

**LAPORAN PENELITIAN REGULER
YANG DIAJUKAN KE LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**STUDI PENCIPTAAN KARAKTER-KARAKTER PENDAMPING SARANG
SEBAGAI BENTUK PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL FSRD UNTAR**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Budi Darmo, S.Sn., M.Ds. (0331037806/10607003)

Anggota:

Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom. (0305087504/10601002)

Anggota Mahasiswa:

Jocelyn Christabel Djaja (625220039)

Tiffany Alicia Septy Chandra (625220040)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2023**

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN
Periode I / Tahun 2023**

1. Judul : Studi Penciptaan Karakter-Karakter Pendamping Sarang Sebagai Bentuk Pengembangan Identitas Visual FSRD UNTAR
2. Skema Penelitian : REGULER
3. Ketua Tim
 - a. Nama dan Gelar : Budi Darmo, S.Sn., M.Ds.
 - b. NIDN/NIK : 0331037806/10607003
 - c. Jabatan/Gol : Asisten Ahli/IIIa
 - d. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 - e. Fakultas : Seni Rupa dan Desain
 - f. Bidang Keahlian : Desain
 - g. Alamat Kantor : Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta 11440
 - h. Nomor HP/Tlp/Email : 08158829825/budid@fsrd.untar.ac.id
4. Anggota Tim Penelitian
 - a. Jumlah Anggota : Dosen 1 orang
 - b. Nama Anggota/Keahlian : Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom./Desain
 - c. Jumlah Mahasiswa : 2 orang
 - d. Nama Mahasiswa I/NIM : Jocelyn Christabel Djaja/625220039
 - e. Nama Mahasiswa II/NIM : Tiffany Alicia Septy Chandra /625220040
5. Lokasi Kegiatan Penelitian : Jakarta (FSRD UNTAR)
6. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Nasional Terakreditasi
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode I (Januari-Juni)
8. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 12.000.000,-

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE
NIK: 10381047

Jakarta, 14 Juli 2023

Ketua Tim

Budi Darmo, S.Sn., M.Ds.
NIK: 10607003

ABSTRAK

Identitas visual dalam sebuah kampus pendidikan dapat membantu meningkatkan citra dan reputasi kampus di mata masyarakat dan calon mahasiswa. Salah satu bentuk identitas visual yang dapat menjadi pembeda dan menjadi ciri khas adalah maskot. Maskot merupakan suatu bentuk representasi visual yang diciptakan melalui sebuah proses desain kreatif yang berfungsi sebagai identifikasi, wujud pengenalan, pencitraan dan melambangkan keberuntungan. Peran sebuah maskot menjadi sangat penting sebagai sebuah sarana penghubung dari brand yang membawa tujuan khusus. Selama lima tahun terakhir, Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara sudah menggunakan maskot bernama 'Sarang' sebagai representasi antara kampus dengan mahasiswa maupun masyarakat. Namun karena kemajemukan masyarakat FSRD UNTAR maka figure maskot seorang diri tersebut tidak dapat mewakili kemajemukan karakter-karakter yang ada dalam FSRD UNTAR. Perlu dikembangkan karakter-karakter maskot pendamping lainnya yang dapat mewakili ke-aneka ragam-an yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan visual kreatif karakter-karakter maskot pendamping maskot "Sarang" sebagai upaya mewakili multi personal dari kemajemukan sosial di FSRD UNTAR sebagai bagian dari identitas visual FSRD UNTAR. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan metode design thinking dalam melihat kehidupan mahasiswa di kampus UNTAR khususnya di lingkungan FSRD dan selanjutnya akan dikembangkan menjadi ide kreatif dan visual melalui metode penciptaan. Proses pengambilan data juga dilakukan dengan wawancara kepada dua narasumber yang paham mengenai karya ilustrasi. Gaya penggambaran karakter-karakter maskot pendamping nantinya akan menggunakan gaya anime yang sedang trend saat ini. Durasi waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini berkisar antara empat sampai enam bulan.

Kata kunci: Brand, Identitas visual, Maskot, FSRD UNTAR

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 IDENTITAS VISUAL	6
II.2 MASKOT	7
II.3 PERKEMBANGAN BUDAYA POPULER ANIME	8
BAB III METODE PENELITIAN	9
III.1 LOKASI PENELITIAN	9
III.2 WAKTU PENELITIAN	9
III.3 PENDEKATAN PENELITIAN	9
III.4 METODE PENGUMPULAN DATA	12
III.5 PROFILE NARASUMBER	12
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Maskot karakter Si Panji dalam kegiatan PIMNAS 35.....	2
Gambar 1.2 Maskot karakter SARANG dalam banner FSRD-UNTAR.....	3
Gambar 1.3 Maskot karakter LINE FRIENDS	4
Gambar 1.4 Maskot karakter Ronald McDonald and Friends	4
Gambar 3.1 Lima fase <i>Design Thinking</i> menurut <i>d.school</i>	10
Gambar 4.1 Mahasiswa-mahasiswa DKV FSRD Untar beserta dosen	14
Gambar 4.2 Mahasiswi-mahasiswi DKV FSRD Untar beserta dosen	14
Gambar 4.3 Mahasiswa-mahasiswa DI FSRD Untar	15
Gambar 4.4 Mahasiswi-mahasiswi DI FSRD Untar	15
Gambar 4.5 Sketsa karakter mahasiswa-mahasiswa DI dan DKV FSRD Untar	16
Gambar 4.6 Sketsa karakter mahasiswi-mahasiswi DI dan DKV FSRD Untar	17
Gambar 4.7 Visualisasi akhir profil mahasiswi Program Studi Desain Interior.....	21
Gambar 4.8 Visualisasi akhir profil mahasiswi Program Studi Desain Komunikasi Visual.	22
Gambar 4.9 Visualisasi akhir profil mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual.	
Gambar 4.10 Visualisasi akhir profil mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual.	
Gambar 4.11 Skala ukuran tinggi badan pada setiap karakter profil.....	23
Gambar 4.12 Skala ukuran tinggi badan pada setiap karakter profil.	
Gambar 4.13 Profil gambaran diri mahasiswi Prodi DKV yang bernama Kana.....	24
Gambar 4.14 Profil gambaran diri mahasiswi Prodi DKV yang bernama Panca	
Gambar 4.15 Profil gambaran diri mahasiswi Prodi DI yang bernama Kael.....	25
Gambar 4.16 Profil gambaran diri mahasiswa Prodi DI yang bernama Reol	
Gambar 4.17 Profil gambaran profil Kael yang ditunjukkan secara keseluruhan.....	26
Gambar 4.18 Profil gambaran profil Kana yang ditunjukkan secara keseluruhan	
Gambar 4.19 Profil gambaran profil Panca yang ditunjukkan secara keseluruhan.....	27
Gambar 4.20 Profil gambaran profil Reo yang ditunjukkan secara keseluruhan.	

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1	11
-----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Susunan Personalia Peneliti

Biodata Ketua Tim Peneliti

Biodata Anggota Tim Peneliti

Biodata Mahasiswa 1

Biodata Mahasiswa 2

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pengembangan identitas visual dalam sebuah perusahaan jasa pelayanan pendidikan seperti Kampus menjadi hal yang penting untuk dikembangkan. Identitas visual adalah cara perusahaan mengkomunikasikan dirinya kepada publik melalui elemen visual seperti maskot, logo, warna, tipografi, dan grafik. Dalam konteks kampus, identitas visual yang kuat dapat membantu meningkatkan citra dan reputasi kampus di mata masyarakat dan calon mahasiswa (Yuda et al, 2022). Identitas visual yang kuat dapat membantu kampus membedakan diri dari kampus lainnya, sehingga mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Salah satu bagian dari identitas visual adalah maskot. Maskot merupakan suatu bentuk representasi visual yang diciptakan melalui sebuah proses desain kreatif yang berfungsi sebagai identifikasi, wujud pengenal, pencitraan dan melambangkan keberuntungan (Kusuma et al, 2020). Peran sebuah maskot menjadi sangat penting sebagai sebuah sarana penghubung dari brand yang membawa tujuan khusus, bahkan maskot juga dapat memiliki fungsi sebagai salah satu sarana pemasaran yang penting. Pemilik sebuah brand dapat mengatur dan mengelola penggunaan maskot sebagai salah satu bagian dari identitas visual sebuah brand. Oleh karena itu, sebuah brand bisa mengatur penggunaan simboliknya secara konsisten. Penggunaan maskot yang direpresentasi secara konsisten dan berulang-ulang ini bisa membangun citra yang kuat dari sebuah brand. (Hananto, 2019). Maskot juga dapat digunakan sebagai media untuk mencairkan kepribadian brand yang kaku sehingga lebih berkesan manusiawi (Chandra, 2022).

Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara merupakan salah satu bagian kampus yang sedang berupaya mengembangkan maskot sebagai bagian identitas visualnya di tengah lautan merah persaingan bisnis antar kampus di kota-kota besar Jakarta. Hal ini senada dengan yang dilakukan oleh pemerintah seperti yang terjadi dalam kegiatan akademik yang dilaksanakan oleh pemerintah seperti Pekan Ilmiah Nasional (PIMNAS), selalu mengedepankan unsur maskot dalam bagian dari branding yang dilakukan oleh Tim PIMNAS selama 35 tahun. Untuk kegiatan PIMNAS 35 yang diadakan di Malang oleh Universitas Muhammadiyah Malang menggunakan maskot si Panji yang didalamnya

memiliki 2 tujuan yakni agar mahasiswa peserta Pimnas dapat meneladani sifat jujur dari Panji Asmoro Bangun dan untuk mengenalkan seni budaya Tari Topeng Malangan kepada para peserta Pimnas yang datang dari 97 perguruan tinggi se-Indonesia (kanal24.co.id).



Gambar 1.1 Maskot karakter Si Panji dalam kegiatan PIMNAS 35.

Sumber: <https://kanal24.co.id/berita/mengenal-makna-logo-dan-maskot-pimnas-2022>

Selain itu, beberapa kampus di luar negeri yaitu di Amerika Serikat juga sukses melakukan branding, salah satunya adalah dengan mengedepankan maskot milik mereka, seperti University of Massachusetts Amherst, Arizona State University, The University of Virginia, University of Puget Sound, dan Wheaton College. Universitas - universitas tersebut mempunyai maskot untuk merepresentasikan kampus mereka. Maskot yang digunakan dapat berupa orang, binatang, atau benda. Dalam pemilihan menggunakan maskot biasanya dipilih sesuai filosofi dari universitas. Maskot-maskot tersebut biasa terlihat saat pertandingan olahraga kampus, atau acara-acara lainnya (medcom.id).

Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara telah melahirkan maskot yang dikenal dengan nama SARANG. Karakter maskot FSRD telah diadaptasi dari karya alumni Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain, yaitu Cindy Salim. Karakter berwujud seorang wanita berambut berambut biru keunguan dengan pakaian kaus bertangan panjang merah muda, bawahan berupa rok pendek berwarna biru, berkaus kaki panjang bergaris biru putih. Selama lebih dari lima tahun terakhir, maskot Sarang telah digunakan oleh FSRD untuk merepresentasikan FSRD baik di dalam maupun di luar fakultas.



Gambar 1.2 Maskot karakter SARANG dalam banner FSRD-UNTAR
Sumber: fsrd.untar.ac.id

Namun dalam perkembangannya, sosok sebuah maskot tidak dapat berdiri sendiri dan perlu dikembangkan dalam dunia imajinasi sosial maskot tersebut. Hal ini dikarenakan FSRD UNTAR adalah sebuah kumpulan masyarakat desain yang majemuk. Dengan demikian figure seorang tidak dapat mewakili kemajemukan karakter-karakter tersebut. Seorang maskot tidak dapat hidup sendiri di dunianya. Dibutuhkan karakter-karakter pendamping lainnya untuk mewakili multi personal.

Berkaca pada keberhasilan maskot produk virtual LINE dengan “LINE FRIENDS” yang menampilkan berbagai macam karakter dalam dunia virtual mereka. LINE FRIENDS dimulai dengan pengenalan stiker karakter 'LINE FRIENDS' untuk aplikasi mobile messenger terkemuka LINE dan basis pengguna aktifnya di seluruh dunia sebanyak 200 juta. Awal penciptaan karakter-karakter LINE dimulai dari tahun 2011 dengan menampilkan karakter Cony, Brown, James dan Moon. Seiring dengan perkembangannya maka penambahan-penambahan karakter dalam LINE FRIENDS terus bertambah. Bahkan penambahan tidak hanya satu atau dua karakter saja namun menjadi lebih banyak seperti: Boss, Jessica dan Sally di tahun 2013; Leonard dan Edward di tahun 2014; Choco dan Pangyo di tahun 2016; Elly, Louse dan Ari di tahun 2020. Masing-masing dari karakter ini memiliki sifat yang berbeda satu sama lainnya. Hal ini dimaksud untuk lebih menjangkau calon konsumen yang cocok dengan representasi visual serta sifat mereka. Sejak saat itu, perusahaan LINE FRIENDS telah muncul sebagai studio kreatif global dengan lebih melebarkan sayapnya dengan menjangkau Hak Kekayaan Intelektual (IP) secara eksklusif dengan 'BT21'— karakter yang dibuat bekerja sama dengan BTS (grup K-pop), dan game hit seluler Supercell 'Brawl Stars', Hal ini tentu saja untuk menjangkau anak muda di seluruh dunia dengan trend dunia saat ini (licenseglobal.com).



Gambar 1.3 Maskot karakter LINE FRIENDS
Sumber: <https://geekhack.org/index.php?topic=120183.0>

Selain dari LINE FRIENDS, contoh lain dari pengembangan maskot yang hidup di dunia imajinasinya untuk pengembangan brand adalah McDonald dengan karakter maskot Ronald McDonald. Ronald McDonald adalah karakter badut yang digunakan sebagai maskot utama restoran cepat saji McDonald's. Karakter mascot ini mendiami dunia fiksi McDondland, bersama teman-temannya Walikota McCheese, Hamburglar, Meringis, Birdie the Early Bird dan The Fry Kids. Selain digunakan dalam periklanan, karakter-karakter maskot tersebut digunakan sebagai bagian dari "PlayPlaces" yang terpasang di beberapa gerai McDonald's, sebuah ruang aktivitas rekreasi kecil yang ditujukan untuk anak kecil. Selain itu karakter-karakter mascot dari McDonald termasuk Ronald McDonald, Grimace, Birdie the Early Bird, dan Hamburglar juga terlihat dalam menu dan mainan Happy Meal, dan pendukung Ronald McDonald House Charities (mentalfloss.com).



Gambar 1.4 Maskot karakter Ronald McDonald and Friends
Sumber : https://mcdonalds.fandom.com/wiki/McDonald%27s_Wiki

Bercermin dari keberhasilan produk LINE dan McDonald dalam hal mengembangkan imajinasi karakter-karakter maskot sebagai bagian dari identitas visual maka Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara Jakarta perlu mencontoh dari keberhasilan brand-brand tersebut dengan mengusulkan dan mengembangkan karakter-karakter maskot

selain dari maskot utama “SARANG” yang sudah ada. Permasalahannya adalah bagaimana merealisasikan secara visual hasil riset kemajemukan sosial di FSRD menjadi ide kreatif visual karakter-karakter maskot pendamping maskot “SARANG”.

I.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merealisasikan secara visual kemajemukan sosial di FSRD UNTAR menjadi ide kreatif visual karakter-karakter maskot pendamping “SARANG” sebagai bagian dari identitas visual FSRD UNTAR

!3 Tujuan Penelitian

Menghasilkan visual kreatif karakter-karakter maskot pendamping maskot “SARANG” sebagai upaya mewakili multi personal dari kemajemukan sosial di FSRD UNTAR sebagai bagian dari identitas visual FSRD UNTAR

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan dipaparkan alur susunan acuan tinjauan pustaka yang dijadikan sebagai proses dasar berpikir dan analisis selanjutnya dalam penelitian ini. Untuk menuju proses pemaparan lebih lanjut, perlu ditentukan batasan antara subyek dan obyek penelitian agar dapat lebih fokus untuk menentukan arah pembahasan di BAB selanjutnya.

Subyek dalam penelitian ini adalah maskot-maskot pendamping FSRD-UNTAR. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah ide kreatif visualisasi pada wujud profil karakter perwakilan mahasiswa di FSRD-UNTAR baik mahasiswa program studi Desain Interior maupun mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual.

II.1 Identitas Visual

Dalam dunia branding, identitas visual mempunyai arti sebagai semua bentuk identitas baik itu produk, merek, atau individu yang dapat dikenali secara visual. Identitas visual adalah tampilan awal yang akan diingat oleh masyarakat ketika merek tersebut dikenalkan. Identitas visual dapat berupa logo, nama, maskot, warna, tata letak, seragam, dan lain-lain.

Biasanya identitas visual diwujudkan dalam bentuk panduan *Graphic Standard Manual* yang berisi aturan mengenai penggunaan elemen-elemen visual pada produk suatu merek, sehingga perusahaan dapat konsisten dalam menggunakan aset visual dan bahasa sehingga merek dapat dikenali dalam situasi apa pun. Secara ringkas, identitas visual adalah semua yang dapat dilihat oleh konsumen dalam bentuk fisik yang terkait dengan merek, mulai dari logo hingga kemasan. Apa yang dilihat konsumen kemudian membentuk persepsi mereka terhadap suatu merek, oleh karena itu, penciptaan logo, penciptaan maskot, pemilihan warna, elemen visual, dan aspek lainnya harus dipikirkan secara matang. Ini akan membentuk identitas merek yang kuat di mata konsumen.

Manfaat identitas visual bagi brand adalah:

- Meningkatkan kesadaran merek dan rekognisi.

Identitas visual yang menarik dapat membuat konsumen mengingat akan merek yang ditampilkan sehingga konsumen menjadi sadar akan merek tersebut dan kesadaran akan merek tersebut tetap melekat dalam benak konsumen.

- Membedakan merek dari kompetitor lainnya.

Identitas visual dengan ciri khas atau karakter tertentu dapat menjadi pembeda antara yang satu dengan yang lainnya. Hal ini yang menjadi pembeda dengan kompetitor. Konsumen dapat dengan mudah mengenali merek.

- Memperkuat hubungan merek dengan konsumen.

Identitas visual yang dapat menyentuh sisi emosional konsumen dapat membuat konsumen terasa terhubung dengan merek sehingga konsumen dapat menggunakan produk atau jasa dari merek tersebut sebagai solusi dari kebutuhan mereka.

II.2 Maskot

Maskot adalah wujud personifikasi dari manusia, hewan, atau wujud tertentu yang memiliki sifat seperti manusia dan dianggap dapat membawa keberuntungan dan merepresentasikan identitas organisasi, merek, produk, event dan lain-lain. Maskot yang baik adalah maskot yang ikonik dan fleksibel.

Menurut Kurniawan dan Sayatman (2018), maskot merupakan salah satu penggambaran karakteristik manusia pada suatu objek non-manusia (antropomorfisme). Contohnya seperti penggambaran hewan sebagai karakter dalam buku cerita yang memiliki sifat dan motivasi sebagaimana manusia. Ketika karakter hewan tersebut berinteraksi dengan manusia, maka dapat menarik perhatian manusia. Maskot yang diluncurkan sebagai bagian dari identitas visual suatu brand atau merek, diharapkan maskot tersebut dapat menarik perhatian masyarakat (Ariesta, 2020). Oleh karena itu, karakter maskot sering digunakan sebagai alat promosi pada produk atau jasa suatu brand atau merek.

Peran utama maskot dalam membangun identitas merek adalah memberikan nilai *recognability* (kemudahan untuk dikenali) dan *memorability* (kemudahan untuk diingat). Ketika sebuah brand atau merek di 'manusiakan' dengan memberikan wajah, tangan atau kaki, maskot tersebut menjadi hidup dan akan lebih mudah diingat (Yadav, 2015). Selain itu, dengan 'memanusiakan' atau 'memberi wujud' kepada sebuah brand dalam bentuk maskot

membuat brand tersebut terkesan nyata, sehingga audiens bisa merasa aman dan nyaman saat berhubungan dengan brand atau merek (Cayla, 2013).

II.3 Perkembangan Budaya Populer Anime

Kebudayaan populer terbentuk dari interaksi sehari-hari dan kebutuhan masyarakat. Kebudayaan ini meliputi semua aspek kehidupan sehari-hari, termasuk gaya berbusana, memasak, olahraga, dan hiburan. Semua hal tersebut termasuk dalam kebudayaan populer. Kebudayaan populer adalah hasil dari masyarakat industri, di mana interpretasi dan produk kebudayaan ditampilkan dalam jumlah besar dengan bantuan teknologi produksi, distribusi, dan reproduksi massal, sehingga mudah diakses oleh masyarakat (Heryanto, 2012).

Anime merupakan salah satu budaya populer dari Jepang yang diterima oleh masyarakat Indonesia khususnya pelajar dan mahasiswa. Anime biasanya adalah sebutan untuk film animasi yang berasal dari Jepang. Anime mulai masuk Indonesia pada tahun 1990-an melalui saluran televisi. Anime seperti Saint Seiya, Sailor Moon, Dragon Ball, dan sejumlah judul lainnya yang pernah ditayangkan, mendapat tanggapan positif dari para penggemar. Sebagai hasilnya, anime menjadi tren budaya yang populer di Indonesia. Saat ini, Indonesia adalah penggemar budaya populer Jepang terbesar di Asia. Karena adanya globalisasi budaya, di Indonesia masyarakat dapat menemukan budaya populer dari Jepang seperti drama, musik Jepang, manga, cosplay, dan anime. Dari semua hal ini, yang paling terkenal adalah cosplay, manga, dan anime atau kartun Jepang.

Anime juga menjadi elemen penting dari budaya visual populer. Di tengah peran besar media sosial dalam masyarakat Indonesia, anime dan manga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat yang sangat visual. Budaya populer cenderung menjadi budaya dominan karena terus diproduksi oleh media massa secara terus-menerus. Dengan adanya media, budaya populer ini menjadi hidup, berkembang, dan menciptakan tren yang bertahan lama.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini akan dijelaskan gambaran metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan tahapan proses yang terperinci.

III.1 Lokasi Penelitian

Proses observasi lapangan dalam penelitian ini dilaksanakan dalam lingkup wilayah kota Jakarta Barat yaitu Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara (FSRD Untar) yang berlokasi di Jl. Letjen S. Parman no. 1, RT.6/RW.16, Tomang, Kec. Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11440.

FSRD Untar berada di kampus 1, Gedung K dan Gedung R lantai 4-6. FSRD Untar berdiri sejak tahun 1994 dan terdiri dari 2 program studi yaitu program studi Desain Interior dan program studi Desain Komunikasi Visual.

III.2 Waktu Penelitian

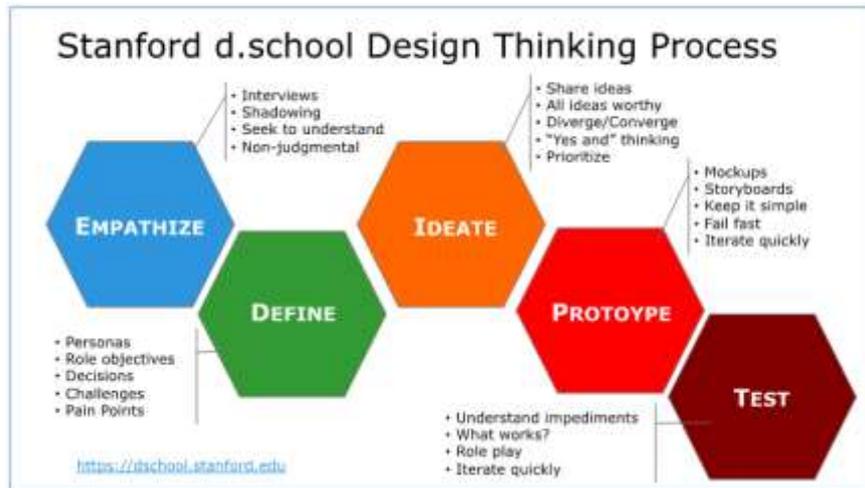
Proses penelitian ini dilaksanakan pada semester genap 2022-2023 dengan jangka waktu 1 semester.

III.3 Pendekatan Penelitian

Dalam perencanaan penelitian berbasis luaran karya visual ini, peneliti menggunakan pendekatan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan metode *Design Thinking* yang telah berkembang menjadi sebuah metode yang dapat membantu mendesain dengan cara yang responsif dan interaktif (Interaction Design Foundation, Dam & Siang, 2021). Pendekatan *Design Thinking* adalah tentang mengidentifikasi proses desain dengan pendekatan empatik melalui observasi dan wawancara untuk membuat desain yang lebih inklusif (Kernbach, S. dan Svetina N. A., 2018). *Design Thinking* juga merupakan suatu pendekatan yang mencari solusi dari suatu masalah melalui kolaborasi aktif antara desainer dan pengguna potensial (Ardian, N.F. & Werdhaningsih, H., 2018).

Terdapat lima tahap model yang diusulkan oleh *Hasso-Plattner Institute of Design* di *Stanford (d.school)* dalam proses *Design Thinking*. Pendekatan dari *d.school* dipilih karena

mereka berada di garis depan dalam penerapan dan pengajaran *Design Thinking*. Lima fase *Design Thinking* menurut *d.school* ialah: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.

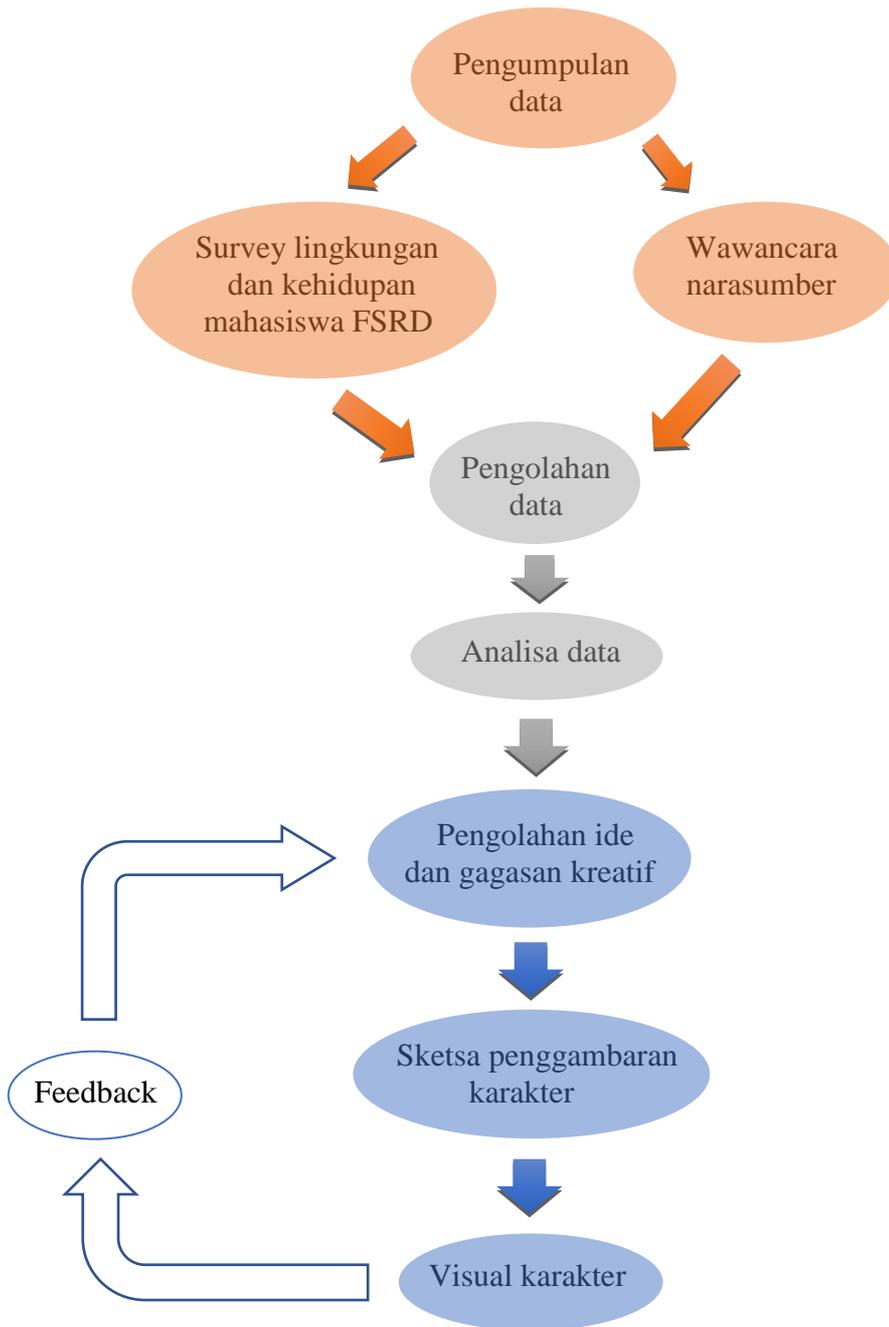


Gambar 3.1. Lima fase *Design Thinking* menurut *d.school*.
(Sumber: Google; Stanford D School, 2018)

- 1. Empathize.** Pada tahap ini, pemahaman yang bersifat empatik dari masalah yang ingin dipecahkan didapatkan dengan melakukan pendekatan terhadap *target audience*. Hal ini dapat dilakukan dengan studi pustaka melalui jurnal dan internet untuk mendukung kajian secara teori, observasi dan penyebaran kuesioner *online* terhadap mahasiswa dan mahasiswi FSRD Untar, wawancara terhadap dua narasumber.
- 2. Define.** Setelah mendapatkan dan mengumpulkan informasi pada tahap *Empathize*, maka pada tahap ini dilakukan analisis dan sintesis untuk menentukan dan menetapkan masalah inti yang akan diidentifikasi.
- 3. Ideate.** Tahap ini bertujuan untuk menghasilkan ide untuk menyelesaikan masalah inti yang telah diidentifikasi pada tahap *define*. Pada tahapan ini peneliti melakukan *brainstorming*, dan membuat beberapa sketsa visualisasi berdasarkan yang sudah diidentifikasi pada tahap *define*.
- 4. Prototype.** Pada tahap ini, dihasilkan prototipe solusi dari semua ide yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. Prototipe dilakukan dengan membuat beberapa alternatif desain produk berdasarkan *brainstorming*, dan sketsa visualisasi pada tahap

sebelumnya. Nantinya prototipe akan mengerucut menjadi alternatif-alternatif sketsa karakter yang sesuai dengan identitas mahasiswa-mahasiswi FSRD.

5. **Test.** Tahap ini bertujuan untuk melakukan pengujian, penyelidikan, dan evaluasi terhadap *prototype* kepada masyarakat dan akan dilakukan perubahan serta penyempurnaan untuk memecahkan masalah.



Bagan 3.1 Kerangka Alur Kerja Proses Pembuatan Karya
Sumber: Peneliti 2023

III. 4 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian ini telah dilakukan berbagai bentuk pengumpulan data diantaranya:

1. Melakukan proses observasi dengan mengambil gambar/foto pada mahasiswa FSRD Untar baik mahasiswa-mahasiswi dengan program studi Desain Interior maupun mahasiswa-mahasiswi program studi Desain Komunikasi Visual. Hal ini ditujukan untuk mencari tau tentang keunikan dan penggunaan atribut yang digunakan pada waktu perkuliahan.
2. Melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan questioner kepada mahasiswa FSRD Untar baik mahasiswa-mahasiswi dengan program studi Desain Interior maupun mahasiswa-mahasiswi program studi Desain Komunikasi Visual.
3. Wawancara mendalam dengan salah satu nara sumber yaitu Nashir Setiawan sebagai pakar ahli dalam bidang sketsa ilustrasi sekaligus sebagai dosen dari program studi Desain Interior.

III.5 Profil Narasumber

Beberapa pakar yang akan menjadi narasumber dalam penelitian ini, yaitu :

1. Nashir Setiawan (pakar sketsa ilustrasi dan dosen Desain Interior FSRD Untar)
2. Staven Andersen (illustrator freelance)

Hasil wawancara dengan narasumber dengan hasil diantaranya :

Hasil Data Wawancara I

Narasumber — Pak Nashir

Posisi — Mahasiswa DI Universitas Tarumanagara

Menurut narasumber, desain yang dikelola harus sesuai dengan data yang dikumpulkan. Baik dalam aspek penampilan, sikap, ataupun pola pikir mahasiswa/siswi.

Keuntungan dari pengolahan data Pak Nashir mendorong dalam aspek akurasi, namun membatasi potensi desain-desain maskot yang menonjol.



Dalam hasil wawancara tersebut dihasilkan draft desain dengan visualisasi sebagai berikut:



Gambar 3.5.1 gambaran sketsa awal figur perwakilan mahasiswa di FSRD Untar pasca wawancara dengan Pak Nashir sebagai narasumber.
 Sumber : Pribadi



Gambar 3.5.2 gambaran sketsa awal figur perwakilan mahasiswi di FSRD Untar pasca wawancara dengan Pak Nashir sebagai narasumber.
 Sumber : Pribadi

Hasil Data Wawancara II

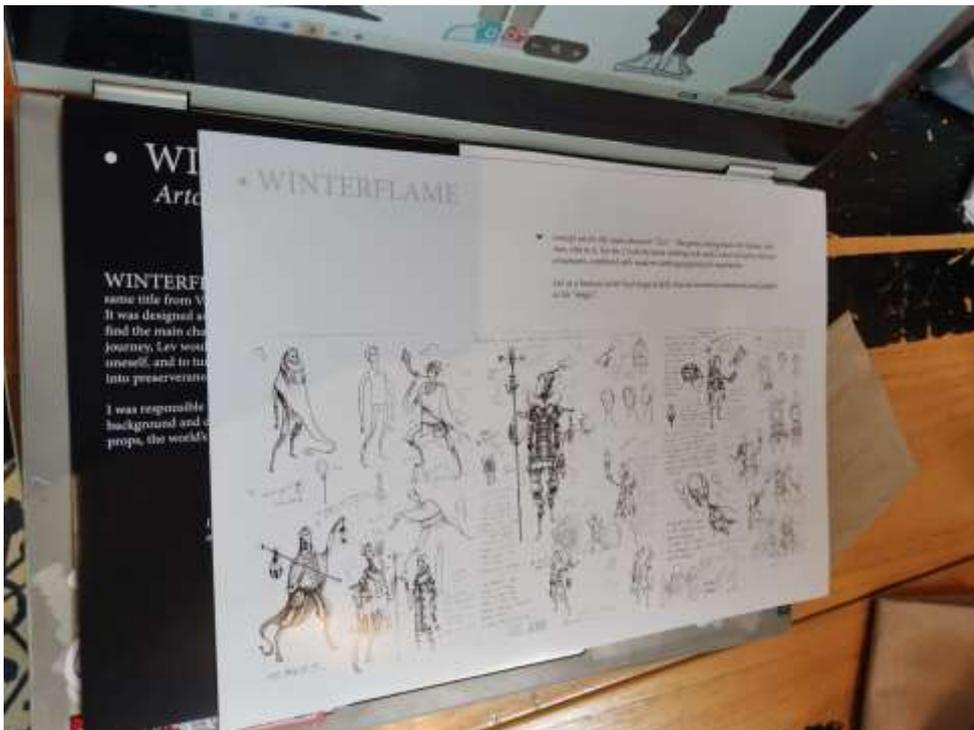
Narasumber — Pak Steven

Posisi — Artis Konsep Character Design Game

Berbeda dengan wawancara sebelumnya, Pak Steven memberi masukan untuk mengolah desain 'diluar dari yang umum'. Seperti bermain dengan bentuk, warna, dan elemen desain yang mampu menyampaikan cerita.

Pak Steven memberi saran bahwa maskot harus menarik perhatian dan rasa *relatability* dari mahasiswa/siswi DI maupun DKV. Dengan ini, ia lebih menekankan aspek pembawaan pesan daripada akurasi yang berlebihan.

Dalam hasil wawancara tersebut dihasilkan draft desain dengan visualisasi sebagai berikut:



Gambar 3.5.3 Salah satu portofolio Pak Staven Anderson dalam menghasilkan sebuah gambaran desain karakter.

Sumber: Portofolio Staven Anderson



Gambar 3.5.4. Hasil draft perancangan desain perwakilan mahasiswa FSRD Untar pasca wawancara dengan Pak Staven Anderson.
Sumber : Pribadi



Gambar 3.5.5. Hasil draft perancangan desain perwakilan mahasiswa FSRD Untar pasca wawancara dengan Pak Staven Anderson.
Sumber : Pribadi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dijabarkan secara terperinci data-data hasil penelitian yang ditemukan yang nantinya akan digunakan sebagai acuan perancangan karakter-karakter pendamping maskot FSRD Untar.

IV. 1 Proses Perancangan Karakter-karakter Pendamping Maskot FSRD Untar

Dalam perancangan karakter-karakter pendamping maskot FSRD Untar, pendekatan metode *Design Thinking* digunakan sebagai panduan dalam berkarya. Pendekatan *Design Thinking* melibatkan penggunaan metode berpikir kreatif dan pemecahan masalah yang berorientasi pada pengguna, sehingga melibatkan kolaborasi aktif antara desainer dan calon pengguna. Tahapan perancangan dilakukan dengan menerapkan langkah-langkah dari *Design Thinking* yang dimulai dari:

1. **Empathize**, Tahap pertama dimulai dengan pemilihan topik yang dilanjutkan dengan pemahaman mendalam untuk mengenal pengguna, memahami keinginan dan kebutuhan serta tujuan pengguna yang berpotensi untuk menjadi *target audience*. Kemudian dilakukan riset lebih lanjut untuk mengumpulkan data informasi secara *online* melalui *internet/internet searching* dari sumber literasi atau studi pustaka terpercaya. Selanjutnya peneliti melakukan pendekatan langsung dengan *target audience* untuk menyebarkan questioner kepada mahasiswa-mahasiswi FSRD Untar untuk mengetahui lebih dalam tentang karakteristik dan atribut yang digunakan. Beberapa kesimpulan yang didapat dari hasil questioner adalah :
 - a. Mahasiswa-mahasiswi FSRD Untar memiliki rentang usia 18-21 tahun.
 - b. Untuk gaya rambut kecenderungan mahasiswi FSRD Untar lebih memilih untuk menggunakan style tertentu dan berwarna. Sedangkan untuk mahasiswa FSRD Untar cenderung memilih untuk tidak distyling.
 - c. Untuk preferensi pakaian, baik mahasiswa dan mahasiswi FSRD Untar cenderung memilih gaya minimalist seadanya.
 - d. Untuk barang-barang yang dibawa dalam perkuliahan, baik mahasiswa dan mahasiswi FSRD Untar adalah laptop, sketch book, drawing paper, alat gambar.

- e. Untuk preferensi carrier yang digunakan, untuk mahasiswa DKV FSRD Untar cenderung memilih tas backpack/ransel. Sedangkan untuk mahasiswa DI FSRD Untar memilih totebag, tabung/tas A3.

Selain itu, peneliti juga melakukan pengambilan gambar/foto terhadap mahasiswa-mahasiswi FSRD Untar baik dari program studi Desain Interior maupun dari program studi Desain Komunikasi Visual.



Gambar 4.1 Mahasiswa-mahasiswa DKV FSRD Untar beserta dosen
Sumber: tim peneliti 2023



Gambar 4.2 Mahasiswi-mahasiswi DKV FSRD Untar beserta dosen
Sumber: tim peneliti 2023



Gambar 4.3 Mahasiswa-mahasiswa DI FSRD Untar
Sumber: tim peneliti 2023



Gambar 4.4 Mahasiswi-mahasiswi DI FSRD Untar
Sumber: tim peneliti 2023

2. **Define**, setelah memahami *target audience*, perancang menganalisis dan menentukan *insight* dari hasil pustaka, questioner dan observasi *target audience*. *Insight* merupakan wawasan atau nilai hasil yang didapatkan melalui analisis data yang terkumpul sehingga dijadikan sebuah tujuan, acuan, ataupun data yang dapat dipercaya untuk memecahkan permasalahan atau mengembangkan sesuatu (Wisman, 2020). *Insight* yang didapatkan secara garis besar “mahasiswa-mahasiswi FSRD

Untar berada pada rentang usia 18-21 tahun, cenderung berpakaian minimalis apa adanya, bergaya rambut styling untuk mahasiswi, membawa tas backpack/tabung/totebag.

3. **Ideate**, Konsep perancangan karakter-karakter pendamping maskot FSRD Untar menggunakan acuan *insight* yang telah dikumpulkan pada tahap *empathize* dan *define*. Langkah pertama yang perancang lakukan yaitu melakukan brainstorming untuk menentukan hal-hal apa yang dapat dijadikan sebagai representasi visual dalam membuat karakter-karakter pendamping. Setelah melakukan brainstorming, tim peneliti memulai visualisasi dengan membuat beberapa sketsa karakter berdasarkan data yang sudah didapat dan diolah.

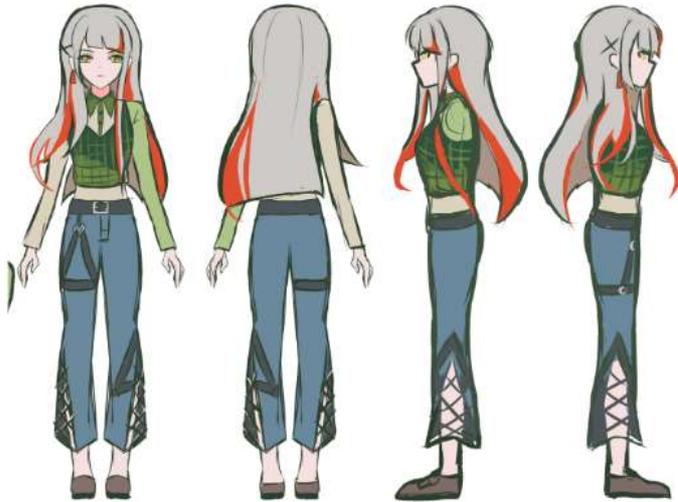


Gambar 4.5 Sketsa karakter mahasiswa-mahasiswa DI dan DKV FSRD Untar
Sumber: tim peneliti 2023



Gambar 4.6 Sketsa karakter mahasiswa-mahasiswi DI dan DKV FSRD Untar
Sumber: tim peneliti 2023

4. **Protoype**, Pada tahap ini, dihasilkan prototipe solusi dari semua ide yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. visualisasi pada bentuk karakter telah dihasilkan dengan gambaran sebagai berikut:



Untuk desain mahasiswa DI, ia diberikan warna yang senada dengan warna hijau untuk memberi kesan warna yang lebih natural dibandingkan anak DKV (yang spontan).

Rambut mahasiswa juga terlihat geometris, dengan ujung yang tajam untuk memberi impresi bahwa anak-anak DI memiliki *mata yang tajam*.

Juga terdapat hiasan segitiga mirip dengan penggaris sebagai estetika fakultas DI.

Gambar 4.7. Visualisasi akhir profil mahasiswi Program Studi Desain Interior.
Sumber: Pribadi



Untuk desain mahasiswi DKV, digunakan warna CMYK untuk mengasosiasikan dirinya dengan dunia desain, terutama di dunia ilustrasi digital.

Untuk memberi impresi spontan, kreatif, dan energetik, desainnya dilengkapi dengan gelang, jaket warna-warni, dan juga rambut berwarna agar desain terlihat lebih ekspresif.

Selain itu, mahasiswi DKV terlihat lebih variatif dibandingkan anak DI yang lebih objektif.

Gambar 4.8. Visualisasi akhir profil mahasiswi Program Studi Desain Komunikasi Visual.
Sumber: Pribadi

Selanjutnya dalam pengembangan desain profil karakter mahasiswa FSRD Untar telah dihasilkan rancangan final karakter perwakilan mahasiswa FSRD dari program studi desain interior dan program studi desain komunikasi visual, yang mana penampakan visualnya dapat dilihat sebagai berikut:



Untuk desain mahasiswa DKV, ia diberi warna yang lebih ceria, ekspresif dan hidup untuk memberi kesan energetik.

Kombinasi pakaian yang digunakan juga lebih santai, nyaman, dan rongga dibandingkan anak DI, memberi impresi bahwa anak DKV lebih fleksibel, lincah, dan ramah dalam lingkungan perkuliahan.

Rambut mahasiswa DKV juga lebih berantakan dibandingkan anak DI agar memberi sikap spontan.

Gambar 4.9. Visualisasi akhir profil mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual.
Sumber: Pribadi



Pakaian anak DI memiliki impresi yang lebih rapi, formal, dan fashionable dibandingkan anak DKV, terutama penekanan sikap modis pada para mahasiswa/siswi DI.

Rambut yang digunakan juga terlihat di style, memberi impresi bahwa DI lebih tegas, objektif, dan on-time dibandingkan mahasiswa dari fakultas DKV.

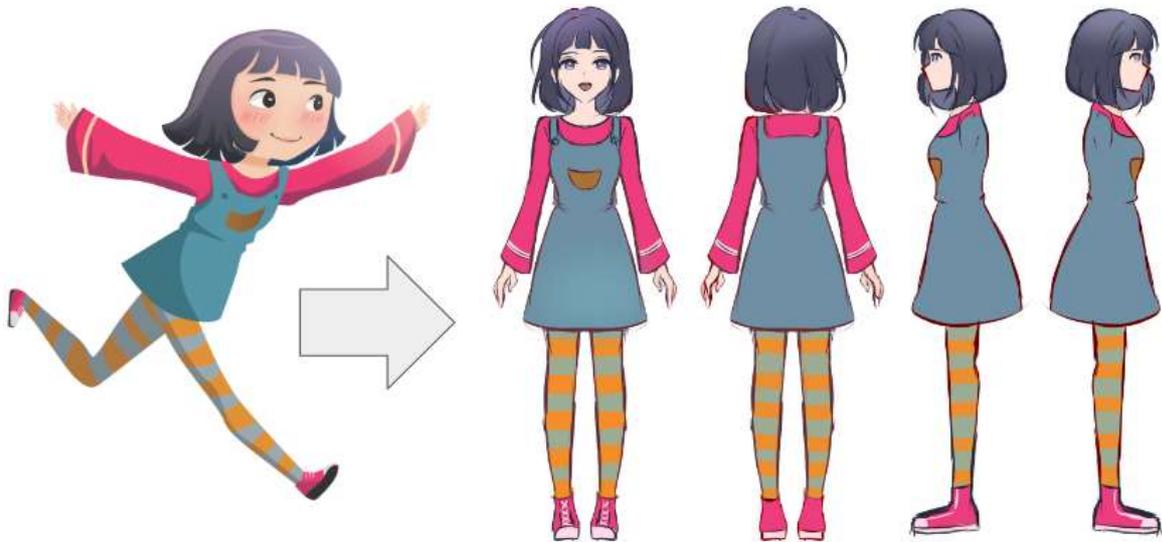
Ini dapat diambil dari performa kerja mereka di DI, yang cenderung lebih mengikuti prosedur dibandingkan berekspresi.

Gambar 4.10 Visualisasi akhir profil mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual.
Sumber: Pribadi

IV. 2 Proses Adaptasi Profil Maskot FSRD Untar

Setiap sang ilustrator tentunya memiliki karakteristik dalam penyajian hasil gambarnya. Dalam penelitian ini tentunya gaya dalam penggambaran karakter yang terdahulu, yaitu profil "Sarang" sebagai maskot utama FSRD.

Dalam proses penelitian ini perlu dilakukan sinkronisasi "style" karakter maskot "Sarang" agar dapat menyerupai 4 (empat) karakter yang diusulkan. Implementasi bentuknya sebagai berikut:



Gambar 4.11 Bentuk sinkronisasi style gambar karakter "Sarang". (Sumber: pribadi)

Sinkronisasi style pada profil maskot “Sarang” perlu di sinkronisasi agar terlihat selaras dengan figur-figur karakter lainnya dalam implementasinya.

IV. 3 Proses Penamaan, dan Finalisasi Figur Karakter

Pada proses akhir penciptaan visual karakter rekan sosial maskot FSRD “Sarang” dilakukan dengan menetapkan standar warna karakter dan juga penamaan pada masing-masing karakter yang mewakili mahasiswa dan mahasiswi masing-masing program studi.

Pada proses finalisasi wujud karakter telah ditentukan besaran tinggi poster karakter dengan skala ukuran yang tertera pada gambar di bawah ini.

Character height chart



Gambar 4.12 Skala ukuran tinggi badan pada setiap karakter profil. (Sumber: pribadi)

Selanjutnya proses pemberian nama pada karakter dilakukan dengan mengali dari gambaran sifat-sifat karakter dari masing masing profil mengikuti gambaran cerita sesuai dengan penciptaan karakter jiwa mahasiswa dan mahasiswi FSRD Untar. Figur-figur tersebut dapat di simak dan dilihat sebagai berikut:

Berikut ini adalah gambaran diri profil dari karakter dan penamaan pada figur mahasiswa dan mahasiswi Prodi DKV (Desain Komunikasi Visual).

Filosofi karakter Kana

Kana digambarkan sebagai seorang mahasiswi kreatif dan energetik, baik dari pemilihan warnanya sampai dengan gestur sikapnya. Ini disebabkan oleh sikap putri Desain Komunikasi Visual yang cenderung,

- Penuh dengan ide-ide, terutama dalam menghasilkan karya yang bersikap ekspresif.
- Bergaya varian dalam berpakaian, maupun dalam kesukaan masing-masing.
- Spontan dalam mengerjakan tugas, dan cenderung 'grecep' semakin mendekati deadline.
- Masih bersemangat ditengah tugas menumpuk.

Nama Kana diambil dari Burung Kenari oleh karena kemiripannya dengan aves tersebut, terutama dalam aspek 'periang yang melakukan segalanya' dan juga warnanya yang cerah.



Gambar 4.13. Profil gambaran diri mahasiswi Prodi DKV yang bernama Kana. (Sumber: Pribadi)



Filosofi karakter Panca

Panca merupakan teman dari Kana di jurusan Desain Komunikasi Visual yang berpenampilan lebih 'down to earth' dibandingkan karakter-karakter lainnya. Ia memiliki color palette yang mencolok, juga sikap yang 'easy going' dan 'humoris'. Namun sikap buruknya adalah ia sering boros.

- Karakteristik Panca diambil dari generalisasi kebiasaan mahasiswa di fakultas Desain Komunikasi Visual, terutama dalam etika kerjanya yang lebih 'santai'.
- Dia juga lebih fleksibel dibandingkan temannya, Kana, dan cenderung mengaret tugasnya hingga akhirnya menumpuk.
- Panca juga memiliki memilih memakai baju yang longgar dan nyaman (berdasarkan kebiasaan mahasiswa DKV).
- Panca juga memiliki hati seorang ekstrovert, sehingga memiliki banyak teman dari berbagai jurusan.

Berdasarkan penampilannya yang menarik perhatian, warna cerah, dan ramah— Panca diserupai dengan Burung Panca Warna.

Gambar 4.14. Profil gambaran diri mahasiswi Prodi DKV yang bernama Panca. (Sumber: Pribadi)

Berikut ini penggambaran karakter dan penamaan dari figur mahasiswa Prodi DI (Desain Interior).



Filosofi karakter Kael

Kael adalah personifikasi dari mahasiswi fakultas desain interior, baik dalam penampilan maupun tingkah laku. Ia berkarakteristik lebih rapi dibandingkan Kana, yang cenderung lebih berantakan dan ekspresif. Ini disebabkan oleh gaya pakailan mahasiswi Desain Interior yang terlihat lebih modis, atau secara umum lebih profesional dan sopan.

- Kael merupakan mahasiswi yang memiliki tampang 'serius' namun memiliki hati seorang yang ramah dan ambis. Ibaratnya 'muka preman, hati hello kitty',
- Ia juga memiliki hobi seperti mahasiswa-siwi lainnya, yaitu cosplay yang diselenggarakan dalam event maupun umkm universitasnya.
- Kael cenderung berkeluh dengan pengeluarannya karena alat dan bahan yang digunakan dalam fakultas Desain Interior.

Burung yang dijadikan dasar dari sikap Kael yang cantik, ambis, dan gercep adalah Burung Kolibri (Humming Bird).

Gambar 4.15 . Profil gambaran diri mahasiswi Prodi DI yang bernama Kael. (Sumber: Pribadi)

Filosofi karakter Reo

Reo adalah mahasiswa Desain Interior yang merupakan pekerja keras, 'selalu on time', dan berpenampilan photogenic. Dari pilihan pakaiannya, Reo lebih ingin berpenampilan casual, sopan, dan profesional dibandingkan Panca yang lebih berantakan.

- Reo berspesialisasi dalam kerajinan kayu, dan ia memiliki kecenderungan untuk memilah tanaman dalam mendesain ruangan.
- Ia memiliki selera warna yang mirip dengan warna tanaman, pepohonan, atau apapun yang bersifat natural.
- Reo juga bergantung berat dengan kopi, baik karena ia suka 'nongki' di kafe lokal ataupun karena perlu untuk mengejar deadline tugas.

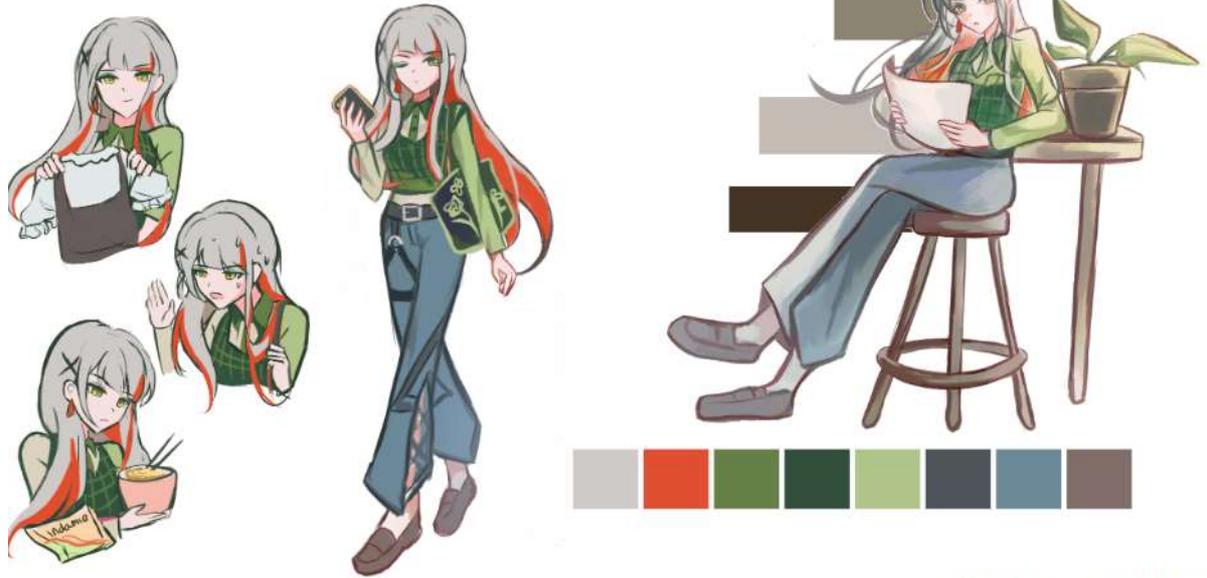
Burung Maleo dijadikan aves yang diasosiasikan dengan Reo karena warnanya yang kemiripan, dan juga karena sikapnya.



Gambar 4.16. Profil gambaran diri mahasiswa Prodi DI yang bernama Reol. (Sumber: Pribadi)

Pada langkah selanjutnya adalah menampilkan profil secara penuh para rekan-rekan sosial maskot “Sarang” FSRD Untar. Secara utuh dalam sketsa gambaran pada halaman berikut ini.

Character sheet untuk Kael



Digambarkan oleh Tiffany

Gambar 4.17. Profil gambaran profil Kael yang ditunjukkan secara keseluruhan. (sumber: Tiffany)

Character sheet untuk Kana



Digambarkan oleh Tiffany

Gambar 4.18. Profil gambaran profil Kana yang ditunjukkan secara keseluruhan. (sumber: Tiffany)

Character sheet untuk Panca



Gambar 4.19. Profil gambaran profil Panca yang ditunjukkan secara keseluruhan. (sumber: Jocelyn)

Character sheet untuk Reo



Gambar 4.20. Profil gambaran profil Reo yang ditunjukkan secara keseluruhan. (sumber: Jocelyn)

BAB V

KESIMPULAN

Pada akhirnya penelitian penciptaan karakter-karakter pendamping Sarang sebagai maskot utama dari FSRD Untar Jakarta sebagai instansi pendidikan telah menghasilkan tokoh-tokoh lainnya yang telah menumbuhkan sebuah suasana sosial yang baru dan menjadi sebuah cerita sosial yang dapat dibangun pada maskot FSRD Untar sebagai bentuk sebuah cerita dan gambar sosial kehidupan para mahasiswa dan mahasiswi secara visual di FSRD Untar.

Cerita kehidupan sosial yang dibangun akan menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para calon mahasiswa dan mahasiswi yang akan menjadi calon di FSRD Untar dimasa mendatang. Dengan pendekatan imajinasi animasi karakter manusia pada maskot FSRD akan menjadi sebuah ciri khas Fakultas Desain.

Pada masa mendatang membangun karakter-karakter tambahan pada profil sebuah maskot akan membangun sebuah cerita dari masyarakat sosial virtual yang menjadi sebuah storytelling yang menarik bagi banyak orang khususnya para kamu generasi Z. Dampak dari tingkat minat sebuah storytelling akan menjadi bagian dari sebuah proses branding produk.

Pada akhirnya penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan dan ditingkatkan dengan berbagai tokoh karakter sosial lainnya dalam penelitian penciptaan berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariesta, O. (2020). Perancangan Maskot ISI Padang Panjang Sebagai Media Branding. *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), 104-116.
- Chandra, E. (2022). Peran Figur Maskot “Sarang” Sebagai Brand Personality FSRD UNTAR Dimata Masyarakat Indonesia. *Prosiding Senapenmas Vol. 2, No. 1, 2022*, 1052-1058
- Caufield, K. (2012). Analyzing the effects of brand mascots on social media: Johnson City Power Board case study. Thesis. East Tennessee State University
- Cayla, J. (2013). Brand mascots as organisational totems. *Journal of Marketing Management*, 29, 104 - 86.
- Hananto, B., A. (2019). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media: Sebuah Evaluasi Konsistensi Image dan Type Karya Mahasiswa dalam Mendesain Feed Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur, Vol 2, Februari 2019*, 60.
- Heryanto, A. (2012) *Budaya Populer di Indonesia Mencari Identitas Pasca-Orde Baru*, Yogyakarta: Jalasutra
- Kurniawan, L. P, & Sayatman. (2018). Perancangan Maskot Untuk memperkuat Identitas Visual Kota Kediri. *Jurnal Sains dan Seni ITS, Vol. 7, No. 1, (2018)*, 48-52.
- Kusuma, P., Dharsono, Marianto, D., & Guntur. (2020). *Maskot Kota Yogyakarta. Mudra*, 250-255.
- Yadav, P. (2015). Anthropomorphic Brand Mascot Serve As The Vehicle To Quickly Remind Customers Who You Are And What You Stand For In Indian Cultural Context.
- Yuda, R., Sucipto, F. D., & Ghifari, M. (2022). Perancangan Maskot ISBI Aceh Sebagai Upaya Penguatan Brand Awarness. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 36-44.
- <https://kanal24.co.id/berita/mengenal-makna-logo-dan-maskot-pimnas-2022>
- <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/eN4qEw2b-intip-5-maskot-milik-kampus-di-amerika-serikat>
- <https://www.licenseglobal.com/character/line-friends-has-plans-global-domination>
- <https://www.mentalfloss.com/article/69989/brief-history-mcdonaldland-and-toys-and-lawsuit-it-spawned>

LAMPIRAN

KONSEP PERANCANGAN KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

PANCA



Panca the “Javan Banded Pitta”

Panca merupakan teman dari Kana di jurusan Desain Komunikasi Visual yang berpenampilan lebih 'down to earth' dibandingkan karakter-karakter lainnya. Ia memiliki color palette yang mencolok, juga sikap yang 'easy going' dan 'humoris'. Namun sikap buruknya adalah ia sering boros.

- Karakteristik Panca diambil dari generalisasi kebiasaan mahasiswa di fakultas Desain Komunikasi Visual, terutama dalam etika kerjanya yang lebih 'santai'.
- Dia juga lebih fleksibel dibandingkan temannya, Kana, dan cenderung mengaret tugasnya hingga akhirnya menumpuk.
- Panca juga memiliki memilih memakai baju yang longgar dan nyaman (berdasarkan kebiasaan mahasiswa DKV).
- Panca juga memiliki hati seorang ekstrovert, sehingga memiliki banyak teman dari berbagai jurusan.

Berdasarkan penampilannya yang menarik perhatian, warna cerah, dan ramah— Panca diserupai dengan Burung Panca Warna.



Illustrator: Jocelyn Christabel Djaja dan Tiffany Alicia Septy Chandra
Oleh: Budi Darmo, S.Sn., M.Ds. dan Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom.



KONSEP PERANCANGAN KARAKTER DESAIN INTERIOR

REO



Reo the "Maleo"

Reo adalah mahasiswa Desain Interior yang merupakan pekerja keras, "selalu on time", dan berpenampilan photogenic. Dari pilihan pakaiannya, Reo lebih ingin berpenampilan casual, sopan, dan profesional dibandingkan Panca yang lebih berantakan.

- Reo berspesialisasi dalam kerajinan kayu, dan ia memiliki kecenderungan untuk memilah tanaman dalam mendesain ruangan.
- Ia memiliki selera warna yang mirip dengan warna tanaman, pepohonan, atau apapun yang bersifat natural.
- Reo juga bergantung berat dengan kopi, baik karena ia suka 'nongki' di kafe lokal ataupun karena perlu untuk mengejar deadline tugas.

Burung Maleo dijadikan aves yang diasosiasikan dengan Reo karena warnanya yang kemiripan, dan juga karena sikapnya.



Illustrator: Jocelyn Christabel Djaja dan Tiffany Alicia Septy Chandra
Oleh: Budi Darmo, S.Sn., M.Ds. dan Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom.



KONSEP PERANCANGAN KARAKTER DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

KANA



Kana the “Canary”

Kana digambarkan sebagai seorang mahasiswi kreatif dan energetik, baik dari pemilihan warnanya sampai dengan gestur sikapnya. Ini disebabkan oleh sikap putri Desain Komunikasi Visual yang cenderung,

- Penuh dengan ide-ide, terutama dalam menghasilkan karya yang bersikap ekspresif.
- Bergaya varian dalam berpakaian, maupun dalam kesukaan masing-masing.
- Spontan dalam mengerjakan tugas, dan cenderung ‘grecep’ semakin mendekati deadline.
- Masih bersemangat ditengah tugas menumpuk.

Nama Kana diambil dari Burung Kenari oleh karena kemiripannya dengan aves tersebut, terutama dalam aspek ‘periang yang melakukan segalanya’ dan juga warnanya yang cerah.



Illustrator: Tiffany Alicia Septy Chandra dan Jocelyn Christabel Djaja
Oleh: Budi Darmo, S.Sn., M.Ds. dan Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom.



KONSEP PERANCANGAN KARAKTER DESAIN INTERIOR

KAEL

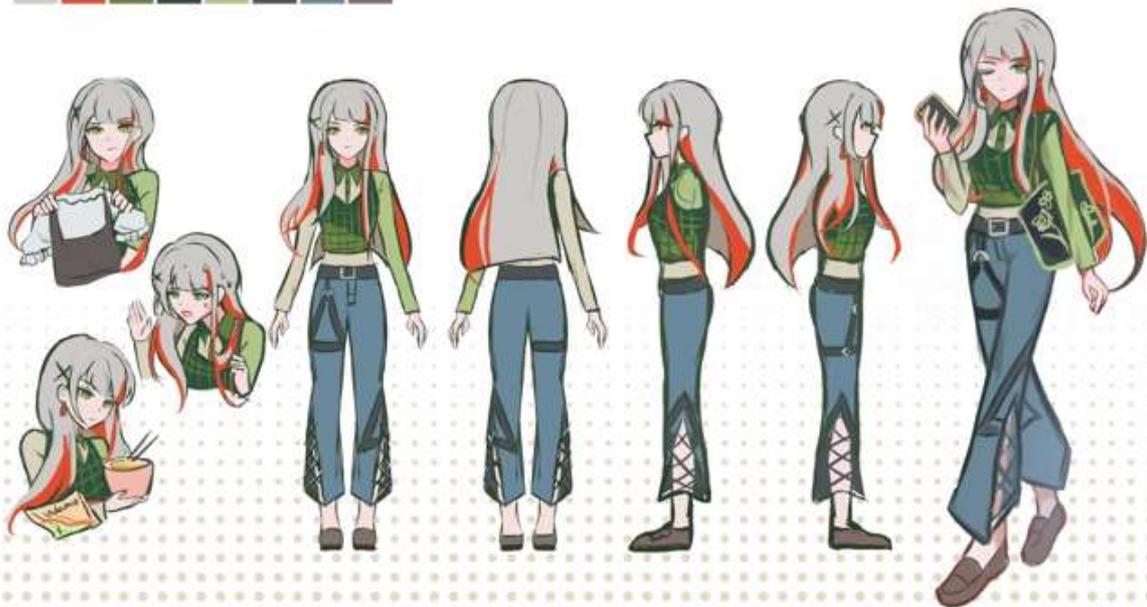


Kael the “Humming Bird”

Kael adalah personifikasi dari mahasiswa/i fakultas desain interior, baik dalam penampilan maupun tingkah laku. Ia berkarakteristik lebih rapi dibandingkan Kana, yang cenderung lebih berantakan dan ekspresif. Ini disebabkan oleh gaya pakaian mahasiswa/i Desain Interior yang terlihat lebih modis, atau secara umum lebih profesional dan sopan.

— Kael merupakan mahasiswa/i yang memiliki tampang ‘serius’ namun memiliki hati seorang yang ramah dan ambis. Ibaratnya ‘muka preman, hati hello kitty’,
— Ia juga memiliki hobi seperti mahasiswa/i-siwi lainnya, yaitu cosplay yang diselenggarakan dalam event maupun umkm universitasnya.

Burung yang dijadikan dasar dari sikap Kael yang cantik, ambis, dan gercep adalah Burung Kolibri (Humming Bird).



Illustrator: Tiffany Alicia Septy Chandra dan Jocelyn Christabel Djaja
Oleh: Budi Darmo, S.Sn., M.Ds. dan Edy Chandra, S.Sn., M.Ikom.



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023104202, 3 November 2023

Pencipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**
Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**
Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**
Judul Ciptaan : **Konsep Perancangan Karakter Desain Interior Kael**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 3 November 2023, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000537157

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023104239, 3 November 2023

Pencipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Konsep Perancangan Karakter Desain Komunikasi Visual Kana**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 3 November 2023, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000537194

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023104251, 3 November 2023

Pencipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Konsep Perancangan Karakter Desain Interior Reo**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 3 November 2023, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000537206

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002023104262, 3 November 2023

Pencipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Budi Darmo, Edy Chandra dkk**

Alamat : Jl. Pluit Permai III No. 4, RT/RW 003/004, Kelurahan Pluit, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta, 14450

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Konsep Perancangan Karakter Desain Komunikasi Visual Panca**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 3 November 2023, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000537217

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.