
Kajian Karakter Maskot Sebagai Representasi Identitas Universitas Bumigora

I Nyoman Yoga Sumadewa¹

¹Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Bumigora Mataram

Jl. Ismail Marzuki Mataram, Telp (0370) – 634 498

¹yoga_sumadewa@yahoo.com

ABSTRAK

Penggabungan antara STMIK Bumigora dan STIBA Bumigora Mataram menghasilkan sebuah bentuk baru yang disebut sebagai Universitas Bumigora (UBG), hal ini membuat sebuah tantangan baru bagi Universitas Bumigora, salah satunya mempromosikan nama baru dikalangan masyarakat yang lebih mengenal STMIK Bumigora Mataram. Meninjau berbagai Universitas di luar negeri yang menggunakan maskot sebagai salah satu alat komunikasi promosi. Karakter merupakan salah satu gambaran tokoh atau sifat nyata yang ditunjukkan untuk melogikakan sesuatu yang imajinatif agar lebih mudah dipahami dan mudah diingat, salah satunya adalah maskot yang berwujud tokoh yang mewakili suatu lembaga/perusahaan. Maskot Universitas Bumigora ini merupakan hasil dari konsep desain yang di rancang menggunakan metode pengembangan multimedia oleh Vilamil-Molina sehingga sesuai dengan kaidah desain komunikasi visual dan mampu mempromosikan Universitas Bumigora.

Kata kunci: Maskot, Desain, Karakter

ABSTRACT

The merger between STMIK Bumigora and STIBA Bumigora Mataram produced a new form called Bumigora University (UBG), this created a new challenge for Bumigora University, one of which promoted a new name among people who were more familiar with STMIK Bumigora Mataram. Reviewing various universities abroad that use mascots as a promotional communication tool. Character is one of the figures depictions or real traits that are shown to logic something that is imaginative so that it is easier to understand and easy to remember, one of which is the mascot in the form of a figure who represents an organization / company. The Bumigora University mascot is the result of a design concept designed using the multimedia development method by Vilamil-Molina so that it complies with the rules of visual communication design and is able to promote Bumigora University.

Keywords: Mascot, Design, Character

I. PENDAHULUAN

Universitas Bumigora Mataram (UBG) merupakan bentuk baru dari hasil penggabungan STMIK Bumigora Mataram dan STIBA Bumigora Mataram. Keduanya berada disatu payung yayasan Yayasan Pendidikan Eksekutif Komputer. Direncanakan UBG akan secara aktif akan beroperasi tahun 2019 apabila tidak ada halangan yang berarti. Pergantian jubah institusi ini tentunya akan mengundang tantangan yang lain. Salah satu contohnya memperkenalkan nama baru Universitas Bumigora Mataram dikalangan masyarakat, yang sudah sejak lama mereka lebih mengenal STMIK Bumigora Mataram. Tantangan berikutnya yaitu meyakinkan masyarakat umum bahwa UBG ini memiliki kualitas yang lebih baik dari bentuk kelembagaan sebelumnya. Dibutuhkan sebuah komunikasi yang intens dan berkualitas terkait untuk mengatasi tantangan

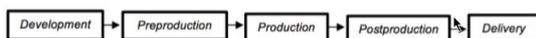
yang muncul seiring dengan perubahan jubah instusi. Meninjau beberapa universitas di luar negeri seperti University of California Santa Cruz, dan Princeston University mereka menggunakan maskot sebagai salah satu alat komunikasi promosi. Dan beberapa perusahaan telekomunikasi seperti Oppo dan Smartfren juga menggunakan maskot untuk kepentingan promosi pada bisnis yang mereka jalani. Disimpulkan secara singkat maskot mampu hadir sebagai media promosi UBG. Agar dapat secara beriringan dengan ijin penyelenggar.

II. METODOLOGI

1. Metode

Metode penelitian semiotika ini melalui beberapa tahap penelitian yang dapat dilihat secara umum melalui diagram di bawah ini: Proses metode pengembangan

multimedia ini juga akan digunakan sesuai dengan perancangan suatu karya 3D (3 Dimensi) yang sesuai dengan harapan, dimana pada proses pembuatan karakter maskot ini bertujuan untuk dijadikan sebagai media promosi pada Universitas Bumigora. Berikut ini adalah tahapan dari metode pengembangan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Metode Pengembangan Multimedia

a. Development

Digunakan untuk mengembangkan mulai dari konsep multimedia yang dibentuk berdasarkan ide yang ada dan juga menentukan tujuan dan sasaran apa yang akan dicapai. Tujuan yang akan dilakukan dalam perancangan ini adalah membuat karakter yang bernuansa teknologi melalui karakter design. Seperti sifat dari karakter.

b. Preproduction

Preproduction Digunakan untuk merencanakan riset dalam pembuatan konten konsep ide, dimana pada tahap ini proses preproduction mengembangkan kontrol suatu proses seperti siapa saja yang terlibat pada proses perancangan multimedia ini, contohnya kru produksi audio, video, serta perangkat lunak yang digunakan dalam merencanakan riset pada konten, skrip dan storyboard pada konten konsep ide.

c. Production

Pada Tahap ini Mulai dilakukannya aktifitas yang berhubungan dengan riset konten pengembangan animasi komputer grafik 2D menjadi grafik 3D yang tampak seperti wujud nyata, pada tahap ini pengembangan multimedia ini sebelumnya telah merekatkan apa yang sudah dibuat sehingga menjadi sebuah produk yang utuh yang siap untuk diuji.

d. Postproduction

Pada tahap ini proses postproduction pengembangan

multimedia telah memasuki tahap pengujian. Tetapi sebelumnya memasuki tahap uji produk tersebut harus dievaluasi terlebih dahulu dengan memperhatikan aspek-aspek seperti desain, tujuan, sasaran, konten grafis dan lain-lain. Sehingga produk tersebut lolos dalam pengujian.

e. Delivery

Merupakan tahapan paling akhir dari pengembangan produk multimedia ini, dimana pada tahap ini menggunakan beberapa tahap seperti presentasi kelompok, presentasi individual dan melalui internet. Pada metode ini berkaitan dengan pengemasan.

2. Definisi Perancangan

Menurut Al-Bahra, perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternative sistem yang terbaik[1].

3. Definisi 3D Modeling

3D modelling adalah sebuah proses untuk menciptakan objek 3D yang ingin dituangkan dalam dunia nyata, yang dapat membuat dan mendesain objek sehingga terlihat hidup. 3D modelling mempunyai komponen penyusunan objek yang dapat dikelompokkan sebagai berikut yaitu:

Vertex yaitu komponen dasar pembentukan objek berupa titik sudut dalam ruang 3D yang merupakan titik koordinat dari sebuah polygon, yang dapat memodifikasi sebuah objek pada posisi vertex.

Edge merupakan garis yang menghubungkan vertex yang satu dengan yang lainnya, dalam edge ini juga terdapat garis-garis penghubung yang dapat membentuk sebuah polygon tertutup, edge ini juga dapat dilakukan dengan memodifikasi garis yang membentuk sebuah objek.

Face merupakan elemen yang lebih kecil terbentuk dalam bidang segitiga.

Bentuk sebuah polygon pada face merupakan gabungan dari face yang terdiri dari vertex dan edge.

Polygon merupakan bidang persegi banyak pada permukaan objek yang dibatasi oleh beberapa edge. Polygon sendiri adalah element tertinggi dari sebuah objek mesh. Polygon merupakan sub-objek yang dibentuk dari rangkaian vertex, edge, dan face. Sebuah polygon dapat berbentuk segitiga, segiempat, segilima, dan seterusnya.

Element merupakan kelompok polygon yang saling terhubung. Jenis 3D modelling terbagi menjadi 4 yaitu :

- a. Skin modelling,
 - b. Face modelling,
 - c. Muscle modelling, dan
 - d. Hair modelling
4. Pengertian Karakter Maskot
- a. Karakter

Menurut W.B. Saunders, karakter adalah penggambaran tokoh, sifat nyata dan berbeda yang ditunjukkan oleh individu. Meskipun karakter tokoh ciptaan ini merupakan hasil imajinasi yang tidak dapat diterima secara rasio[2]. Karakter ini mencoba melogikakan sesuatu yang imajinatif dengan mencoba memberikan penekanan ekspresi tertentu agar tampak lebih mudah dipahami dan mudah diingat oleh masyarakat. Penggambaran karakter itu sendiri haruslah menarik dan sesuai dengan ciri khas karakter tersebut. Setiap karakter akan lebih kuat, bermakna dan hidup apabila dipahami segala sesuatu tentang karakter tersebut seperti fisik, sifat, latar belakang, ataupun historinya. Sehingga dapat dideskripsikan dengan baik bentuk karakter yang akan dikembangkan.

- b. Jenis-jenis karakter

Karakter animasi itu merupakan suatu teknik penggambaran dan pengolahan karakter baik 2 dimensi

maupun 3 dimensi sehingga karakter tersebut tampak seakan hidup. Sebelum membentuk karakter 3 dimensi, terlebih dahulu menentukan bentuk/ benda yang akan dibuat seperti sifat dan warnanya. Apabila bentuk dari karakter tersebut berbentuk seperti manusia maka ia harus mempunyai tangan, kaki, mata, hidung, mulut, badan, dan lain-lain. Pada karakter manusia itu juga jika dilihat dari sifat dan fisiknya ada yang memiliki sifat pemarah, lembut, penakut, baik, dan pemberani, begitu juga dengan fisik ada tinggi, gemuk, kurus, memiliki rambut, mata, mulut, hidung dan lain lain.

Jenis jenis karakter dapat dikategorikan menjadi 2 karakter yaitu dalam wujud 2 dimensi dan 3 dimensi. Contoh karakter pada 2 dimensi yaitu wayang, kartun, dan anime, sedangkan contoh karakter pada 3 dimensi yaitu despicable me, final fantasy, jimmy neutron, dan lain-lain.

- c. Karakter promosi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya karakter merupakan suatu penggambaran tokoh, sifat nyata dan berbeda yang ditunjukkan oleh individu, atau dengan kata lain karakter adalah satu bentuk ilustrasi yang hadir dengan konsep seperti manusia. Meskipun karakter tokoh ciptaan ini merupakan hasil imajinasi yang tidak dapat diterima secara rasio. Sedangkan promosi berasal dari kata promote yang berarti mempunyai makna meningkatkan sesuatu atau menyampaikan pesan dari yang tidak dikenal menjadi lebih dikenal oleh masyarakat[3]. Strategi promosi yang akan dilakukan dengan menggunakan media maskot dalam bentuk 3D (3 dimensi), sebagai salah satu usaha untuk mempromosikan STMIK Bumigora Mataram. Dengan mengadakan promosi tersebut STMIK Bumigora Mataram diharapkan mampu untuk lebih menarik perhatian calon mahasiswa baru, dan dengan adanya

berupa karakter promosi maskot ini masyarakat atau calon mahasiswa baru agar lebih mudah dikenali.

d. Maskot

Maskot merupakan bentuk atau benda (orang, binatang, objek lainnya yang berwujud tokoh yang mewakili suatu lembaga/perusahaan. Maskot ini juga merupakan tokoh rekaan/fantasi yang bisa berwujud 2 Dimensi (2D) atau 3 Dimensi (3D). Dalam perkembangannya maskot juga digunakan untuk kepentingan branding ataupun promosi, karena maskot yang menarik akan lebih mudah diingat oleh masyarakat.[4]. maskot yang dibuat akan diberikan nama panggilan yang sesuai dengan karakter dari maskot itu sendiri.

5. 3 Dimensi

3 Dimensi adalah bentuk dari benda objek yang memiliki panjang, lebar, dan tinggi. Grafis 3 Dimensi merupakan teknik penggambaran yang berpatokan pada titik koordinat sumbu X (datar) sumbu Y (tegak) dan sumbu Z (miring). Grafik 3 Dimensi merupakan pengembangan dari grafik 2 Dimensi di dalam grafika komputer, 3 Dimensi merupakan bentuk grafik yang menggunakan representasi data geometri 3 Dimensi. 3 Dimensi memiliki kedalaman (volume) bentuk. 3 dimensi ini juga dapat dikatakan sebagai animasi yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (point of view). Tahapan dalam animasi 3D ini secara keseluruhan di kerjakan dengan komputer, mulai dari tahapan modelling, texturing, lighting, sampai rendering. Keunggulan utama dari pada 3D ini adalah fisualisasi objek tampak

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

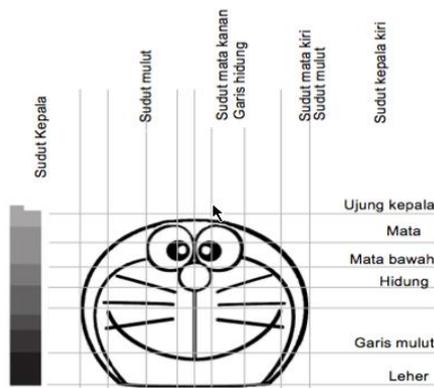
1. Development

Merupakan tahapan dimana konsep dan tujuan ditentukan berdasarkan ide yang telah dicapai dalam perancangan modeling karakter maskot ini. Berikut :

- a. Nama tokoh karakter maskot adalah HEB, nama ini diambil dari Panggilan akrab di kalangan anak muda Lombok. Nama HEB juga merupakan singkatan dari Hebat Empati Berdaya saing. Nantinya nama HEB juga akan digunakan dalam jargon Universitas Bumigora.
- b. Fisik karakter ini, memiliki fisik yang berbentuk seperti postur tubuh remaja yang dibuat kartun terlebih dahulu atau 2D kemudian akan dikembangkan menjadi 3D, dengan menggunakan bentuk contoh super hero. Memiliki tubuh yang ramping, memiliki tangan dan kaki.
- c. Pakaian yang dikenakan oleh tokoh karakter HEP atau maskot ini adalah menggunakan seragam, dan juga warna yang dipilih adalah warna yang sesuai dengan warna logo pada STMIK Bumigora Mataram. Tidak lupa pada karakter HEB

2. Preproduction

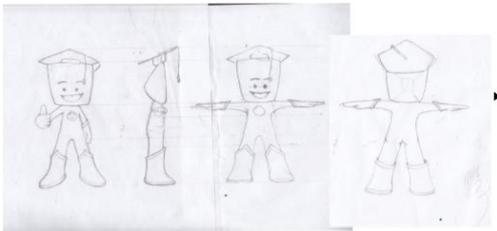
Tahap ini merupakan tahapan dimana proses perencanaan akan riset pembuatan konten script dan storyboard pada konsep ide dilakukan. Pengelolaan ide dimulai dengan membuat survey sederhana yang peneliti lakukan terhadap sejumlah responden. Dari pertanyaan-pertanyaan pada survey kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti simpulkan, bahwa sejumlah responden cukup banyak yang mengetahui maskot itu apa, pada umumnya dikalangan remaja cukup signifikan seperti calon mahasiswa baru yang begitu antusias terhadap adanya maskot ini, karena merupakan satu-satunya perguruan tinggi swasta di NTB yang akan memiliki maskot sebagai bentuk perwujudan perguruan tinggi tersebut. Dapat disimpulkan pula dari hasil kuesioner yang dilakukan bahwa jenis karakter animasi



Gambar 3.1 Konsep Desain karakter

a. Desain Karakter

Berikut adalah hasil konsep desain yang telah peneliti lakukan sebelumnya yang dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut:



Gambar 3.2 Konsep karakter

b. Penggayaan

Gaya perancangan karakter maskot ini adalah superhero, yaitu bentuk karakter yang memiliki penampilan yang stylized dan dari hasil riset dari beberapa narasumber yang telah peneliti kumpulkan dari hasil kuesioner. Karakter maskot ini juga berhubungan dengan IT/teknologi, yaitu bentuk karakter yang memiliki penampilan yang konsisten dalam pemberian bentuk.

c. Bentuk Karakter

Wajah doraemon sebagai wakil dari karakter yang banyak diminati dari hasil sejumlah presentase responden yang peneliti sajikan dalam kuesioner, karakter maskot ini memiliki sifat seperti: Setia dan ramah, jujur, berani, bertanggung jawab, kuat, luwes, sabar, dan cerdas

Ramah dan setia: Sosok karakter ini memiliki sifat yang selalu peduli terhadap kawan.

Jujur: Karakter ini memiliki kemampuan sendiri dalam bertindak seperti apa adanya baik secara fisik maupun perilaku.

Berani: Karakter ini memiliki sifat berani bertindak alam mempertahankan diri dari berbagai resiko dengan kemampuan yang dimilikinya.

Bertanggung jawab: Karakter ini juga menceritakan sifat tanggung jawabnya terhadap perbuatan perilaku dan bertanggung jawab menghadapi tantangan didepannya.

- Wibawa: Mengisahkan sosok karakter yang berwibawa dengan postur tubuh yang tegap.
- Kuat: Memiliki kekuatan fisik yang super yang mampu mengalahkan lawannya.
- Luwes: Karakter HEB ini juga pandai dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya.
- Sabar: Mampu menahan diri untuk tidak tergesa-gesa dalam bertindak.
- Cerdas: Cerdik dan cerdas dalam mengoptimalkan kemampuan dirinya pada waktu yang tepat.

d. Gesture

Gesture/ gerakan tubuh menunjukkan gerakan anggota tubuh untuk mengkomunikasikan berbagai makna. Pada gesture karakter maskot ini sangat penting serta dapat memperjelas apa yang sedang karakter lakukan. Gesture tersebut akan semakin kuat dan akan menjadi kepribadian karakter jika didukung dengan ekspresi wajah dari karakter tersebut[3].

- Senyum: Ada berbagai tingkat kebahagiaan, mulai dari hiburan hingga tawa gembira dan sedih. Sifat dari karakter ini dapat

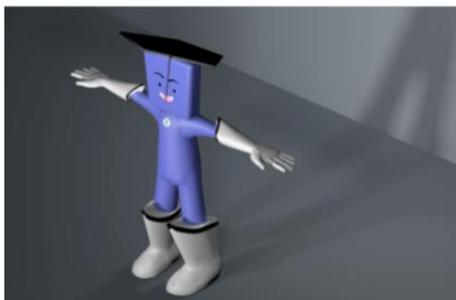
dilihat dari ekspresi wajah. Dalam hal ini, ekspresi wajah tersenyum pada karakter maskot ini menggambarkan sifat ramah.

- Tertawa: Ekspresi wajah tertawa ini dimunculkan pada karakter ini saat merasa bahagia. Dalam hal ini, sifat yang ingin disampaikan melalui ekspresi ini adalah sifat jujur.

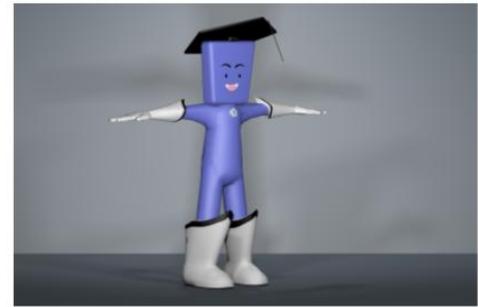
3. Production

Tahap ini adalah mentransformasikan dari bentuk 2 dimensi menjadi bentuk 3 dimensi melalui aplikasi blender. Aplikasi blender mampu merubah tampilan 2 dimensi menjadi 3 dimensi. Karena aplikasi ini lebih spesifik untuk pengembangan material 3 dimensi. Adapun tahapan dalam mengkonversi dari bentuk 2 dimensi menjadi 3 dimensi yaitu: langkah pertama yaitu memasukan obyek 2 dimensi berupa sketsa yang telah peneliti rancang sebelumnya kemudian dituangkan kedalam software aplikasi blender. Pada gambar sketsa tersebut kemudian peneliti menjadikannya sebagai acuan dalam pembentukan modeling karakter maskot ini bermula dari tahap pembuatan modeling toga hingga bagian anggota tubuh lainnya.

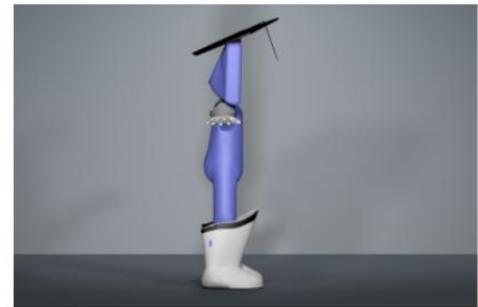
Langkah kedua pada perancangan ini yaitu Texturing dimana pada tahap ini adalah tahap pemberian warna pada karakter tersebut dengan menggunakan software aplikasi photoshop. Langkah ketiga yaitu tahap Riving dalam tahap ini yaitu dilakukannya proses pemberian kerangka tulang atau bone yang berfungsi untuk dapat diberikan pergerakan seperti yang diinginkan.



Gambar 3.3 Konsep desain karakter



Gambar 3.4 Konsep desain karakter



Gambar 3.5 Konsep desain karakter

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada BAB sebelumnya penelitian dalam skripsi ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa telah dibangun sebuah karakter maskot sebagai media sarana untuk memperkenalkan Universitas Bumigora, yang dapat diambil dari beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebuah perancangan karakter maskot membutuhkan sebuah karakter yang mudah dikenal oleh masyarakat banyak dan bersifat unik, pada permasalahan ini dalam perancangan karakter maskot tersebut, peneliti memecahkan masalah tersebut dengan mengadaptasi dari animasi yang sudah tidak asing lagi atau banyak dikenal oleh masyarakat dan melekat pada mereka yaitu karakter doraemon, sehingga peneliti mengadaptasi dari sifat karakter, latar belakang karakter, yang dapat dikembangkan untuk menganimasikannya seperti ekspresi karakter, gerakan karakter dan gesture karakter, sehingga mampu

menampilkan sebuah karakter yang lebih hidup dan memiliki jiwa sendiri yang mudah dikenal dan diingat masyarakat.

2. Pada uraian hasil dan kuesioner yang telah peneliti sebar ke beberapa calon mahasiswa baru dan mahasiswa STMIK Bumigora Mataram, jika dilihat dari hasil pengujian yang sudah dilakukan bahwa hasil presentase tingkat lebih tinggi pada karakter yang paling banyak diminati yaitu karakter doraemon yang dimana peneliti menjadikannya sebagai acuan pada perancangan modelling ini.
3. Pada modelling karakter ini peneliti memberikan nama maskot tersebut dengan nama "HEB" yang diambil dari singkatan Hebat, Empati, Berdaya saing.
4. Maskot ini adalah tokoh imajiner yang diciptakan untuk menjadi simbol maskot pada Universitas Bumigora yang digunakan untuk meningkatkan strategi sebagai media promosi.

PERSANTUNAN

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan Penelitian Perguruan Tinggi, "Kajian Perancangan Karakter Maskot Universitas Bumigora" dapat terselesaikan.

Penelitian ini dapat selesai berkat bantuan dan kerjasama semua pihak, oleh sebab itu peneliti ucapkan kepada :

Ketua STMIK Bumigora Mataram yang telah mendukung penuh kegiatan penelitian ini.

Semua Pihak yang telah membantu kegiatan pengabdian ini sehingga bisa diselesaikan.

Demi untuk perbaikan dalam penelitian berikutnya, penulis mengharapkan sumbang saran yang bersifat konstruktif. Semoga penelitian ini dapat memberikan sumbanghan khasanah

ilmu pengetahuan yang baru khususnya di STMIK Bumigora Mataram dan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya. Mataram, Desember 2018

REFERENSI

- [1] moh. Nazir, "Analisis dan Perancangan 3D Modelling Karakter dan Background Game The Hero Of Majapahit Menggunakan Metode Subdivision Modelling & Digital Sculpting.," 2014. [Online]. Available: http://respository.amikom.ac.id/files/Publikasi_i_10.11.3790. [Accessed: 17-Feb-2017].
- [2] D. dkk. Egi, "Perancangan Ekspresi dan Gesture untuk Karakter Animasi 3 Dimensi 'nyi anteh'.," 2016. [Online]. Available: http://repository.telkomuniversity.ac.id/files/Publikasi_Pera_ncangan_ekspresi_gesture_wajah.pdf. [Accessed: 12-Feb-2017].
- [3] T. Felynawati, "Rancang Bangun Company Profile 'Lily's Pie' yang Berbasis Animasi Vektor dan Promotion Tools.," 2015. [Online]. Available: repository.STIKOM.ac.id/files/Publikasi_08510160009.pdf. [Accessed: 12-Feb-2017].
- [4] R. Permata Sari Dian, "Si Loko Sebagai Maskot PT. Kereta Api Indonesia.," 2015. [Online]. Available: http://repository.padjadjaran.ac.id/files/Publikasi_11.21.0595.pdf. [Accessed: 23-Jan-2017].
- [5] Binanto, Iwan. (2010). Multimedia Digital Dasar Teori+Pengembangannya. Andi:Yogyakarta.
- [6] Binanto, Iwan. (2010) Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak Multimedia. Andi : Yogyakarta.
- [7] Muhammad janwardi, Arkom (2017). Pembuatan Animasi 3D Panduan Penggunaan PC Notebook. Skripsi Jurusan STIMIK Bumigora Mataram.
- [8] Narimawati, Umi. (2010). Teknik-Teknik Analisis Multivariate Untuk Riset Ekonomi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [9] Shobirin, Ahmad (2016). Rancang Bangun Video Animasi 3D Sebagai Media Pomosi Perumahan Lingkar Permai. Skripsi Jurusan STIMIK Bumigora Mataram