

# PERAN FIGUR MASKOT “SARANG” SEBAGAI BRAND PERSONALITY FSRD UNTAR DIMATA MASYARAKAT INDONESIA

Edy Chandra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual- Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [edyc@fsrd.untar.ac.id](mailto:edyc@fsrd.untar.ac.id)

## ABSTRACT

*The Faculty of Fine Arts and Design, Tarumanagara University (FSRD Untar) is one of the departments in the field of visual creativity within Tarumanagara University and the scope of the archipelago. In its role in realizing its image in society, FSRD Untar chose to develop one of the creative works of its alumni, including the role of female youth figures in designing the illustration book "space between breath" by Cindy Salim. The figure of a female teenager with short blue hair and a pink-blue dress which was eventually used and developed into a brand personality figure for the "Sarang" Mascot. Through a literature study methodology paradigm approach related to previous and current data and documentation. The development of the "Nest" Mascot in the concept of color as well as the function of the mascot itself, has been carried out by FSRD in which an explanation of the forms of visual development will be described in this study.*

**Keywords:** Mascot, FSRD Untar, Brand Personality

## ABSTRAK

Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara ( FSRD Untar ) merupakan salah satu departemen dibidang kreatif visual dalam lingkungan Universitas Tarumanagara dan lingkup nusantara. Dalam perannya mewujudkan citranya dimasyarakat, FSRD Untar memilih untuk mengembangkan salah satu hasil karya kreatif para alumninya, diantaranya peran tokoh remaja wanita dalam perancangan buku ilustrasi “*space between breath*” karya Cindy Salim. Sosok remaja Wanita berambut pendek berwarna biru dan bergaun merah muda – biru yang pada akhirnya digunakan dan dikembangkan menjadi sosok *brand personality* Maskot “Sarang”. Melalui pendekatan paradigma metodologi studi literatur terkait data-data dan dokumentasi terdahulu dan yang terkini. Pengembangan Maskot “Sarang” secara konsep warna dan juga fungsi dari maskot itu sendiri, telah dilakukan oleh FSRD yang mana penjelasan bentuk bentuk pengembangan visual akan di jabarkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Maskot; FSRD Untar; *Brand Personality*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pada penelitian ini akan dibahas mengenai “Maskot” yang merupakan salah satu bentuk pengembangan sebuah brand. Pada umumnya maskot lebih banyak digunakan untuk berbagai kegiatan *corporate* atau kegiatan besar dalam bidang olah raga, seperti *olympiade* contohnya. Maskot adalah personifikasi sebuah bentuk, obyek, atau benda yang berwujud manusia, binatang, atau wujud lainnya yang dianggap dapat membawa keberuntungan dan menambah semarak suasana sebuah acara. Wujud visual maskot sendiri memiliki nama panggilan yang diberikan sesuai dengan karakter maskotnya itu sendiri. Maskot sebagai bagian dari komponen pengembangan brand memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri sehingga menjadi pertimbangan alternatif *celebrity endorse* dalam mempromosikan sebuah brand produk (Pairora I, 2016). Sebagian besar maskot dalam wujud binatang kerap digunakan dalam berbagai kegiatan olahraga yang bersifat nasional atau internasional, seperti *olympiade*. Sedangkan wujud manusia lebih banyak digunakan oleh berbagai korporat untuk mewakili citra profil perusahaannya, seperti veronika yang merupakan maskot berwujud manusia yang dimiliki oleh Telkomsel.

FSRD Untar (Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara) merupakan salah satu instansi pendidikan di bidang desain yang mulai membangun *brand personality*nya melalui maskot. Jika kita perhatikan pada instansi pendidikan lain, dapat kita temukan maskot-maskot yang mewakili instansi pendidikannya, seperti maskot radio kampus ITB yang bernama Arkey, maskot Universitas Malang yang bernama Cakra & Wala, Maskot kampus BSI yang bernama Sobi, dan lainnya.

### Rumusan Masalah

Dalam perkembangan selanjutnya, FSRD Untar yang lebih dikenal dengan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara. Merupakan salah satu fakultas di bidang seni dan desain yang terletak daerah Jakarta Barat, telah berupaya untuk mengoptimalkan dan mendorong pengembangan hasil-hasil karya visual mahasiswanya sebagai bentuk inovasi digital yang mendukung penguatan ekonomi bangsa. Salah satu karya mahasiswi FSRD Untar dari Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) telah dikembangkan menjadi maskot unggulan. Diangkat dari salah satu figur visual dalam proyek tugas akhir alumni DKV berupa perancangan buku ilustrasi berjudul “*Space Between Breath*” karya Cindy Salim (625110083). Profil seorang gadis berambut biru keungguan dengan sarang burung diatas kepalanya bergaun berwarna merah muda, berkaus kaki panjang bergaris biru. Merupakan sosok gadis yang ceria dan penuh dengan ide-ide, dipilih sebagai perwujudan maskot FSRD Untar. Konsep dari sifat sang gadis tersebut dianggap sangat sesuai dengan Semangat dari FSRD dalam berkreasi dan berelasi dengan banyak pihak, sehingga maskot tersebut di beri nama “Sarang”.

Tentunya bagaimana perkembangan daur hidup maskot dengan nama sarang ini berelasi sosial dan berlanjut, menjadi sebuah bentuk rumusan masalah yang akan di bahas lebih lanjut. Penelitian ini juga bertolak dari pembahasan yang senada pada penelitian sebelumnya yaitu:

- Perancangan Maskot Sebagai Cinderamata Dalam Upaya “*Branding*” ITENAS. Karya (Agus R Mulyana, 2013).
- Perancangan Maskot ISBI Aceh Sebagai Upaya Pngatan Brand Awareness. (Yuda R, 2022).
- Perancangan Maskot ISI Padang Panjang Sebagai Media Branding. (Ariesta O, 2020)
- Perancangan dan Modeling Karakter Maskot STMIK Bumigora Mataram. (Ardi, R. F. P., & Hartini, R. F. A. 2019).
- Kajian Perancangan Karakter Maskot Universitas Pendidikan Mandalika. (Ardi, F. P., & Munawarah, P. A, 2021)

Sesuai dengan wujud gadis berambut biru bergaun berwarna merah muda, berkaus kaki panjang bergaris biru, menjadi ciri khas utama unsur kebaruan dalam inovasi cipta visual maskot di FSRD Untar. Berbagai bentuk temuan baru akan di ungkap dalam penelitian kali ini dan selanjutnya hasil penelitian ini akan memberikan sebuah kontribusi dan pembuktian nyata, bahwa melalui perancangan dan penggunaan maskot sebagai perwakilan jati diri brand sebuah institusi pendidikan. Kontribusi-kontribusi yang menjadi sebuah bentuk rekomendasi tertulis yang diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut dikemudian hari pada Universitas Tarumanagara.



Gambar 1. Maskot “Sarang” pertama kalinya diperkenalkan sebagai model dalam cover majalah Pameran Karya Tugas Akhir Terbaik, Tugas Akhir FSRD Untar 2015.  
Sumber Gambar: FSRD Untar

## 2. METODE PENELITIAN

Penelusuran dan pembahasan lebih lanjut mengenai sosok maskot FSRD Untar yang bernama “sarang” akan dianalisa serta dipaparkan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui proses studi literatur. Pendekatan studi literatur merupakan penelitian yang mencoba melakukan telaah, analisis, serta pembahasan terhadap konsep tertentu yang termuat dalam literatur atau wacana. Tujuan dalam paradigma studi literatur adalah memperjelas satu konsep, memperkuat dengan argumentasi atau menunjukkan kelemahan-kelemahannya. Kelebihan dari pendekatan studi literatur telah memungkinkan upaya untuk merangkai konsep baru yang dibangun dari proses sintesis dari berbagai literatur (Soeherman, 2019) Penelusuran literatur melalui pengalihan data-data virtual pada berbagai situs seputar perkembangan mengenai aset grafis maskot, penggunaan maskot di dunia pendidikan dan hal terkait lainnya. Pengalihan informasi literatur dilakukan terhadap naskah laporan tugas akhir milik alumni, yaitu Cindy Salim, dokumen data-data visual serta berbagai informasi informan dari FSRD Untar. Pada prosesnya sebuah penelitian memiliki dua sasaran, yaitu subyek dan obyek penelitian. Subyek penelitian merupakan sebuah benda, hal, atau figur manusia yang dapat memberikan peneliti data atau informasi. Sedangkan obyek penelitian merupakan sebuah variable atau sesuatu yang menjadi titik perhatian sang peneliti. Subyek dalam proses penelitian ini adalah “Sarang” maskot FSRD Untar dan obyek dalam penelitian ini adalah perkembangan daur hidup maskot FSRD Untar.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menjadi sebuah pemaparan lebih lanjut perihal maskot FSRD Untar, yaitu Sarang sebagai bagian dari kepribadian dan entitas sebuah intitusi pendidikan di mata masyarakat.

### Manfaat maskot

Pada dasarnya maskot memiliki manfaat penting menurut (Rustan, 2021), yaitu:

- Menambah keunikan identitas brand, sehingga makin jelas perbedaannya dengan brand lain.
- Memperkuat Brand Image di benak audiens
- Mencairkan kepribadian brand yang kaku sehingga lebih berkesan manusiawi.
- Membangun ikatan emosional dengan audiens
- Mengajak audiens berinteraksi dengan cara yang kausal dan kreatif.

Maskot “Sarang” telah memenuhi kriteria manfaat yang di sampaikan oleh (Rustan, 2021), tercermin kuat pada pernyataan,

Maskot bermanfaat mencairkan kepribadian brand yang kaku sehingga lebih berkesan manusiawi. Dibuktikan melalui keputusan pimpinan struktural di FSRD Untar untuk memilih figur gadis berambut biru dan berbaju merah muda sebagai bentuk pernyataan kepribadian kreatif. Manfaat maskot sebagai ikatan emosional dengan audiens dibuktikan oleh FSRD Untar dengan membangun maskot dalam ukuran proporsional manusia dan di pajang pada salah satu sudut ruang di Gedung R lantai 4 Kampus Untar. Maskot “Sarang”seukuran manusia tersebut telah dijadikan sebagai model swa foto dalam berbagai kegiatan, sebagai bentuk jalinan emosional dengan audiens. Bentuk-bentuk visualisasi secara nyata maskot “Sarang” juga digunakan dalam berbagai kegiatan-kegiatan pameran yang diadakan oleh FSRD Untar. Maskot “sarang” menjadi bagian komponen penting dalam perancangan media *booth* disetiap pameran yang diadakan dalam masyarakat. Selain itu manfaat lainnya maskot sebagai bentuk sarana interaksi dengan cara yang kausal dan kreatif telah dilakukan oleh FSRD Untar dengan menghidupkan karakter “Sarang” dengan figur manusia asli yang mengenakan kostum. Perwujudan melalui manusia asli yang dapat langsung berinteraksi di moment penting seperti HUT FSRD ke 25, 26 dan 27.



Gambar 2. Maskot “Sarang” paling kanan menjadi bagian penting dalam susunan tampilan stand booth pameran di ICE BSD

Sumber Gambar: Dokumentasi FSRD Untar



Gambar 3. Maskot “Sarang” dalam wujud tokoh manusia diperankan oleh alumni FSRD Untar Jessica Evelline @jessicaevellinee menjadi obyek interaksi yang kausal dan kreatif pada DIES FSRD Untar ke 25.

Sumber Gambar: Dokumentasi FSRD Untar

Maskot dapat membantu *brand* (FSRD Untar) menjadi lebih hidup dan lebih dapat diterima oleh kualitas emosi manusia, pikiran dan kepribadian (Wezk, 2021). Tentunya atas dasar pemikiran ini FSRD Untar telah tepat memilih dan mengembangkan dengan berbagai cara semenarik mungkin yang menggambarkan *brand* yang diwakilinya.

#### Warna sebagai identitas maskot “Sarang”

Ciri khas dari maskot “Sarang” adalah seorang gadis yang memiliki rambut berwarna biru keunguan, dan menggunakan baju bertangan panjang berwarna merah muda dan dikombinasikan dengan baju luaran dengan rok selutut kaki yang berwarna biru. Umumnya pakaian ini digunakan oleh seorang gadis muda berumur sekitaran 10 tahun. Ciri khas lainnya adalah menggunakan kaus kaki panjang dengan motif garis merah muda putih dan bersepatu kets merah muda. Secara garis besar gambaran profil “Sarang” tercermin dari warna biru dan merah muda yang menjadi warna khas dari sang maskot itu sendiri.



Gambar 4. Maskot “Sarang” yang di rancang oleh Cindy Salim dalam versi pembaharuan karakter di tahun 2017.

Sumber Gambar: Dokumentasi FSRD Untar

Konsep warna khas ini secara psikologis memiliki konsep perwujudan yang sesuai dengan semangat dari FSRD Untar. Warna biru dari perspektif psikologi merupakan perwakilan dari arti yang positif “diandalkan” dan “bertanggung jawab”. Menurut (Best, 2017) menyatakan warna biru secara psikologis memiliki arti:

- Menenangkan, warna biru mengedepankan kesabaran dan pengertian, yang selaras dengan insan FSRD Untar sebagai masyarakat kreatif yang selalu memahami dinamika dan perkembangan psikologis masyarakat dalam menciptakan karya-karya kreatifnya.
- Non-Konfrontasional, secara psikologis menggambarkan insan FSRD Untar sebagai insan yang tidak menyukai gagasan yang menciptakan konflik.
- Meredakan stress, warna biru melambangkan karya kreatif insan FSRD Untar sebagai obat yang menjadi solusi permasalahan pelik dalam masyarakat.
- Membawa Makna Positif, melambangkan kekuatan untuk membawa aspek-aspek positif dalam hidup, termasuk pemikiran-pemikiran kreatif insan FSRD dalam produksi karya-karyanya.

Selain itu warna merah muda sebagai bagian warna lain dari maskot “sarang” jika disimak dari sisi psikologi Mikellides (2012) yang akan memberi arti:

- Menyenangkan, pada psikologi warna ini memberikan makna rasa gembira dan bahagia, serta memiliki pengaruh emosional yang cukup kuat untuk mendatangkan nuansa menyenangkan, hal ini tercermin bahwa FSRD Untar merupakan sebuah wilayah yang menyenangkan.
- Kreatif, merupakan makna sebuah kebahagiaan yang pada akhirnya dapat membangkitkan rasa kreatif dalam diri. Hal ini sangat sesuai dengan ciri khas dari insan FSRD Untar sebagai intansi bidang pendidikan dibidang visual yang kreatif.
- Kesegaran, menjadi alternatif arti dari sebuah psikologis visual kesegaran, sehingga konsep kesegaran menjadi sebuah simbol insan kreatif di FSRD Untar.

Tentunya konsep warna yang selaras dalam wujud visualisasi profil maskot “Sarang” merupakan sebuah gambaran identitas dari FSRD Untar yang akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Maskot “Sarang” telah sukses menjadi bagian dari proses branding yang dilakukan oleh FSRD Untar dalam upaya untuk mendekati diri secara nyata kepada masyarakat dan dengan berbagai ide-ide yang disampaikan oleh berbagai insan mahasiswa dari FSRD Untar. Penggunaan maskot “Sarang” mendorong proses nuansa dari FSRD Untar sebagai sebuah departemen dibidang kreatif visual yang ada pada Untar (Universitas Tarumanagara). Dalam skala lebih luas lagi penerapan wujud maskot “sarang” diharapkan dapat menciptakan sebuah storytelling yang lebih menarik lagi dan menumbuhkan sebuah *positioning* tersendiri pada

FSRD Untar diantara para kompetitornya di tanah air.



Gambar 5. Maskot “Sarang” dalam wujud manusia asli dikembangkan lebih lanjut serta dimunculkan dalam acara DIES Natalis FSRD ke 28.

Sumber Gambar: Dokumentasi FSRD Untar

### Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Dalam penelitian ini diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Cindy Salim selaku creator yang menginspirasi lahirnya tokoh “Sarang”. Terima kasih kepada seluruh jajaran Dekan dan rekan dosen FSRD Untar yang telah membantu berkontribusi berbagi informasi dan data untuk penelitian ini. Selanjutnya peneliti berharap penelitian ini dapat berlanjut dengan pengembangan analisis dan output yang lebih kompleks.

### REFERENSI

- Pairoa, I., & Arunrangsiwed, P. (2016). An overview on the effectiveness of brand mascot and celebrity endorsement. *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10(12), 3536-3542.
- Soeherman, B. (2019). *Fun Research*. Elex media komputindo.
- Rustan, S. (2021). *Mendesain logo (buku 2)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Weszka, Pawel. (2011). “FIFA World Cup Brand Elements and Local Inspirations.” *Sport Marketing Quarterly*.
- Best, J. (Ed.). (2017). *Colour design: theories and applications*.
- Mikellides, B. (2012). *Colour psychology: The emotional effects of colour perception*. In *Colour Design* (pp. 105-128). Woodhead Publishing.
- Yuda, R., Sucipto, F. D., & Ghifari, M. PERANCANGAN MASKOT ISBI ACEH SEBAGAI UPAYA PENGUATAN BRAND AWARENESS. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 36-44.
- Ariesta, O. (2020). PERANCANGAN MASKOT ISI PADANGPANJANG SEBAGAI MEDIA BRANDING. *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), 104-116.
- Ardi, R. F. P., & Hartini, R. F. A. (2019). Perancangan dan Modelling Karakter Maskot STMIK Bumigora Mataram. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 1(1), 14-22.
- Ardi, F. P., & Munawarah, P. A. (2021). Kajian Perancangan Karakter Maskot Universitas Pendidikan Mandalika. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 3(1), 46-52.