

ANALISIS DESAIN MASKOT POMNAS XVII SUMATERA BARAT 2022

Riri Trinanda¹, Hendra Afriwan², Ary Ramadhan³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang

Email: riritrinanda@fbs.unp.ac.id

Submitted: 20xx-mm-dd

Published: 20xx-mm-dd

Accepted: 20xx-mm-dd

DOI: 10.24036/dekave.v11i1.xxxx

Abstrak

Perancangan maskot adalah suatu proses kreatif dalam menciptakan karakter atau simbol yang mewakili suatu entitas, seperti perusahaan, acara, atau komunitas. Maskot memiliki peran penting dalam membangun identitas merek, mempromosikan budaya, dan menghubungkan entitas dengan khalayaknya. Artikel ini membahas langkah-langkah dalam perancangan maskot, mulai dari pemahaman tujuan hingga pengembangan karakteristik yang unik. Selain itu, artikel ini juga membahas faktor-faktor seperti warna, bentuk, dan ekspresi wajah yang dapat memengaruhi daya tarik dan daya ingat maskot. Dalam konteks modern, perancangan maskot juga mempertimbangkan adaptasi digital untuk penggunaan dalam media sosial, permainan, dan berbagai platform online. Dengan memahami prinsip-prinsip perancangan maskot, entitas dapat menciptakan ikon yang kuat dan memikat, memperkuat koneksi dengan khalayak, dan mempromosikan identitas merek atau pesan yang diinginkan.

Kata kunci: pomnas, visual branding, maskot, riset kualitatif

Pendahuluan

POMNAS XVII atau Pekan Olahraga Mahasiswa Nasional ke XVII adalah kegiatan bidang pertandingan olahraga bergengsi tingkatan nasional bagi mahasiswa ditanah air. Kegiatan ini dilaksanakan setiap tahun dengan peserta adalah mahasiswa perguruan tinggi seluruh Indonesia, untuk tahun 2022 Universitas Negeri Padang ditunjuk menjadi tuan rumah penyelenggaraan kegiatan POMNAS XVII. Sebagai tuan rumah UNP memiliki kewajiban untuk menyukseskan penyelenggaraan dengan mempersiapkan semua tahapan pelaksanaan dari awal hingga akhir, diantara persiapan yang dilakukan yaitu melakukan branding POMNAS XVII.

© Universitas Negeri Padang

Branding dibidang olahraga adalah cara membangun identitas dan reputasi sebuah event, tim, atlet, atau liga olahraga melalui penggunaan logo, warna, dan gaya khusus. Berdasarkan panduan, rapat pimpinan Universitas Negeri Padang, BAPOMI Sumbar dengan tim Desain Kreatif dapat disimpulkan kebutuhan yang utama dalam kegiatan POMNAS XVII adalah Branding dalam bentuk Logo, maskot, maskot costum dan pictogram untuk 14 cabang olahraga. Maskot POMNAS XVII, Costum Maskot dan pictogram dibutuhkan saat event launching sampai acara POMNAS XVII selesai diselenggarakan. Penggunaan mascot yang masif dalam kegiatan pomnas menjadikan analisis dalam penciptaan mascot menjadi penting untuk dilakukan.

Desain maskot adalah upaya kreatif untuk membuat karakter atau simbol untuk mewakili organisasi, seperti perusahaan, acara, atau komunitas. Maskot adalah bagian penting dari pembentukan identitas merek, pengembangan budaya, dan pembentukan hubungan antara entitas dan khalayaknya. Dalam event Pomnas XVII Sumatera Barat 2022, desain maskot yang telah dirancang juga mempertimbangkan pengembangan versi digital untuk penggunaan dalam media sosial, dan berbagai media cetak

Penting untuk diingat bahwa desain maskot harus mencerminkan merek atau pesan yang ingin disampaikan, serta mempertimbangkan preferensi dan sensitivitas budaya audiens target. Selain itu, maskot juga harus mampu berkembang dan beradaptasi sesuai dengan perubahan dalam lingkungan dan pasar.

Metode

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah alat yang digunakan dalam manajemen dan perencanaan strategis untuk mengevaluasi situasi atau proyek tertentu. Dalam konteks analisis desain maskot, SWOT digunakan untuk memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi proses perancangan maskot.

Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dalam konteks perancangan maskot, tim desain dapat mengembangkan strategi yang lebih baik, memaksimalkan kelebihan yang ada, dan mengatasi tantangan yang mungkin timbul. Analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk membantu dalam pengambilan keputusan dan perencanaan strategis dalam pengembangan maskot.

Analisis desain maskot adalah tahapan penting dalam proses penciptaan maskot yang efektif. Ini melibatkan evaluasi dan pemahaman mendalam terhadap karakteristik, tujuan, dan audiens yang dituju oleh maskot tersebut.

Setelah tahap analisis selesai, tim desain dapat mulai merancang maskot dengan mempertimbangkan semua elemen yang telah ditemukan selama proses analisis. Pemahaman yang kuat tentang karakteristik, tujuan, dan

audiens maskot akan membantu menciptakan maskot yang efektif dalam berkomunikasi dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Input stakeholder dalam konteks analisis desain maskot merujuk pada masukan dan umpan balik yang diberikan oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam pembuatan dan penggunaan maskot. Pihak-pihak ini dapat termasuk klien atau pemberi proyek, tim desain, audiens potensial, atau bahkan anggota masyarakat yang lebih luas. Input dari stakeholder sangat berharga karena dapat memengaruhi hasil akhir dan kesuksesan maskot.

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan maskot

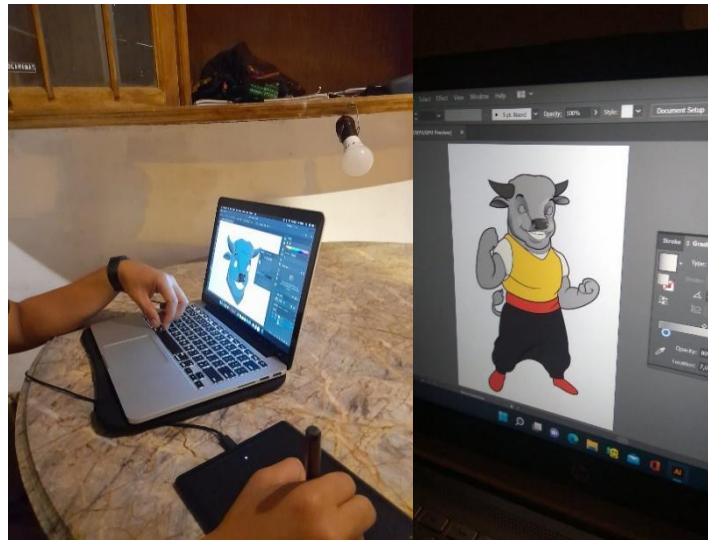
1. Strengths (Kekuatan):

- Kekuatan adalah faktor-faktor internal yang menguntungkan dalam perancangan maskot. Ini mencakup atribut positif yang dapat digunakan untuk menciptakan maskot yang kuat. Contoh kekuatan dalam analisis desain maskot dapat mencakup:
- Kemampuan tim desain untuk menghasilkan desain visual yang menarik.
- Kemampuan untuk menciptakan karakter yang mudah diingat dan mengesankan.
- Pengetahuan yang mendalam tentang audiens target dan kebutuhan mereka.

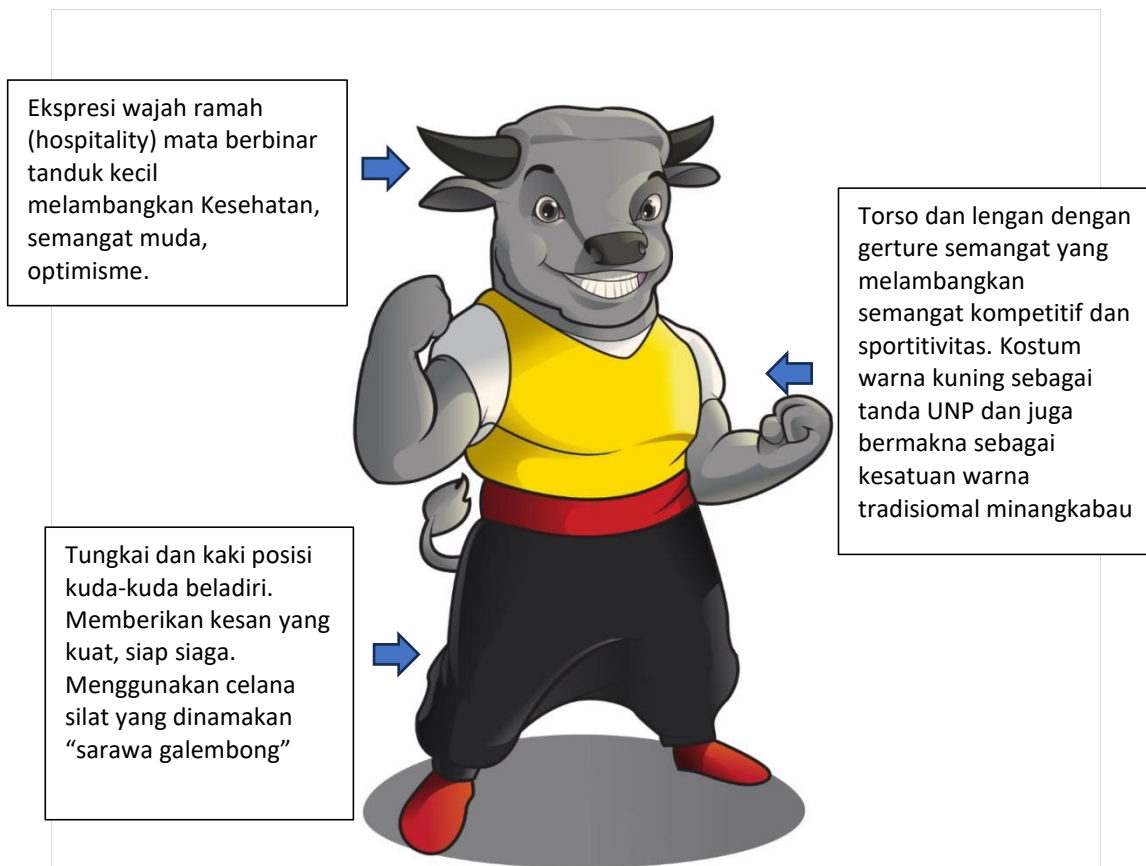
Pemilihan karakter kerbau si binuang memiliki faktor internal yang kuat dalam kebudayaan Minangkabau sebagai mana yang tertulis dalam cerita daerah Cindua mato. Karakter ini telah dipahami oleh masyarakat dan target audiens yang lebih luas, bahkan nama si binuang juga dipakai pada kereta api khusus bandara internasional Minangkabau (BIM). Faktor internal lain yang landasan desainer juga berkaitan dengan konsep, moto, spirit UNP sebagai pelaksana yang dituangkan dalam ekspresi maskot yang ramah (hospitality). Warna dominan kuning sebagai almamater UNP, gesture dan proporsi yang mencerminkan semangat muda yang sportif.



Gambar 1. Sketsa Maskot si Binguang
Sumber Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Proses digitalisasi oleh illustrator
Sumber Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. Penjelasan bagian maskot si Binuang
Sumber Dokumentasi Pribadi

2. Weaknesses (Kelemahan):

- Kelemahan adalah faktor-faktor internal yang dapat menjadi hambatan dalam perancangan maskot. Ini mencakup area di mana tim desain mungkin memiliki keterbatasan atau tantangan. Contoh kelemahan dalam analisis desain maskot dapat mencakup:
- Keterbatasan sumber daya dan data untuk pengembangan maskot.
- Kurangnya pengalaman dalam menggambarkan karakteristik tertentu.
- Ketidakpastian dalam pemahaman tentang pesan yang akan disampaikan oleh maskot.

Penggunaan karekter kerbau sebagai maskot sudah banyak ditemukan baik dalam provinsi sumatera barat, nasional maupun global. Hal ini dapat menjadi faktor yang visual dan verbal yang dapat melemahkan nilai maskot pomnas tersebut. Untuk itu desainer harus memberikan solusi yang cerdas dan kreatif

sehingga maskot sibinuang yang dirancang untuk pomnas dapat mengurangi atau meniadakan faktor weakness sehingga hasil rancangan muncul sebagai karakter baru yang lepas dari stereotipe karakter binuang/kerbau yang lain.



Pada competitor 1-4 dapat dianalisis wajah karakter memperlihatkan ekspresi yang sangar, tatapan yang tajam dan mengancam. Tidak terdapat konsistensi karakter yang selalu berubah-ubah untuk satu Perusahaan yang sama. Dalam gerture dan proporsi karakter 1 memiliki style gigantis dengan otot/muscle yang sangat kekar.

Karakter 2 konsistensi ukuran panggul berubah menjadi ramping. Karakter 3 perubahan ekspresi wajah menjadi lebih tua dengan penggunaan garis area mata. Penggunaan rambut berwarna kuning. Karakter 4 karakter yang dirancang menjadi lebih muda, namun konsep ekspresi wajah tetap memperlihatkan wajah yang sangar dengan tatapan yang tajam. Tanduk besar bertolak belakang dengan penggambaran karakter yang lebih muda.

Factor weakness pada competitor ini akan menjadi peluang dan pertimbangan bagi desainer untuk melakukan perancangan yang berbeda

sehingga dapat diwujudkan karakter maskot pomnas yang lebih unggul dan konsisten.

Opportunities (Peluang):

- Peluang adalah faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perancangan maskot. Ini mencakup faktor-faktor positif di lingkungan eksternal yang dapat membuka jalan bagi maskot yang sukses. Contoh peluang dalam analisis desain maskot dapat mencakup:
- Kebutuhan yang berkembang dalam pasar atau komunitas tertentu untuk maskot yang dapat berkomunikasi dengan audiens target.
- Kemungkinan kolaborasi dengan pihak lain yang dapat membantu dalam pengembangan dan pemasaran maskot.
- Peristiwa atau tren terkini yang dapat diikuti atau dimanfaatkan dalam perancangan maskot.

Dengan tahapan rancangan yang tepat akan mewujudkan karakter maskot yang baik, sesuai dengan target audience dalam hal ini dapat diklasifikasikan usia muda yaitu mahasiswa peserta pomnas dan juga usia dewasa seperti official, dan masyarakat umum. Dalam hal ini peluang adalah faktor eksternal yang menjadikan pertimbangan bagi desainer untuk menentukan style karakter maskot yang dapat diterima dalam rentang usia yang cukup jauh tersebut.

Peluang penggunaan maskot yang telah final dan telah diuji beserta stake holder dapat diterapkan kedalam berbagai kebutuhan yang akan memberikan komunikasi visual yang positif untuk menjadi icon dalam even pomnas. Penerapan desain final maskot dapat disan disandingkan dengan kebutuhan desain grafis penunjang lainnya yang dapat dilihat sebagai berikut:





Gambar 5. Pictogram Avenue
Sumber Dokumentasi Pribadi





Gambar 6. Maskot cosplay
Sumber Dokumentasi Pribadi



Gambar 7. Penerapan pada marchandise
Sumber Dokumentasi Pribadi

3. Threats (Ancaman):

- Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang dapat menjadi hambatan atau risiko dalam perancangan maskot. Ini mencakup faktor-faktor negatif di lingkungan eksternal yang dapat menghambat kesuksesan maskot. Contoh ancaman dalam analisis desain maskot dapat mencakup:
- Kemungkinan persaingan dengan maskot atau merek lain yang sudah ada.
- Perubahan dalam preferensi atau perilaku audiens target yang dapat mempengaruhi efektivitas maskot.
- Peraturan atau regulasi yang dapat membatasi penggunaan atau promosi maskot.
- Konsistensi bentuk verbal dan visual yang akan berefek negative dalam loyalitas konsumen terhadap karakter maskot.



Gambar 8. Boneka Hasil Vendor
Sumber Dokumentasi Pribadi

Keterbatasan teknis, anggaran dan waktu berakibat pada berkurangnya konsistensi bentuk maskot. Hal ini yang bersifat threats ini dapat diatasi dengan tahapan prototipe boneka sehingga bentuk akhir tetap mendekati kepada bentuk utama. Pada ekspresi wajah ukuran mulut dan gigi terlalu besar.

Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dalam konteks perancangan maskot, tim desain dapat mengembangkan strategi yang lebih baik, memaksimalkan kelebihan yang ada, dan mengatasi tantangan yang mungkin timbul. Analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk membantu dalam pengambilan keputusan dan perencanaan strategis dalam pengembangan maskot.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis maskot dalam jurnal ini, kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan maskot yang efektif, penting untuk memahami audiens target dengan baik, termasuk karakteristik demografis dan psikografis mereka.
2. Maskot yang sukses harus dapat berkomunikasi secara visual dan verbal dengan nilai-nilai, minat, dan sikap audiens target, menciptakan ikatan emosional yang kuat.
3. Konteks penggunaan maskot juga harus dipertimbangkan dengan cermat, karena maskot dapat memiliki peran yang berbeda dalam berbagai situasi.
4. Pemahaman tentang kompetitor dan tren dalam desain maskot dapat membantu tim desain untuk menciptakan maskot yang unik dan menonjol.
5. Analisis maskot adalah langkah penting dalam proses perancangan maskot yang efektif dan relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.
6. Quality control dilaksanakan dengan baik antara stakeholder, tim desain, dan vendor dapat mengatasi kendala-kendala produk turunan sehingga rancangan, tujuan dan hasil desain maskot dapat mencapai hasil yang maksimal.

Rujukan

- Airey, D. (2015). Logo Design Love. Indianapolis : New Riders
- Bancroft, T. (2012). Character Mentor: Learn by Example to Use Expressions, Poses, and Staging to Bring Your Characters to Life. Waltham MA: Focal Press
- Bancroft, T. (2006). Creating Characters with Personality. New York : Watson-Guptill
- Crossley, K. (2014). Character Design from the Ground Up. New York : Focal Press, Taylor & Francis Group
- Darmawan, R & Swasty, W. (2018). Perancangan Ulang Logo Dan Media Promosi Cv.
- Dowlong, J. (2019). Mascot: Mascots in Contemporary Graphic Design. Sendpoints
- Kinandang Putera Sebagai Penguatan Identitas Visual. Andharupa, 06, 157-171
- McCabe, SP. Brown, S. (2014). Brand Mascots: And Other Marketing Animals. Publisher : Routledge

Patmore, C. (2005). *Designing Characters with Personality*. A&C Black

Wahmuda, F & Hidayat, J. (2020). Redesain Logo Dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan Ukm Benok. *Andharupa*, 06, 147-156.