



MEMBANGUN IMAJINASI KEHIDUPAN SOSIAL MELALUI PERANCANGAN KARAKTER PENDUKUNG PROFIL MASKOT KAMPUS FSRD UNTAR

BUILDING SOCIAL LIFE IMAGINATION THROUGH DESIGNING SUPPORTING CHARACTERS FOR THE PROFILE OF THE FSRD UNTAR CAMPUS MASCOT

Budi Darmo^{1*}, Edy Chandra²

*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Universitas Tarumanagara*

*Gedung R lantai 4 Universitas Tarumanagara. Jl Letjen S Parman No.1 Grogol Petamburan. Jakarta 11440
DKI Jakarta, Indonesia*

Email: budid@fsrd.untar.ac.id, edyc@fsrd.untar.ac.id

Abstrak

Maskot pada pengembangannya telah menjadi alat identitas visual bagi sebuah perusahaan, bagi desainer wajib mengetahui faktor utama yang dibutuhkan pengguna untuk mengenali maskot (Lin et al., 1999). Wujud maskot pada umumnya berwujud perwakilan dalam bentuk binatang dan sejenisnya. Kampus merupakan sebuah lembaga pendidikan yang disetarakan dengan perusahaan yang membutuhkan figur maskot untuk membangun pencitraannya. Maskot merupakan figur fiktional yang mampu membangun identitas dalam menciptakan dan mengekspresikan personalitas brand yang diwakilinya (Ardi & Munawarah, 2021). FSRD Untar sebagai lembaga pendidikan yang berupaya membangun visual karakternya melalui figur maskot dalam wujud manusia yang umumnya menjadi ciri khas maskot dari sebuah perusahaan (Chandra, 2022). Wujud maskot yang di rancang oleh FSRD hanya sebatas pada kemunculan profil visualnya saja, belum sampai pada sebuah "storytelling" yang menarik dan lebih kompleks. Ronald McDonald dan rekan-rekannya merupakan salah satu contoh keberhasilan sebuah kampanye visual produk yang berbasis *storytelling*. Melalui proses metode penciptaan karya yang mengacu kepada proses tahapan eksplorasi, eksperimen dan visualisasi menjadi solusi rujukan proses kreatif dalam upaya membangun imajinasi visual karakter pendukung profil maskot FSRD yang diberi nama "Sarang." Harapan yang akan dicapai dalam studi perancangan ini adalah terciptanya sebuah kelompok sosial dari figur maskot "Sarang" yang dapat menghidupkan suasana dari masyarakat maskot FSRD. Suasana kehidupan yang hidup akan menjadi sebuah karakter yang sesuai dengan karakter produk pendidikan di FSRD Untar.

Kata Kunci: Karakter Visual, Sarang, Imajinasi, Sosial.

Abstract

Mascots in their development have become a visual identity tool for a company, for designers must know the main factors needed by users to recognize mascots (Lin et al., 1999). The form of a mascot is generally in the form of representatives in the form of animals and the like. Campus is an educational institution that is equivalent to companies that need mascot figures to build their image. Mascots are fictional figures who are able to build identity in creating and expressing the personality of the brand they represent (Ardi & Munawarah, 2021). FSRD Untar as an educational institution that seeks to build its visual character through mascot figures in human form which are generally the hallmark of mascots of a company (Chandra, 2022). The form of the mascot designed by FSRD is only limited to the appearance of its visual profile, not yet to an interesting and more complex "storytelling". Ronald McDonald and his colleagues are one example of the success of a storytelling-based visual product campaign. Through the process of creating works that refer to the process of stages of exploration, experimentation and visualization, it becomes a reference solution for the creative process in an effort to build the visual imagination of the supporting characters of the FSRD mascot profile named "Sarang." The hope to be achieved in this design study is the creation of a social group of "Sarang" mascot figures that can liven up the atmosphere of the FSRD mascot community. The atmosphere of life will be a character that is in accordance with the character of educational products at FSRD Untar.

Keywords: Visual Character, Nest, Imagination, Social





PENDAHULUAN

Maskot merupakan sebuah bentuk pengembangan sebuah *brand*, yang mana lebih banyak digunakan untuk berbagai kegiatan korporat. Maskot merupakan Personifikasi sebuah bentuk, obyek, atau benda yang berwujud manusia, binatang, atau wujud lainnya yang dianggap dapat membawa keberuntungan menambah semarak sebuah acara (Chandra, 2022:1052).

Wujud pada umumnya berbentuk binatang yang digunakan dalam berbagai kegiatan olahraga seperti olimpiade. Sedangkan wujud bentuk manusia lebih banyak digunakan oleh berbagai korporasi dengan tujuan *branding*, misalnya wujud maskot veronika pada produk provider seluler Telkomsel (Chandra, 2022:1052). Inisiatif kreatif visual maskot ini digunakan oleh Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) dengan bentuk maskot yang diberi nama "Sarang" dan pertama kalinya diperkenalkan secara visual sebagai model dalam cover majalah Pamera Karya Tugas Akhir Terbaik, Tugas Akhir FSRD Untar 2015.

Keberadaan maskot "sarang" telah berkembang dan kerap digunakan dalam berbagai kegiatan termasuk dalam penciptaan stiker emotikon digital. Langkah berikutnya dalam pengembangan maskot "Sarang" FSRD Untar adalah mengembangkan menjadi sebuah *storytelling* imajinasi kehidupan sosial yang menarik dan memiliki komunitas karakter sosial di dalamnya. Salah satu studi terhadap merek produk makanan cepat saji yang terkenal, yaitu Mc Donald yang memiliki maskot dengan nama Ronald Mc Donald beserta teman-temannya (Kampfner, 2002). Keberhasilan mereka menciptakan sebuah kampanye produk melalui sebuah gambaran *storytelling* imajinasi kehidupan sosial sang maskot.



Gambar 1: Visualisasi figur maskot Ronald Mc Donald beserta teman temannya menjadi sebuah satu kesatuan cerita sosial kehidupan sang karakter dengan teman-temannya.

Bentuk strategi yang dilakukan oleh Mc Donald dapat diterapkan pada maskot "Sarang" FSRD Untar sebagai bentuk duplikasi model pengembangan imajinasi

kehidupan sosial bagi maskot "Sarang". Salah satunya adalah melakukan proses penciptaan karakter tambahan berupa rekan-rekan imajinasi kehidupan sosial sang maskot "Sarang". Tujuan dalam penelitian dan penciptaan karakter ini bertujuan untuk merancang sebuah imajinasi kehidupan sosial pada Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Untar. Menciptakan suasana dan gaya penampilan kekinian para mahasiswa dan mahasiswi di FSRD Untar sebagai bentuk pencitraan kehidupan sosial yang menarik diwakili oleh karakter-karakter sang maskot "Sarang" dan teman-temannya.

FSRD Untar sendiri memandang sebuah maskot sama dengan sebuah produk yang akan masuk dalam ranah kompetisi dan tenggelam di antara kerumunan kompetisi yang ketat antar produk (Alim & Chandra, n.d.). Selain itu keputusan untuk memilih bentuk karakter manusia dengan visualisasi gaya gambar manga dibandingkan wujud binatang, tumbuhan atau obyek lain sebagai wujud maskot, karena dianggap memiliki manfaat mencairkan kepribadian *brand* yang kaku sehingga lebih berkesan manusiawi (Chandra, 2022). Pembahasan akan di jabarkan lebih rinci pada sub pembahasan lebih lanjut.

KAJIAN TEORI

Perkembangan Gaya Visual Manga

Manga merupakan sebuah kata yang berasal dari Bahasa Jepang terdiri dari dua huruf kanji 漫画. Arti dari 漫 (man) yang berarti "aneh atau dadakan" dan 画 (ga) yang berarti "gambar" (Paberz, 2020). Kata "Manga" pada akhirnya menjadi akar dari salah satu kata dalam bahasa Korea (*manhwa*) dan kata bahasa Mandarin (*manhua*) untuk komik. Dalam perkembangannya Manga mengalami awal sejarah yang cukup panjang dan perkembangannya tidak hanya sekedar filosofi, melainkan menjadi sebuah gaya visual ciri khas Jepang.

Dalam arti bahasa Jepang "Manga" mengacu pada semua jenis visualisasi kartun, komik, dan animasi. Secara umum di kalangan perbendaharaan kata dalam bahasa Inggris, "Manga" memiliki arti yang lebih spesifik, yaitu "Komik Jepang", sejalan dengan penggunaan kata "Anime" di dalam maupun luar Jepang. Selain itu ada istilah "Ani-manga" yang sering digunakan untuk mendiskripsikan komik-komik yang dihasilkan dari Animasi (Takahashi, 2004).

Mengacu kepada urutan sejarah tahun 1798 melalui karya seniman Santō Kyōden (Iwase Samuru) yang menghasikan karya buku bergambar *Shiji no yukikai*





yang berisikan cerita-cerita kehidupan sosial rakyat di Jepang. Kemudian di tahun 1814 Manga Hyakujo dan Hokusai Manga (1814-1834) karya Aikawa Minwa merupakan dua dari sekian banyak kumpulan karya buku bergambar yang di duga merupakan buku komik pertama di dunia oleh Adam L Kern (A. Kern, 2020).

Sejarah perkembangan Manga pada akhirnya terbagi atas 2(dua) pandangan/perspektif dalam gaya visualisasi dalam kontennya, yaitu:

- a. Pandangan Sejarah Adam L Kern Cs
Pandangan mengenai sejarah Manga menurut versi Adam L Kern, Kinko Ito, Frederik L Schodt menekankan bahwa perjalanan sejarah Manga berisikan sebuah kesinambungan tradisi budaya dan estetika budaya Jepang (A. L. Kern, 2007).
- b. Pandangan Pengaruh Amerika Serikat
Pandangan lain mengenai sejarah Manga, justru dipengaruhi oleh Amerika Serikat melalui masuknya konten-konten komik dari Amerika yang mana salah satunya pengaruh besar dari karya Disney (Kinsella, 2015).

Pengaruh Disney yang masuk ke Jepang dan melebur dalam pandangan filosofi Manga klasik menjadi sebuah perkembangan baru dalam penciptaan karya Manga di Jepang. Dalam perkembangan karya-karya seniman Manga di Jepang, muncul salah satu nama yang dikenal dengan Dr. Ozamu Tezuka sebagai seniman pencipta tokoh Astro Boy (Power, 2009).

Selain itu terdapat juga seniman Jepang lain, yaitu Machiko Hasegawa dengan karya Manga terbaiknya, yaitu Sazae-san (Jepang :サザエさん) yang merupakan sebuah cerita serial dalam bentuk media komik 4 (empat) panel pada sebuah koran lokal Hasegawa, Fukunichi Shinbun (フクニチ新聞) di Tokyo pada 22 April 1946. Manga Sazae-san membahas kehidupan sehari-hari serta situasi kontemporer di Tokyo hingga 21 Februari 1974 (saat Machiko Hasegawa pensiun). Hingga tahun 1999 manga tersebut telah beredar lebih dari 86 juta kopi, menjadikannya salah satu seri manga terlaris sepanjang masa, serta diterbitkan dalam wujud anime di televisi TCJ atau (Eiken).

Pada tahun 1969 muncul sekelompok kaum "Mangaka" dari kaum perempuan dengan nama *Manificent 24s* (kelompok 24 tahun). Debut karya visual mereka dikenal dengan istilah manga *shōjo* dengan sekmentasi pembaca khusus perempuan dan wanita muda (Gravett, 2004). Selanjutnya di tahun 1975 dan seterusnya manga *shōjo* berkembang dalam

berbagai varian genre/tema untuk sekmentasi khusus bagi para pembacanya. Manga *shōjo* berkembang luas secara internasional menghasilkan karya manga yang cukup dikenal seperti Mermaid Melody Pichi Pichi Pitch – Pink Hanamori, Tokyo Mew Mew- Reiko Yoshida hingga Sailor Moon-Naoko Takeuchi, yang menjadi populer secara internasional dalam format manga dan anime (Allison, 2000). Selanjutnya perkembangan Manga meluas menjadi kanca internasional dan beradaptasi dengan negara masing-masing.



Gambar 2. Contoh poster film animasi manga Astro Boy (kiri) dan Sazae-San (kanan) yang sukses di kanca internasional.

Manga Sebagai Produk Manufaktur

Faktor globalisasi telah mendorong perkembangan delokalisasi produksi komoditas barang non-material, yaitu layanan, R&D, desain, dan produk budaya yang pada akhirnya menjadi pilar ekonomi terdepan dari sebuah negara. Sebelum berkembangnya budaya "Korean Wave" dari Korea Selatan dan Prancis. Amerika Serikat dan Jepang merupakan kedua negara komoditi produk budaya terbesar di dunia. Kedua negara tersebut terjun dalam perang persaingan produk budaya di kancah Internasional.

Produk budaya merupakan sebuah produk non material yang lebih ekonomis dibandingkan produk industri jika dilihat dari segi proses dan biayanya. Budaya di produksi dalam berbagai format dalam percampuran bentuk media yang memiliki dampak dan meningkatkan keuntungan sangat besar bagi penciptanya. Manga merupakan komoditas budaya Jepang yang telah diproduksi secara massal. Seperti halnya dengan film animasi Miyazaki Hayao, yang menggambarkan bahwa industri ekspor budaya Jepang pada dasarnya bergantung pada manga (Bouissou, 2006).

METODE PENCIPTAAN

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian penciptaan karya yang mengacu kepada proses tahapan eksplorasi, eksperimen dan visualisasi (Purwati, 2017). Di mana metode penciptaan ini dijabarkan sebagai berikut.



1. Eksplorasi

Proses eksplorasi tema mengenai profil mahasiswa di kampus yang diriset baik melalui media buku maupun internet yang membahas perihal gambaran kepribadian manusia. Dalam proses penciptaan karya karakter profil pendukung maskot "Sarang" FSRD Untar juga dilakukan observasi pengamatan langsung terhadap figur dan penampilan perwakilan mahasiswa FSRD Untar.

2. Eksperimen

Merupakan rangkaian uji coba yang diterapkan dalam penciptaan karya. Eksperimen merupakan sebuah bentuk percobaan yang memiliki sistem dan berencana. Eksperimen dilakukan untuk mencari bentuk dengan membuat sketsa-sketsa yang sesuai dengan figur karakter profil mahasiswa FSRD Untar.

3. Visualisasi

Proses setelah memiliki draft sketsa yang sesuai divisualisasikan menjadi sebuah karya yang lengkap. Menurut (Susanto, 2011:427) Visualisasi merupakan pengungkapan gagasan atau perasaan dengan bentuk gambar, tulisan, kata dan angka, dan peta grafik yang mana secara garis besar merupakan proses pengubahan konsep menjadi karya atau gambar untuk disajikan karya seni atau visual. Prosesnya dilakukan mulai dari visualisasi hingga pewarnaan secara digital pada komputer.

PROSES PERWUJUDAN KARYA

Dalam proses penelitian penciptaan karya karakter pendukung profil pendukung maskot pendukung FSRD Untar. Tahap awal adalah melakukan riset terhadap ciri-ciri dan gaya berpakaian serta aksesoris pendukung dari para mahasiswa/i FSRD Untar yang terdiri atas program studi desain komunikasi visual dan desain interior. Proses penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran angket melalui *google form* dan melakukan pengamatan observasi lapangan.

Hasil Pengumpulan Data via Form



Gambar 3. salah satu hasil angket terkait dengan gaya berpakaian para mahasiswa FSRD Untar.



Gambar 4. Hasil pengamatan terhadap sample figur mahasiswa program studi desain interior FSRD Untar.



Gambar 5 Sample hasil pengamatan terhadap mahasiswa program studi desain interior.

Setelah melakukan proses angket secara terbatas dan pengamatan lapangan secara umum didapatkan sebuah gambaran persentasi yang dapat disimak Gambar 3, yaitu pendekatan minimalis menjadi pendapat utama.

Selain melakukan proses pengamatan, dilakukan juga proses wawancara dengan 2 (dua) narasumber pakar dalam bidang ilustrasi, yaitu: Nashir Setiawan dan Staven Anderson Angkajaya untuk mengali pendapat dan pendalaman proses penggambaran figur profil maskot.



Gambar 7. Proses wawancara dengan narasumber Bapak Nashir Setiawan mengenai draft profil maskot

WUJUD KARYA

Dalam menghasilkan ide-ide gagasan visual diwujudkan dalam bentuk draft-draft sketsa sebagai bentuk usulan. Proses ide gagasan visual dapat pula ditempuh dengan garis sketsa gerak. Yaitu berupa bentuk garis-garis yang dibentuk dengan kecenderungan cepat dan terus menerus serta kasar yang umumnya digunakan oleh para desainer grafis untuk menangkap gerak dan bentuk (manusia dan manusia) (Widyokusumo, 2013).

Maskot acuan utama yang digunakan untuk maskot kampus FSRD Untar dengan wujud gadis berambut biru bergaun warna merah muda, berkaus kaki panjang





bergaris biru, menjadi ciri khas utama unsur kebaruan dalam inovasi cipta visual maskot di FSRD Untar (Chandra, 2022).



Gambar 6 Visualisasi maskot FSRD yang bernama "sarang" dalam versi pembaharuan di tahun 2017.

Telah menjadi sebuah acuan dari gaya penggambaran

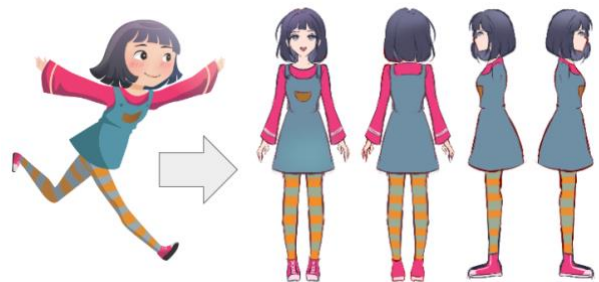


Gambar 8. Salah satu contoh sketsa perancangan figur maskot pendukung profil maskot FSRD Untar.

Dalam prosesnya tim peneliti mencoba untuk menjabarkan hasil curah ide/brainstorming dengan narasumber beserta internal tim dalam beberapa indikasi ciri-ciri (visualisasi) (Purwatia, 2017), yaitu:

- Pada dasarnya gaya penggambaran setiap artis (ilustrator) memiliki perbedaan dalam goresan sketsa gambar. Terdapat berbagai gaya menggambar ilustrasi, yaitu: gaya realis, dekoratif, surrealis, ekspresionis, dan gaya karikatur (komik dan kartun) (Patriani, 2019), sehingga perlu diadakannya penyesuaian karakter gambar pada maskot FSRD SARANG.
- Penentuan *Color Pallette* pada setiap karakter-karakter yang akan di visualkan dalam penampakannya sebagai figur karakter pendukung kehidupan sosial maskot SARANG.
- Melakukan proses olah sketsa bentuk figur anatomi sang karakter sosial dari teman-teman maskot SARANG, yaitu: figur mahasiswa dan mahasiswi FSRD Untar dari Prodi Desain Interior dan Desain Komunikasi Visual.

- Proses percobaan pemberian skema warna *Color Pallette* pada gambar karakter yang telah dibuat sketsa draftnya.
- Proses akhir berupa penyempurnaan gambar dengan melakukan proses merapikan garis gambar dan penentuan skema warna (Alim & Chandra, n.d.) pada setiap figur yang selanjutnya akan digunakan sebagai standarisasi visual untuk diajukan lebih lanjut kepada pihak instansi FSRD Untar.
- Proses pengajuan dan produksi manufaktur visual para karakter sosial yang akan menjadi sebuah cerita sosial para mahasiswa dan mahasiswi FSRD Untar.



Gambar 7. Penyesuaian bentuk gaya gambar dari karakter maskot SARANG.

Selain itu intisari serta poin penting dari hasil wawancara dengan narasumber Staven Anderson, mengenai aspek-aspek karakter terasa hidup, yaitu:

- *Relatibility*: sebuah kesan yang membuat sebuah karakter terasa satu ikatan bathin dengan audiens
- *Strong Personality*: memiliki sikap menonjol dibandingkan dengan yang lainnya.
- *Impact*: memberikan kesan setiap kali visual gambar ditampilkan.
- *Good Introduction*: mempunyai perkenalan yang baik saat visual ditampilkan.

Pada akhirnya aspek-aspek ini yang menjadi acuan pada akhir penciptaan karakter tokoh dalam penelitian ini. Bentuk *relatibility* yang dicapai dalam proses pembuatan karya ini adalah dalam bentuk Upaya untuk mengkaitkan beberapa benda yang menjadikan ciri-ciri para mahasiswa mahasiswi di FSRD Untar. Diantaranya terdapat ciri- ciri umum:

- Penampilan berpakaian mahasiswi Prodi Interior lebih modis dan rapih daripada
- Penampilan berpakaian mahasiswi Prodi Desain Komunikasi Visual lebih sporty dan berwarna.
- Mahasiswi Prodi Desain Komunikasi Visual lebih banyak mengantungkan ornamen tambahan seperti tas punggung dan jaket.



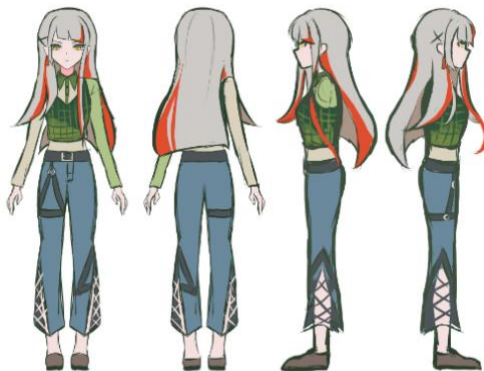
- Pakaian mahasiswa prodi Desain Interior lebih condong terlihat rapih daripada mahasiswa prodi Desain Komunikasi Visual yang lebih non formal.



Gambar 10. Hasil sketsa akhir penggambaran karakter-karakter visual pendukung maskot sarang. (kiri) Sketsa desain mahasiswa interior dan (kanan) sketsa desain mahasiswa desain komunikasi visual.

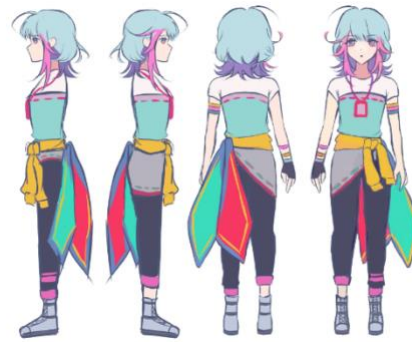


Gambar 11. Hasil sketsa akhir penggambaran karakter-karakter visual pendukung maskot-maskot (kiri) sketsa desain mahasiswa desain interior dan (kanan) sebaliknya.



Gambar 12. Contoh profil detail figur mahasiswi dari Prodi Desain Interior

Ciri-ciri Untuk desain mahasiswa DI, ia diberikan warna yang senada dengan warna hijau untuk memberi kesan warna yang lebih natural dibandingkan mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual (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 Prodi Desain Interior.



Gambar 9. Contoh sketsa profil mahasiswi Prodi Desain Komunikasi Visual

Ciri-ciri mahasiswi Prodi Desain Komunikasi Visual, digunakan konsep 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 Prodi Desain Komunikasi Visual terlihat lebih variatif dibandingkan mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual yang lebih objektif.



Gambar 13. Contoh profil mahasiswa Prodi Desain Interior

Ciri-ciri pakaian mahasiswa Prodi Desain Interior memiliki impresi yang lebih rapi, formal, dan *fashionable* dibandingkan mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual, terutama penekanan sikap modis pada para mahasiswa/siswi Prodi Desain Interior.

Rambut yang digunakan juga terlihat di *style*, memberi impresi bahwa Prodi Desain Interior lebih tegas, objektif, dan *on-time* dibandingkan mahasiswa daripada mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual. Ini dapat diambil dari performa kerja mereka di Prodi Desain Interior yang cenderung lebih mengikuti prosedur dibandingkan berekspresi.





Gambar 14. Contoh figur mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual

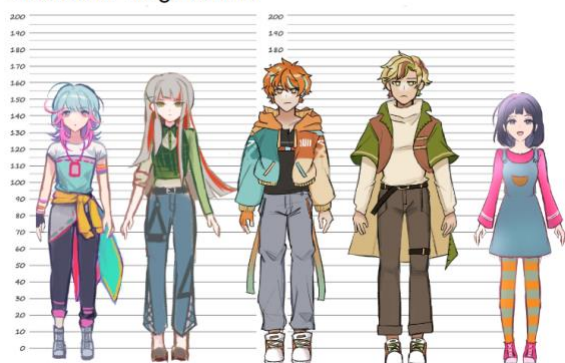
Untuk desain mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual, ia diberi warna yang lebih ceria, ekspresif dan hidup untuk memberi kesan energetik.

Kombinasi pakaian yang digunakan juga lebih santai, nyaman, dan rongga dibandingkan mahasiswa Prodi Desain Interior, memberi impresi bahwa mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual lebih fleksibel, lincah, dan ramah dalam lingkungan perkuliahan.

Rambut mahasiswa Prodi Desain Komunikasi Visual juga lebih non formal dibandingkan mahasiswa Prodi Desain Interior agar memberi sikap spontan.

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:

Character height chart



Gambar 15 Figur visual karakter sosial yang diberi nama (kiri ke kanan) Kana, Kael, Panca, Reo, dan Sarang

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, dan ekspresif.
- Gaya variatif dalam berpakaian

- Spontan & gerak cepat dalam mengerjakan tugas yang 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.

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 prodi DKV, dalam etika kerjanya yang lebih 'santai'.
- Dia juga lebih fleksibel dan cenderung lamban.
- Panca juga memiliki memilih memakai baju yang longgar dan
- Panca juga memiliki hati seorang *ekstrovert*.

Berdasarkan penampilannya yang menarik perhatian, warna cerah, dan rama. Panca menyerupai dengan Burung Panca Warna.

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 pakaian mahasiswi Desain Interior yang terlihat lebih modis, atau secara umum lebih profesional dan sopan.

- Kael merupakan mahasiswi yang memiliki ekspresi 'serius' namun memiliki hati seorang yang ramah dan ambius.
 - Ia juga memiliki hobi *cosplay* dalam aktivitas kampus
 - Kael cenderung mengeluh terhadap keadaannya.
- Burung yang dijadikan dasar dari sikap Kael yang cantik, ambis, dan gercep adalah Burung Kolibri (*Humming Bird*).

Reo, adalah mahasiswa Desain Interior yang merupakan pekerja keras, 'selalu *on time*', dan berpenampilan *photogenic*. Dari pilihan pakaiannya, Reo lebih ingin berpenampilan kasual, sopan, dan profesional dibandingkan Panca. Reo memiliki spesialisasi dalam kerajinan kayu, dan ia memiliki kecenderungan untuk memilah tanaman dalam mendesain ruangan.

- Reo memiliki selera warna natural & alami



- Reo juga sangat menyukai kopi, baik karena ia suka 'hangout' 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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada akhirnya proses penelitian penciptaan karakter pendukung profil karakter telah mencapai pada hasil sketsa final serta figur karakter yang terdiri atas bentuk profil visual dari perwakilan mahasiswa dan mahasiswi dari program studi desain komunikasi visual dan program studi desain interior. Mengingat terbatasnya waktu pelaksanaan kegiatan penelitian, maka proses penelitian penciptaan karya visual hanya mencapai pada tahap usulan visualisasi karakter saja dan belum rampung hingga pada penciptaan buku grafik standar manual.

1. Kesimpulan

Hasil akhir dalam penelitian ini telah menghasilkan 4(empat) karakter perwakilan dari mahasiswa FSRD Untar, yaitu:

- Perwakilan mahasiswi program studi desain komunikasi visual (Kana) yang mana penampakannya dapat di lihat pada gambar.9
- Perwakilan mahasiswi program studi desain interior (Kael) yang mana penampakannya dapat di lihat pada gambar.8
- Perwakilan mahasiswa program studi desain komunikasi visual (Panca) yang mana penampakannya dapat dilihat pada gambar 14.
- Perwakilan mahasiswa program studi desain interior (Reo) yang mana penampakannya dapat dilihat pada gambar 13.

2. Saran

Mengingat proses penelitian ini baru saja sampai kepada tahapan usulan visualisasi dan belum mencapai pada aturan visual, maka disarankan untuk dilanjutkan pada penelitian selanjutnya untuk menciptakan tokoh-tokoh lain yang menjadi pendukung profil maskot "SARANG" FSRD Untar selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

Alim, B., & Chandra, E. (n.d.). REBRANDING UMKM MENTAL MELALUI

- PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(1), 174–181.
- Allison, A. (2000). A challenge to Hollywood? Japanese character goods hit the US. *Japanese Studies*, 20(1), 67–88.
- Ardi, F. P., & Munawarah, P. A. (2021). Kajian Perancangan Karakter Maskot Universitas Pendidikan Mandalika. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 3(1), 46–52.
- Bouissou, J.-M. (2006). *Japan's growing cultural power. The example of manga in France*. Leipziger Universitätverlag.
- Chandra, E. (2022). Peran Figur Maskot "Sarang" Sebagai Brand Personality FsrD Untar Dimata Masyarakat Indonesia. *Prosiding SENAPENMAS*, 2(1), 1052–1958.
- Gravett, P. (2004). Manga: Sixty years of Japanese comics. (*No Title*).
- Kampfner, J. (2002). Ronald McDonald has a new friend. *New Statesman*, 131(4611), 14–15.
- Kern, A. (2020). *Manga from the floating world: comicbook culture and the kibyōshi of Edo Japan*. Brill.
- Kern, A. L. (2007). *Kibyōshi in the Harvard-Yenching Library: A Guided Tour*.
- Kinsella, S. (2015). *Adult manga: Culture and power in contemporary Japanese society*. Routledge.
- Lin, R., Lin, P. C., & Ko, K. J. (1999). A study of cognitive human factors in mascot design. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 23(1–2), 107–122. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0169-8141\(97\)00106-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0169-8141(97)00106-6)
- Paberz, C. (2020). Communities of Craftsmen: Reflections on Japanese Manga from South Korean Manhwa. *Mechademia*, 12(2), 6–23.
- Patriani, S. R. (2019). Pembelajaran Menggambar Ilustrasi Gaya Realis. *SNHRP*, 381–389.
- Power, N. O. (2009). *God of comics: Osamu Tezuka and the creation of post-World War II manga*. Univ. Press of Mississippi.
- Purwatia, A. G. (2017). *PENCIPTAAN KARAKTER FANTASI ILUSTRASI GRAFIS MELALUI MANGA STUDIO EX5 YANG SESUAI TIPE KEPRIBADIAN MANUSIA MENURUT ENNEAGRAM*.
- Susanto, M. (2011). *Diksi rupa: Kumpulan istilah dan gerakan seni rupa (Edisi revisi)*. *Dicti Art Dan Djagat Art House*.
- Takahashi, R. (2004). *InuYasha Ani-Manga, Vol. 1 (1st ed.)*. VIZ Media LLC. https://www.goodreads.com/book/show/22715.InuYasha_Ani_Manga_Vol_1
- Widyokusumo, L. (2013). Fungsi Garis pada Desain dan Sketsa. *Humaniora*, 4(1), 339–347.

