

BAB II

TINJAUAN PENELITIAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai studi Pustaka, tinjauan karya, dan tinjauan teori serta beberapa komponen pendukung yang berkaitan dengan perancangan. Berikut pemaparan dari studi Pustaka, tinjauan karya, dan dasar teori mengenai perancangan yang akan dipaparkan seperti berikut:

2.1 Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah suatu proses pengumpulan data dan meringkas studi-studi sebelumnya tentang topik-topik tertentu yang berkaitan dengan perancangan ini. Serta untuk menemukan perbedaan dan memperlihatkan otentisitas penelitian ini dibanding dengan penelitian terdahulu.

2.1.1 Jurnal yang berjudul “Desain Maskot Gula Semut KUB Gendis Manis Desa Kalirejo”

Jurnal yang ditulis oleh Pamungkas Shakti Nugroho 2018 [8]. Objek penelitian ini berlokasi di Desa Kalirejo, Kabupaten Kulon Progo. Pembina Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gendis Manis merupakan salah satu produk lokal unggulan, namun dalam proses promosi dan branding produk masih kurang dan belum memiliki maskot yang menjadi ciri khas dari produk tersebut.

Penelitian ini merancang maskot melalui tahapan pengumpulan data, analisis data menggunakan SWOT dan kesimpulan desain akhir. Teknik pewarnaan menggunakan warna-warna cerah dan desain yang digunakan sederhana, menggunakan dua jenis huruf yaitu bubble dan brush stroke plain yang dapat dibaca. Sangat mudah, ekspresif dan keakraban. Hasil dari desain peneliti berupa manusia setengah semut yang bernama Si Antons dan hasil visualisasi diaplikasikan pada media utama dan media pendukung berupa kemasan produk, baliho, katalog dan kalender.

Relevansinya dengan tugas akhir penulis, sama sama produk unggulan, namun proses promosi dan branding masih sangat kurang, perbedaanya yaitu pada topik penelitian ini mengangkat petani gula sedangkan penulis mengangkat tentang Kampung kerajinan yaitu Kampung Bandol dan media pendukung yang digunakan peneliti ini berupa kemasan produk, baliho, katalog dan kalender sedangkan penulis media pendukung berupa media cetak, media *outdoor*, dan *signsystem*.

2.1.2 Jurnal yang berjudul “Maskot Merchandise Sari Kelapa Gresik”

Jurnal yang ditulis oleh Irishca Maharani Wibowo dan Matadi, 2022 [9]. Objek penelitian ini merupakan kuliner yang populer di Kabupaten Gresik yaitu Sari Kelapa yang mempunyai banyak karyawan serta memiliki cabang toko di Gresik. Tujuan dari perancangan ini, untuk merancang desain promosi maskot pada saat Kabupaten Gresik, agar menjangkau masyarakat yang lebih luas dan belum adanya maskot. Dalam acara event tentunya maskot ini akan menjadi souvenir yang berkesan secara visual bagi customer atau wisatawan. Maskot kemudian diterapkan ke merchandise seperti gantungan kunci, pin, kantong plastik, catatan, kartu pos, T-shirt, magnet kulkas dan stiker. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif melalui observasi dengan menggunakan tahapan prinsip desain sketsa, thumbnail, eksperimen, dan eksekusi desain, termasuk elemen visual logo pudak untuk toko Sari Kelapa

Relevansi dengan tugas akhir penulis, yaitu tujuan yang sama untuk mempromosikan kejangkauan masyarakat yang lebih luas. Perbedaan objek penelitian ini adalah pada media pendukungnya yaitu merchandise saja sedangkan penulis media cetak, media *outdoor*, dan merchandise.

2.1.3 Jurnal yang berjudul “Desain Maskot UKM Kerajinan Bambu di Kota Binjai serta Pengaplikasiannya”

Jurnal yang ditulis oleh Noprita Elisabeth Sianturi 2021 [10], Objek penelitian ini merupakan UKM kerajinan bambu yang sangat mudah ditemukan di Kota Binjai. Penelitian ini membahas tentang industri kecil

yang ada di Kota Binjai terutama dalam hal produksi yang dihasilkan dari bambu, yaitu produk anyaman bambu yang salah satunya jenis usaha banyak dilakukan oleh UKM di Binjai. Beberapa produk yang dapat dihasilkan untuk anyaman bambu, di beberapa kecamatan dan ada beberapa usaha kerajinan UKM yang membuat kursi dari bambu di beberapa kecamatan Kota Binjai. Tujuannya penelitian ini untuk membantu pemasaran dari kursi bambu yang ada di Kota Binjai, maka dibuat beberapa media seperti pembuatan web, pembuatan maskot yang dapat diaplikasikan ke dalam *merchandise*. Penelitian ini mengambil 2 UKM kerajinan yang belum masyarakat tahu, karena kurangnya promosi. Pengumpulan data yang digunakan observasi dan wawancara.

Relevansinya dengan tugas akhir penulis, sama-sama mengangkat topik tentang kampung kerajinan, hanya saja media utamanya dalam perancangan penulis hanya berupa maskot saja. Perbedaan objek penelitian perancangan tersebut menggunakan objek UKM Kerajinan Bambu sedangkan perancangan penulis menggunakan objek sebuah sandal bandol yang diproduksi sekampung yakni Kampung Sandal Bandol.

2.2 Refrensi Perancangan

Dalam menyusun perancangan diperlukan refrensi perancangan lainnya untuk memberikan pandangan tentang konsep-konsep yang akan dibuat pada perancangan ini. Konsep-konsep ini nantinya akan menjadi bahan acuan dalam pembuatan perancangan media promosi Kampung Bandol.

2.2.1 Desain Maskot Merchandise Sari Kelapa Gresik



Gambar 2. 1 Maskot Cak Sari dan Cak Kelapa

Sumber:

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/48763/40604/#:~:text=Atau%20yang%20menjadi%20identitas%20utama,Gresik%20dengan%20makanan%20khas%20pudak.>

Karya milik Irishca Maharani Wibowo 2022[9]. Karya ini menampilkan Cak Sari dan Yuk Kelapa, cak adalah panggilan laki-laki tua sedangkan yuk adalah kakak perempuan dengan maskot mirip pudak yang melengkung membentuk segitiga berwarna kuning, biru, hitam, putih, merah, coklat. Presentasi yang mewakili toko Sari Kelapa dan pudak menjadi ikon utama dari narasumber. Maskot tersebut menggunakan pakaian nelayan karena mata pencarian masyarakat Gresik Nelayan dan Petani. Karena Gresik Kota Santri dan banyak wisata religi maka peneliti ini membuat Maskot Yuk Kelapa santriwati dengan pakaian muslim dan Al-qur'an. Maskot tersebut akan dijadikan refrensi karya oleh penulis dari segi figure berbentuk seperti manusia, akan tetapi dibagian kepala diganti dengan pudak khas Gresik yang menjadi ikon utama.

2.2.2 Desain Maskot ISI Padang Panjang



Gambar 2. 2 Maskot Isi Padang Panjang

Sumber:

<https://jurnal.instiki.ac.id/index.php/jurnalbahasarupa/article/view/490/177>

Karya milik Olvyanda Ariesta 2020 [11]. Karya ini menampilkan sebuah maskot yang berbentuk hewan yakni burung Kuau Raja, yang berasal dari Sumatra Barat dan diberi nama Si Kuaw. Si Kuaw singkatan dari Seniman dan Ilmuan seni yang Kreatif, Unggul, Analitis, dan Wibawa. Si Kuaw ini memiliki ciri khas yang mengenakan kostum dengan hiasan kepala yang disebut tunjak dan kain samping, yang merupakan kostum Sumatra. Karena cakupan melayu yang luas, maka dibatasi hanya untuk wilayah di Sumatra saja. maskot tersebut akan dijadikan referensi oleh penulis karena memiliki unsur tradisional yakni menggunakan iket atau ikat kepala.

2.3 Desain Maskot Kota Surabaya



Gambar 2. 3 Maskot Cak Sura & Cak Baya

Sumber : [Maskot Surabaya - Cak Sura dan Cak Baya by agungrangga \(kreavi.com\)](http://Maskot Surabaya - Cak Sura dan Cak Baya by agungrangga (kreavi.com))

Maskot Surabaya ibukota dari Provinsi Jawa Timur ini menampilkan karakter hewan yakni hiu dan buaya, menurut etimologinya berasal dari kata Sura atau Suro dan Baya atau Boyo. Suro adalah sejenis ikan hiu, sedangkan boyo adalah istilah Jawa untuk buaya. Kedua hewan ini merupakan hewan terkuat yang juga menjadi symbol kota Surabaya, dan diambil dari istilah Sura Ing Baya yang berarti “berani menghadapi bahaya” karena Surabaya dikenal sebagai kota Pahlawan. Maka maskot Surabaya ini bernama Cak Sura dan Cak baya adalah karakter yang diperkenalkan dari asal usul kota Surabaya. Kata “Cak” merupakan sebuah panggilan akrab untuk laki-laki bagi masyarakat Surabaya. Maskot Cak Sura dan Cak Baya ini mengenakan aksesoris penutup kepala tradisonal yaitu Blangkon yang berasal dari Jawa. Maka maskot tersebut akan dijadikan referensi oleh penulis karena sumber ide pembuatan terinspirasi dari etimologinya.

2.4 Landasan Teori

2.3.1 Maskot

Maskot adalah orang, hewan, atau benda yang diperlakukan oleh kelompok sebagai simbol keberuntungan atau perlindungan dan maskot

sering digunakan untuk menghidupkan suatu kegiatan sehingga maskot menjadi ciri dari kegiatan tersebut [12]. Maskot umumnya mewakili dari sekolah, perguruan tinggi, klub, atau produk komersial. Tujuan pembuatan maskot adalah membangun identitas brand yang positif dan menarik perhatian audience, dan peran utama maskot dalam membangun identitas brand adalah memberikan nilai recognability (mudah dikenali) dan memorability (mudah diingat) ketika sebuah merek di buat dari karakter yang mirip manusia dengan memberikan wajah, tangan atau kaki, maskot tersebut menjadi hidup dan akan mudah [13]. Maskot sebagai alat komunikasi yang dapat digunakan sebagai promosi yang efektif dalam waktu dekat, maupun dalam jangka panjang [14].

- Fungsi Maskot, yaitu [15] :
 1. Maskot, sarana komunikasi dengan masyarakat dan konsumen.
 2. Maskot mengangkat citra merek.
 3. Maskot terlihat eksklusif dan bernilai tinggi
 4. Maskot akan tampil menarik dalam menjadi sorotan dan perhatian pengunjung atau audience dan terkesan mencuri perhatian
 5. Maskot adalah tipe pemasaran yang efektif dalam periklanan.
 6. Konsumen membutuhkan representasi visual yang melampaui dari kata-kata pemasaran agar konsumen jatuh hati dengan maskot dan Tindakan mereka yang menjadi citra lucu.
- Manfaat Maskot, yaitu [5] :
 1. Komunikasi, menjadi penghubung yang baik antara pengguna dengan produk dan cepat menyampaikan pesan kepada pengguna atau audience.
 2. Fleksibilitas personifikasi, menunjukkan bahwa maskot yang dibuat dengan baik dapat bekerja lebih efektif dari pada dukungan produk dengan bantuan orang terkenal.
 3. Dapat diingat dan dapat dikenali.

4. Penandaan visual, maskot menghadirkan peluang luas untuk penandaan visual dari identitas dan dapat digunakan dalam logo, spanduk, stiker dan merchandise.
5. Daya tarik emosional, maskot merupakan metode yang dapat memberikan pemicu dan umpan tarik emosional.

2.3.2 Desain Maskot

Desain Maskot adalah representasi, perencanaan dan pembuatan sketsa dari berbagai elemen terpisah menjadi satu kesatuan yang utuh [16]. Dalam sebuah karya desain diperlukan sebuah perancangan agar karya tersebut dapat tertata sesuai dengan ide dasar yang telah dikonsepskan, dengan menggunakan elemen-elemen desain seperti [17]:

1. Titik, adalah bentuk kecil yang tidak memiliki dimensi
2. Garis, merupakan gabungan dari beberapa elemen titik yang disejajarkan
3. Bidang, gabungan dari beberapa elemen garis yang titik ujungnya saling bertemu
4. Color, memiliki 2 warna RGB (*Red, Green, Blue*) merupakan warna yang timbul karena sinar dan warna CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black*).
5. Tekstur, permukaan objek atau benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba.
6. Ruang, adalah jarak antar elemen desain grafis. Seperti objek, latar belakang, dan teks.

2.3.3 Desain Karakter

Desain karakter, proses mevisualisasikan karakter sesuai dengan nama karakter, bentuk tubuh, gaya gambar, pose, ekspresi, dan gaya pakaian karakter ditentukan, intinya ada korelasi antara cerita, gambar dan desain karakter. berguna untuk menciptakan konsep karakterisasi yang matang [18]. Konsep dasar karakter dibagi menjadi 2:

1. Konsep karakter segi fisik, yakni memilih jenis karakter mau manusia, hewan, atau bentuk lainnya, tentukan jenis kelaminnya, beri nama karakter, dan tentukan usia, warna kulit disesuaikan dengan asal karakter.
2. Konsep karakter psikologis, yakni dilihat dari sifat dan kepribadiannya, karena pengrajin sandal dikampung bandol orang-orangnya sangat bersemangat, ramah, kreatif, tidak mudah menyerah.

2.3.4 Media

Dalam promosi banyak sekali media yang dapat digunakan, seperti media cetak, media *outdoor*, dan *merchandise*. Penulis juga akan merancang signsytem sebagai alternatif penanda di Kampung Bandol.

1. Media Cetak

Media cetak merupakan penyalur pesan kepada penerimanya, dalam bentuk tulisan atau gambar yang dicetak dengan kertas seperti surat kabar, majalah, tabloid, brosur, pamflet, poster, leafet dan media cetak mempunyai kelebihan yakni [19]:

- Dapat dibaca berkali kali
- Membuat seseorang berpikir secara spesifik
- Dapat disimpan
- Harganya cukup murah
- Mampu menjelaskan yang bersifat kompleks dengan baik

Selain alat menjangkau publik, media cetak juga menjadi sarana untuk menghubungkan pembeli dan penjual. Dalam perancangan ini penulis akan menggunakan media cetak poster dan brosur. Poster adalah gambar pada selmbar kertas yang pada umunya ditempel atau dipajangkan kepada khalayak di tempat umum dengan gambar dan tulisan yang menonjol, sedangkan brosur adalah bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman sehingga menyurapai buku [20]. Brosur dan poster ini akan di tempat umum yang strategis yakni di pasar, alun-alun,

jalan umum dan tempat keramaian lainnya dan brosur di tempat publik seperti membagikan langsung ke pelanggan, membagikan di tempat publik lobby hotel, stasiun, swalayan/pasar, dan alun-alun.

2. Media *Outdoor*/ Luar Ruang

Media luar ruang adalah alat komunikasi komersial tradisional yang digunakan sebagian besar produsen untuk memberikan informasi dan memperkuat identitas produk di benak konsumennya. Media yang digunakan baliho [21]. Baliho, merupakan media yang digunakan untuk mempromosikan kegiatan atau produk untuk memberitahukan informasi dan peletakan baliho di pinggir jalan [22]. Alasan penulis memilih baliho mudah dipindah atau praktis, dan biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar.

3. *Merchandise*

Merchandise merupakan media periklanan yang cukup memberi kesan kepada konsumen, membangun citra, dan termasuk reproduksi media cetak. Contoh produk yang dihasilkan dapat berupa buku, kalender, mug, gantungan kunci, pin, *packaging*, *shoppingbag*, T-shirt dan sebagainya [23]. *Merchandise* memiliki fungsi yakni [24]:

- Sebagai branding perusahaan atau jasa
- Sebagai tanda terima kasih karena telah berpartisipasi dalam acara tersebut.
- Sebagai pembeda dengan perusahaan lainnya

Alasan penulis membuat *merchandise*, untuk menarik perhatian konsumen, menonjolkan salah satu keistimewaan, dan biaya ekonomis. produk media yang digunakan pada penelitian ini berupa gantungan kunci, stiker, dan *shoppingbag* karena gantungan kunci bisa dibawa kemana-mana dan *shoppingbag* di karenakan alat untuk menyimpan barang dan bisa menjadi media promosi yang efektif.

4. *Signsystem* (penanda)

Signsystem berasal dari Bahasa Inggris, yaitu “*sign*” yang berarti tanda atau lambing dan “*system*” yang berarti aturan. *Sign system* adalah sebuah system penandaan yang sesuai dengan kebudayaannya masyarakat, selain sebagai petunjuk, penamaan, penyampaian informasi singkat dan dapat dimengerti oleh masyarakat [25]. Karena lokasi Kampung Bandol yang berada di tengah jalan maka *signsystem* Kampung Bandol menggunakan *free standing sign*, yang tidak terpasang pada suatu bangunan tetapi ditopang oleh satu atau dua tiang sehingga dapat berdiri tegak di atas tanah sehingga pengguna jalan dapat memahami informasi yang disampaikan.