atau hewan yang sering diasosiasikan dengan Sumatera Barat adalah: harimau Sumatera, kerbau, dan burung Kuau Raja. Namun di antara hewan-hewan tersebut yang memiliki fisik yang indah adalah burung Kuau Raja (*Argusianus argus*). Selain memiliki bentuk fisik yang indah, berdasarkan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 48 Tahun 1989, burung Kuau Raja ditetapkan sebagai fauna identitas Provinsi Sumatera Barat, yang merupakan Provinsi tempat berdirinya lembaga ISI Padangpanjang.

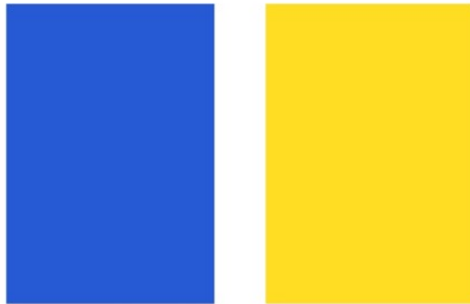


Gambar 1. Burung Kuau Raja (*Argusianus argus*)
[Sumber: akses internet <http://nickgarbutt.photoshelter.com>]

Keyword berikutnya adalah kata "ilmuwan". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, Ilmuwan diartikan sebagai "orang yang ahli atau banyak pengetahuannya mengenai ilmu" [8]. Dalam arti yang lain, ilmuwan adalah orang yang berkecimpung dalam ilmu pengetahuan tertentu dan ahli di bidang tersebut.

Dalam perancangan maskot ISI Padangpanjang ini, warna akan digunakan sebagai elemen simbolik dari keyword tersebut. Pengetahuan dilambangkan dengan warna biru dan kuning. Warna biru diasosiasikan dengan langit atau laut, memiliki kesan kesejukan, dan bermakna intelektualitas, stabilitas, kepercayaan diri, dan kebijaksanaan. Sedangkan warna kuning diasosiasikan sebagai matahari terbit, yang

memiliki kesan kehangatan, dan bermakna energik, analitik, ceria, kreatif, dan optimis. Secara umum, warna biru dan kuning merupakan paduan yang cocok untuk menyimbolkan keyword “ilmuwan”.



Gambar 2. Warna biru dan kuning untuk melambangkan keyword “ilmuwan”
[Sumber: Olvyanda Ariesta]

Keyword yang terakhir adalah kata “Melayu Nusantara”. Orang Melayu secara budaya adalah penduduk Asia Tenggara, khususnya Gugusan Kepulauan Melayu (yang mencakupi Selatan Siam, Semenanjung Tanah Melayu, Pulau Sumatera, Jawa, Madura, Sunda, Borneo, Sulawesi, Filipina, pulau-pulau timur Indonesia dan juga bagian-bagian kecil daripada Kampuchea ke Vietnam), yang bertutur dalam keluarga bahasa Melayu-Indonesia [9], sedangkan Nusantara, menurut KBBI Daring merupakan “sebutan (nama) bagi seluruh wilayah Kepulauan Indonesia” [10]. Karena luasnya cakupan Melayu Nusantara ini, maka dibatasi Melayu dalam perancangan

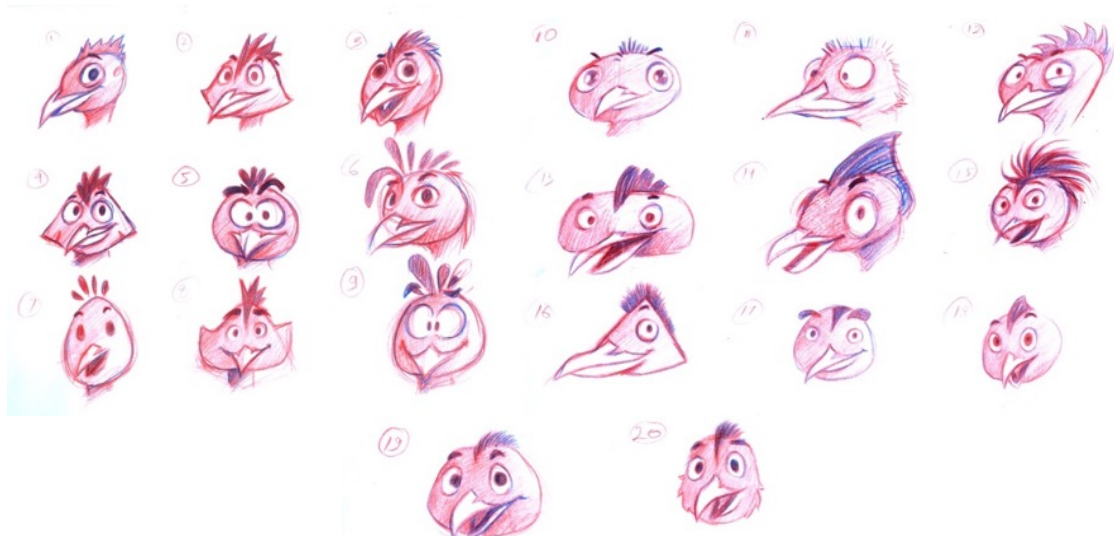
maskot ini hanya untuk wilayah di Sumatera. Identitas Melayu dalam perancangan maskot ISI Padangpanjang akan ditunjukkan pada kostum yang dikenakan oleh maskot. Kostum yang dipilih adalah penutup kepala bernama tunjak dan kain samping, yang merupakan pakaian khas Melayu Sumatera.



Gambar 3. Penutup kepala tunjak dan kain samping khas Melayu
[Sumber: akses internet
<http://travelplusindonesia.com>]

2.2. Thumbnails

Tahap thumbnails merupakan proses pembuatan visualisasi alternatif ide dengan cepat berupa sketsa berukuran kecil (thumbnails). Thumbnails merupakan tahapan dalam mencari ide-ide visual secara umum, memilah, dan memilih satu dari sekian banyak alternatif desain. Pada tahap ini akan dibuat berbagai sketsa alternatif berdasarkan hasil research, yaitu pencarian bentuk karakter (preliminary sketches) burung Kuau Raja. Dalam tahap ini dilakukan eksplorasi dengan berbagai kemungkinan style gambar.



Gambar 4. Pembuatan sketsa pada tahap thumbnails.
[Sumber: sketsa oleh Olvyanda Ariesta]

Setelah melewati tahap thumbnails, maka dipilih salah satu sketsa desain yang akan dilanjutkan ke tahap berikutnya. Pemilihan sketsa desain dipilih berdasarkan potensi visual untuk dikembangkan. Pemilihan sketsa yang dianggap cocok untuk dilanjutkan adalah sketsa alternatif nomor 2 dari 20 sketsa yang ada pada tahap thumbnails. Sketsa nomor 2 memiliki karakter garis yang tidak terlalu kaku dan tidak terlalu dinamis, membuat sketsa desain ini terlihat menyenangkan dan elegan, serta tidak

menampilkan ekspresi yang ekstrem yang bisa menimbulkan kesan konyol.

Setelah terpilihnya sketsa desain di atas, maka selanjutnya adalah mengembangkan sketsa tersebut secara utuh seluruh badan dan aksesoris maskot. Seperti di bahas sebelumnya pada tahap research, kostum yang digunakan oleh maskot adalah penutup kepala tunjak serta kain samping khas Melayu Sumatera.



Gambar 5. Pembuatan sketsa pengembangan pada tahap thumbnails
[Sumber: sketsa oleh Olyyanda Ariesta]

2.3. Roughs

Tahap berikutnya adalah roughs, yaitu pengembangan sketsa dari tahap thumbnails. Pada tahap ini terbuka kemungkinan untuk mengubah atau menambahkan rancangan pada tahap thumbnails. Pada tahap ini dimanfaatkan agar elemen yang tidak terlihat dengan jelas pada tahap thumbnails bisa dipilih dengan lebih jelas, seperti pemilihan jenis huruf (font) dan warna, kesesuaian bentuk dan elemen visual dengan konsep, maupun membandingkan desain yang dibuat dengan desain lain untuk menghindari kesamaan dalam segi visual.

Pada tahap ini juga ditetapkan nama untuk maskot yang dirancang. Maskot diberi nama Si Kuaw, yang merujuk pada nama jenis hewan yang menjadi inspirasi dalam pembuatan maskot ISI Padangpanjang ini, yaitu burung Kuau Raja. Si Kuaw merupakan singkatan dan makna dari: Seniman dan Ilmuan seni yang Kreatif, Unggul, Analitis, dan Wibawa.

Bentuk logotype Si Kuaw dirancang dengan menggabungkan shape lurus tegas dan lengkung. Penggunaan shape demikian akan memberikan kesan dinamis namun tetap mempertahankan kesan formal. Berikut merupakan sketsa dan alternatif warna untuk logotype Si Kuaw:



Gambar 6. Perancangan logotype Si Kuaw
[Sumber: rancangan logotype oleh Olyyanda Ariesta]

Pencarian alternatif warna maskot juga dilakukan pada tahap ini. Warna yang digunakan di dalam perancangan maskot ini

adalah warna biru, kuning, dan jingga, seperti yang dijelaskan pada tahap research. Beberapa

alternatif warna maskot adalah sebagai berikut:



Gambar 7. Alternatif warna pada maskot
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

Dengan mempertimbangkan kekuatan visual, maka dipilih warna tubuh maskot ini dengan warna biru yang juga merupakan warna asli burung Kuau Raja, dan diseimbangkan dengan sayap dan ekor berwarna kuning. Untuk menambah kesan kemegahan, kejayaan, dan

keunggulan, maka warna yang digunakan pada penutup kepala tunjak dan kain samping adalah warna jingga dengan motif emas. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, maka hasil akhir dari desain adalah sebagai berikut:



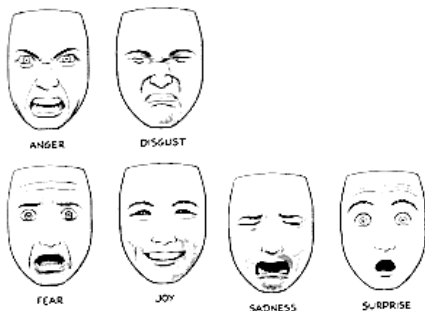
Gambar 8. Penetapan warna maskot yang dipilih dari beberapa alternatif warna
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

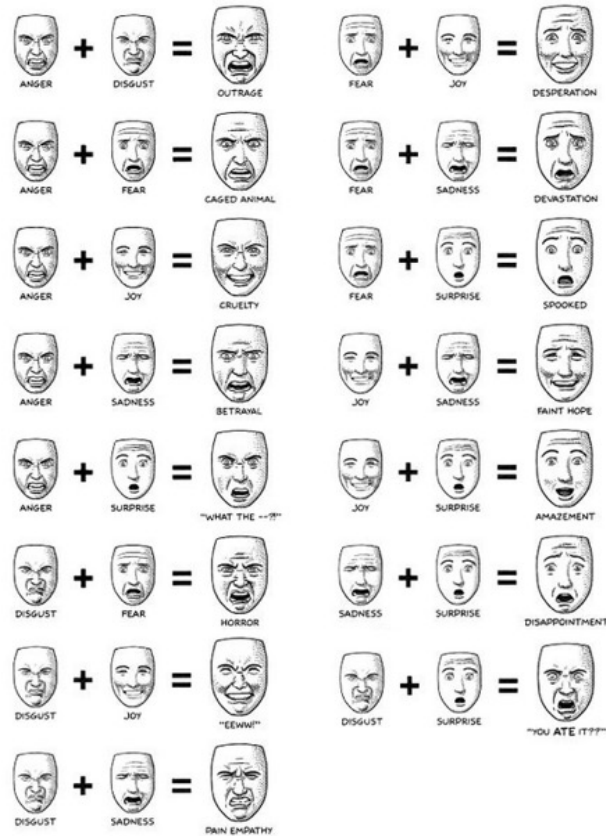
Dalam tahap ini, maskot juga dibuat dalam berbagai macam ekspresi. Tampilan ekspresi dibuat berdasarkan pemikiran Scott McCloud tentang ekspresi wajah pada karakter. Scott McCloud dalam buku Membuat Komik menjelaskan bahwa terdapat 6 ekspresi dasar manusia, yaitu: marah, jijik, takut, senang, sedih, dan terkejut. [11]

Gambar 9. Ekspresi dasar manusia menurut Scott McCloud

[Sumber: buku Making Comics, halaman 83]

Selanjutnya Scott McCloud menjelaskan bahwa ekspresi-ekspresi dasar tersebut jika digabungkan dengan satu atau dua ekspresi dasar lainnya, maka akan menghasilkan ekspresi yang baru. Ekspresi-ekspresi baru tersebut pun unik dan pantas untuk memiliki nama sendiri [12]. Misalnya, ekspresi senang jika digabungkan dengan ekspresi takut akan menghasilkan ekspresi putus asa, ekspresi jijik digabungkan dengan ekspresi sedih maka akan menghasilkan ekspresi kepedihan, dan demikian seterusnya. Selengkapnya pada gambar-gambar berikut:





Gambar 9. Penggabungan antara dua ekspresi dasar yang menghasilkan ekspresi baru menurut Scott McCloud
[Sumber: buku *Making Comics*, halaman 85, tata letak ulang oleh Olyyanda Ariesta]

Berdasarkan penjelasan tersebut, maskot Si Kuaw yang merupakan karakter hewan yang bersifat personifikatif (digambarkan memiliki sifat seperti manusia) bisa mengadaptasi teori ekspresi yang

dikemukakan oleh Scott McCloud tersebut. Dari hasil adaptasi tersebut, maka didapatkan beberapa contoh ekspresi maskot Si Kuaw adalah sebagai berikut:



Gambar 9. Beberapa ekspresi maskot
[Sumber: gambar oleh Olyyanda Ariesta]

2.4. Comprehensives

Tahap selanjutnya adalah comprehensives, merupakan tahapan rancangan maskot sudah final namun belum diaplikasikan ke dalam media. Maskot dibuat dengan menampilkan desain tampak depan, samping, dan belakang untuk informasi rincian maskot yang dirancang. Pada tahap ini juga dibuatkan aksi maskot berdasarkan sketsa pada tahap thumbnails

sebelumnya. Maskot beraksi mewakili program studi-program studi yang ada di ISI Padangpanjang, yaitu: Seni Tari, Seni Karawitan, Seni Teater, Seni Musik, Antropologi Budaya, Televisi Dan Film, Kriya Seni, Pendidikan Kriya, Seni Murni, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, dan Program Pascasarjana. Hasil dari perancangan tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 10. Gambar proyeksi maskot
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]



Gambar 11. Maskot dalam aksi sesuai dengan program studi di ISI Padangpanjang
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

2.5. Ready to press

Tahap yang terakhir adalah ready to press, adalah tahap rancangan maskot direalisasikan ke dalam bentuk media untuk kebutuhan komunikasi, sosialisasi atau pun promosi Lembaga sebagai bagian dalam proses branding. Dalam perancangan maskot ISI Padangpanjang ini bisa diterapkan ke dalam berbagai media, seperti: motion graphic,

poster, maskot dalam bentuk boneka, brosur penerimaan mahasiswa baru, dan pin.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, Maskot ISI Padangpanjang bernama Si Kuaw. Kata Si Kuaw merujuk pada nama jenis hewan yang menjadi inspirasi dalam pembuatan maskot ISI Padangpanjang, yaitu burung Kuau Raja. Si

Kuaw merupakan singkatan dan makna dari: Seniman dan Ilmuan seni yang Kreatif, Unggul,

Analitis, dan Wibawa. Secara utuh, si Kuaw memiliki tampilan sebagai berikut:



Gambar 12. Hasil final maskot ISI Padangpanjang
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

Si Kuaw merepresentasikan sosok seniman dan ilmuwan seni ramah yang cerdas serta berwawasan Melayu

Nusantara. Maskot dirancang dalam bentuk personifikasi dengan tampilan yang ramah dan bersahabat, berpikir kreatif, inovatif, dan unggul dalam berkarya seni, serta mencintai budaya Melayu Nusantara. Dengan penampilan ramah dan bersahabat, Si Kuaw diharapkan mampu menjadi komunikator yang baik kepada publik sehingga mampu menciptakan relasi positif, yang pada akhirnya mampu menjadi media branding ISI Padangpanjang yang efektif.

Sebagai media branding, maskot diterapkan ke berbagai media agar dapat menjangkau publik

secara luas. Penerapan maskot pada media di antaranya adalah sebagai berikut:

3.1. Motion graphic PPID ISI Padangpanjang

PPID merupakan singkatan dari Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. Sosialisasi PPID dalam bentuk motion graphic ini menggunakan maskot Si Kuaw agar konten sosialisasi menjadi lebih menyenangkan untuk dilihat. Pada media ini, maskot Si Kuaw diposisikan sebagai penyerta informasi teks. Setiap teks muncul, maskot Si Kuaw akan mengarahkan pembaca untuk melihat informasi-informasi yang diberikan



Gambar 13. Maskot ditampilkan dalam motion graphic sosialisasi PPID ISI Padangpanjang
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

3.2. Poster kegiatan pameran

Media poster digunakan untuk mempromosikan suatu kegiatan kepada publik. Penggunaan maskot Si Kuaw dengan ekspresi yang bahagia, sikap yang ramah dengan gestur yang welcome sebagai point of interest, poster akan menjadi lebih menyenangkan dan lebih persuasif. Hal ini dilakukan agar terciptanya relasi emosional antara media dan publik yang dituju.



Gambar 14. Contoh penerapan maskot pada media poster pameran
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

Brosur digunakan sebagai media informasi tentang seluk-beluk ISI Padangpanjang dan tata cara serta jadwal pendaftaran. Dengan menggunakan maskot Si Kuaw sebagai sampul brosur, publik, dalam hal ini calon mahasiswa, tampilan brosur akan menjadi lebih komunikatif secara emosional karena menampilkan sosok maskot Si Kuaw dengan penampilan ramah sambil berkarya seni. Tujuannya adalah agar calon mahasiswa akan lebih tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang kampus ISI Padangpanjang, dan diharapkan calon mahasiswa akan merasakan kedekatan dan perasaan diterima saat melihat brosur yang diaktori oleh Si Kuaw tersebut.

3.3. Brosur penerimaan mahasiswa baru



Gambar 15. Penerapan maskot pada media brosur penerimaan mahasiswa baru
[Sumber: gambar oleh Olvyanda Ariesta]

3.4. Pin

Pin bergambar Si Kuaw digunakan sebagai asesoris dan bisa berfungsi sebagai identitas civitas akademika ISI Padangpanjang. Pin juga bisa menjadi cendramata bagi tamu-tamu kampus, atau dibagikan saat event kesenian tertentu. Dengan tampilan yang ramah dan welcome, pin bergambar Si Kuaw berperan sebagai representasi dari civitas akademika itu sendiri yang ramah dan welcome.



Gambar 16. Penerapan maskot pada media pin
[Sumber: desain pin oleh Olvyanda Ariesta]

3.5. Boneka

Boneka Si Kuaw ditujukan sebagai cendramata untuk tamu-tamu yang mengunjungi ISI Padangpanjang. Dengan dihidiahkannya boneka ini sebagai cendramata, diharapkan kesan baik akan diterima oleh para tamu. Boneka Si Kuaw ini juga bisa dimanfaatkan

sebagai pajangan, hadiah, atau pun untuk dibagikan pada event tertentu.



Gambar 17. Penerapan desain maskot dalam bentuk boneka kecil
[Sumber: foto oleh Olvyanda Ariesta]

4. KESIMPULAN

Setelah melalui berbagai tahapan pengkaryaan, mulai dari research, thumbnails, rough, comprehensive, hingga ready to press, rancangan maskot telah terselesaikan dengan baik. Maskot telah ditampilkan dalam berbagai media dan untuk berbagai keperluan dalam rangka proses branding Lembaga.

Perancangan sebuah maskot untuk lembaga, organisasi, institusi, dan sebagainya, sebaiknya melakukan riset terlebih dahulu. Riset sangat penting dilakukan agar rancangan nantinya terarah sesuai dengan konsep awal yang nantinya akan membuahkan hasil sesuai dengan apa yang diharapkan. Rancangan maskot yang baik adalah maskot yang representatif. Riset yang paling penting dalam merancang sebuah maskot adalah dengan mempelajari dan menganalisa visi suatu lembaga, organisasi, atau institusi yang bersangkutan, dan dibarengi oleh eksekusi yang sesuai dengan lembaga, organisasi, atau institusi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Berry, L. L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1): 128-137

- [2]. Mohanty, S. S.. 2014. Growing Importance of Mascot & their Impact on Brand Awareness –A Study of Young Adults in Bhubaneswar City. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 17 (6): 42-44
- [3]. Lauwrentius, Stephen, Achmad Y. A. F., Sigit P. Y.. 2015. Penciptaan City Branding Melalui Maskot Sebagai Upaya Mempromosikan Kabupaten Lumajang. *Jurnal Art Nouveau*, 4 (2): 152-161
- [4]. Mohanty, S. S.. 2014. Growing Importance of Mascot & their Impact on Brand Awareness –A Study of Young Adults in Bhubaneswar City. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 17 (6): 42-44
- [5]. Arntson, Amy E. 2007. *Graphic Design Basics*. USA: Thomson Wadsworth
- [6]. Akses internet <https://www.isi-padangpanjang.ac.id/visi-misi-tujuan-sasaran-2/>, 24 Desember 2019.
- [7]. Seniman (n.d.). Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. Diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/seniman>, 24 Desember 2019.
- [8]. Ilmuwan (n.d.). Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. Diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ilmuwan>, 24 Desember 2019.
- [9]. Marzali, Amri. 2017. Peradaban Melayu - Nusantara. *Jurnal Peradaban*, 5 (2): 23-48
- [10]. Nusantara (n.d.) Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. Diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/nusantara>, 24 Desember 2019.
- [11]. McCloud, Scott. 2008. *Membuat Komik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [12]. McCloud, Scott. 2008. *Membuat Komik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama