

Perancangan Desain Maskot Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan *Design Thinking*

Situbondo Regency Mascot Design With Design Thinking Approach

Abdurrohman¹
Addin Aditya²
Rina Nurfitri^{3*}

^{1,3}Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia Malang, Indonesia

²Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia Malang, Indonesia

¹apalahapalah306@gmail.com, ²addin@stiki.ac.id, ³rina.nurfitri@stiki.ac.id

*Penulis Korespondensi:

Rina Nurfitri
rina.nurfitri@stiki.ac.id

Riwayat Artikel:

Diterima : 31 Mei 2023
Direview : 12 Juli 2023
Disetujui : 27 Juli 2023
Terbit : 28 Juli 2023

Abstrak

Perancangan maskot Kabupaten Situbondo sudah melakukan riset terhadap Kabupaten Situbondo, karena banyak masyarakat luar Situbondo tidak tahu tentang Kabupaten Situbondo cuman Kabupaten terdekat saja. penulis mendapatkan beberapa informasi mengenai maskot tapi masyarakat Situbondo banyak tidak tau apa itu maskot dan fungsinya. Maskot digunakan tidak hanya untuk mempromosikan sebuah Kabupaten atau daerah, memberikan edukasi secara persuasif tentang Kabupaten atau daerah tersebut. Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ini menggunakan tehnik pengumpulan data observasi, wawancara, dan kuisioner. Pengumpulan data dilakukan online dengan membagikan kuesioner untuk memperoleh sebuah informasi yang akurat dan hasilnya digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. hasil yang didapat berupa karya maskot yang bernama simpan karya ini didapat dari sebuah informasi wawancara dan Ide dari maskot Kabupaten Situbondo ini diambil dari ikon Kabupaten yaitu perahu yang didesain hidup (antrophomorfism) layaknya icon Kabupaten dengan menggunakan topi khas (odheng) berupa motif kerang yang berasal dari lautan Kabupaten Situbondo dan menciptakan beberapa pose dari karakter maskot Kabupaten Situbondo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana menciptakan *city branding* melalui maskot untuk mempromosikan Kabupaten Situbondo.

Kata Kunci: Maskot, kota Situbondo, Karakter Situbondo

Abstract

The design of the Situbondo City mascot has carried out research on Situbondo Regency, because many people outside Situbondo do not know about Situbondo Regency, only the closest city. the author got some information about the mascot but many Situbondo people do not know what a mascot is and its function. Mascots are used not only to promote a city or area, but also to provide persuasive education about the city or area. The research method used in this design uses observation, interview, and questionnaire data collection techniques. The data collection is done online by distributing questionnaires to obtain accurate information and the results are used to achieve research objectives. a boat that is designed to live (anthrophomorphism) like a city icon by using a distinctive hat (odheng) in the form of a shell motif originating from the sea of Situbondo City and creating several poses from the mascot character of Situbondo Regency.

Keywords: Mascot, Situbondo city, Situbondo Character

1. Pendahuluan

Kabupaten Situbondo, merupakan Kabupaten kecil yang terletak di pesisir utara pulau Jawa. Kabupaten ini berasal dari Nama Pangeran Situbondo atau Pangeran Aryo Gajah Situbondo, Sedangkan menurut pemeo yang berkembang di masyarakat, arti kata Situbondo berasal dari kata Siti yaitu tanah dan Bondo yaitu ikat, hal tersebut dikaitkan dengan suatu keyakinan bahwa orang pendatang akan diikat untuk menetap di tanah Situbondo, Kenyataan mendekati kebenaran karena banyak orang pendatang yang akhirnya menetap di Kabupaten Situbondo. Dilihat dari tutur bahasanya, Mayoritas masyarakat Kabupaten Situbondo menggunakan bahasa Madura sebagai bahasa keseharian.

Arti nama yang unik, Kabupaten Situbondo juga memiliki keberagaman budaya, adat istiadat, wisata bahkan kerajinannya. Contoh Budaya yang ada di Situbondo adalah Ojung, Petik Laut dan ancak agung. Kemudian dari segi wisata Kabupaten Situbondo terkenal dengan pantai pasir putih dan Taman Nasional Baluran namun akhir ini banyak pula wisata yang baru bermunculan. Dengan adanya budaya dan wisata yang beragam, ditambah dengan kerajinan Batik Situbondo yang terkenal. Kabupaten Situbondo perlu memiliki citra khusus untuk mewakili semuanya.

Namun sangat disayangkan Situbondo belum memiliki maskot yang mewakili keberagaman Kabupaten Situbondo. Seperti yang dikatakan pak dwi sebagai pak kadis kominfo Kabupaten Situbondo. Situbondo juga perlu branding terhadap Kabupaten karena banyaknya wisata dan kebudayaan yang ada di Situbondo sangat menarik perhatian masyarakat luar Kabupaten Situbondo, terciptanya maskot untuk branding sebuah Kabupaten agar masyarakat Situbondo dan luar Situbondo mengenal Kabupaten serta isinya juga perlunya edukasi terhadap branding maskot Kabupaten Situbondo untuk masyarakatnya sendiri, Sehingga menciptakan perhatian publik kepada Kabupaten Situbondo. Peran maskot dalam membangun identitas Kabupaten Situbondo dapat membantu Kabupaten ini mudah diingat oleh masyarakat Situbondo atau luar Situbondo.

Maskot dapat menjadi alat komunikasi sekaligus proses yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks "awareness" atau kesadaran untuk jangka pendek, dan "loyalty" untuk jangka panjang. Salah satu penerapan penguatan *brand awareness* adalah adanya maskot sebagai suatu representasi visual terhadap instansi, lembaga maupun perusahaan. Selain itu, peran maskot menjadi esensial sebagai suatu alat komunikasi yang membawa misi tertentu, bahkan maskot juga mempunyai peran sebagai salah satu media promosi yang strategis. [1]

Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu menggambarkan sebuah Kabupaten, filosofi, membawa gambaran visi dan misi, serta mampu menjadi bagian dari publik itu sendiri. Maskot digunakan tidak hanya untuk mempromosikan sebuah Kabupaten atau daerah, namun juga memberikan edukasi secara persuasif tentang Kabupaten atau daerah tersebut. Maskot dapat menaikkan citra dari perusahaan. Seperangkat keyakinan, ide / gagasan, maupun kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek yang terbentuk dari pemrosesan informasi dari banyak sumber disebut citra. Citra juga disebut sebagai kesan yang timbul akibat pengetahuan, pengalaman dan pemahaman akan suatu kenyataan. Obyek, proses terbentuknya citra dan sumber yang terpercaya merupakan tiga hal penting dalam citra. [2]

Hampir setiap daerah di Indonesia, memiliki maskot sebagai sebuah identitas spesifik bagi daerah tersebut. Maskot tersebut biasanya diadopsi dari unsur-unsur geografis, kekayaan sumber daya alam, maupun sejarah kebudayaan sosial daerah setempat. Contohnya adalah Ikan Hiu Sura dan Buaya yang menjadi maskot Kabupaten Surabaya, Elang Bondol yang menjadi maskot Kabupaten Jakarta, Buah Apel yang menjadi maskot Kabupaten Batu, Beruang Madu yang menjadi maskot Kabupaten Balikpapan, Bekantang yang menjadi maskot Kabupaten Tarakan, dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan perancangan desain maskot Kabupaten Situbondo. Desain ini berguna untuk menciptakan perhatian kepada publik Kabupaten Situbondo.

harapan dari seorang penulis bahwa desain maskot ini dapat digunakan kedepannya untuk memperkenalkan identitas Kabupaten Situbondo.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumen. Sedangkan untuk instrument pengumpulan data berupa lembar wawancara dan angket.

Sedangkan Metode perancangan yang digunakan adalah *design thinking* dari David Kelley dengan beberapa tahapan yaitu, *empathize, define, ideate, prototype, test*. Metode perancangan ini dilakukan dengan penyesuaian pada pembahasan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan Data (*Emphatize*)

Observasi

Observasi dilakukan kebeberapa instansi Pemerintah Kabupaten Situbondo Seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Situbondo, beberapa masyarakat terdahulu & Dinas Kominfo. Hasil observasi adalah (1) Perlunya perubahan terhadap Kabupaten Situbondo dan Perlunya Pematenan terhadap ciri khas Situbondo. (2) Perlunya pengenalan terhadap Peran Maskot Untuk Kabupaten Situbondo. (3) Edukasi terhadap Masyarakat Situbondo gunanya maskot bagi Kabupaten Situbondo

Wawancara

Wawancara pertama bersama Ibu Tutik sebagai Kepala Bagian Dinas Pariwisata Kabupaten Situbondo. Situbondo butuh branding terhadap Kabupaten. Sedangkan wawancara kedua dan ketiga Bersama Pak Duwik sebagai kepala bagian Dinas Kominfo Kabupaten Situbondo sebagai informan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dan data tentang Maskot Kabupaten Situbondo.

Maka bisa disimpulkan menurut Bapak Dwi dan Ibu Tutik menginginkan adanya perubahan untuk Kabupaten Situbondo Agar meluas dan dikenal oleh masyarakat Luar Situbondo tentang Kabupaten Situbondo Melalui peran Maskot,

Menurut para Masyarakat Terdahulu Kabupaten Situbondo dari sejak dahulu Kabupaten Situbondo tidak memiliki sesuatu yang dikenal dan dipatenkan sebagai ciri Khas Kabupaten Situbondo, Tidak hanya dari segi makanan dan Wisata saja tapi keseluruhan dan yang Mewakili Kabupaten Situbondo.

Kuesioner

Kuesioner adalah adalah salah satu metode pengumpulan informasi dari responden dengan efisien dan cepat. bentuk kuesioner berupa pertanyaan yang disusun dan dilaporkan ke google form kemudian diberikan kepada masyarakat awam dan sekitar Kabupaten Situbondo Pembagian kuesioner dilakukan secara online kepada para *audiens* yang nantinya hasil dari kuisisioner akan diolah dalam perancangan ini

Dokumen

Dokumen Bisa dilihat di beberapa instansi Pemerintahan Kabupaten Situbondo Tidak adanya Maskot atau Ciri yang mewakilkan Kabupaten Situbondo

Identifikasi Masalah (*Define*)

Kurangnya media promosi digital menyebabkan hasil dari kuisisioner dan wawancara yang sudah di dapat memberikan sebuah informasi bahwa belum adanya maskot Kabupaten Situbondo, sehingga menyebabkan masyarakat berandai andai bahwa maskot itu ada. Banyaknya logo wisata dan budaya di Kabupaten Situbondo dianggap sebagai maskot Kabupaten Situbondo. Maskot bisa dimanfaatkan sebagai media dalam berkomunikasi dengan publik sehingga ikut berperan dalam membangun brand menjadi lebih kuat.[3]

Berdasarkan hasil kuesioner sebanyak 18 orang tidak melihat maskot Kabupaten Situbondo dan juga sebanyak 3 orang berpendapat bahwa mereka melihat maskot dalam bentuk logo. Juga terdapat analisis 5W 1H terkait maskot Kabupaten Situbondo guna mengetahui kekurangan dan kelebihan perancangan maskot Kabupaten Situbondo, berikut analisis 5W+1H:

- 1 Apa yang menyebabkan Kabupaten Situbondo belum memiliki maskot? Dari hasil wawancara dan analisis menyatakan bahwa Kabupaten Situbondo belum memiliki maskot dan setiap pergantian periode Bupati di kabupaten Situbondo selalu melakukan perubahan sehingga menyebabkan tidak adanya pematenan citra khusus terhadap Kabupaten Situbondo seperti yang dikatakan oleh Bapak Dwi dan Ibu Tutik selaku Sekdis Kominfo dan Kepala Bidang Dinas Pariwisata Kabupaten Situbondo.
- 2 Mengapa Situbondo membutuhkan maskot ? karena sesuai data dan riset Kabupaten Situbondo perlu citra khusus untuk mengangkat Kabupaten Situbondo melalui maskot, sebelum perancangan ini dibuat Kabupaten Situbondo ini belum terlihat adanya maskot sejak tahun-tahun sebelumnya sehingga Kabupaten Situbondo perlu memiliki maskot
- 3 Kapan Kabupaten Situbondo memiliki Maskot Tetap ? sesuai peninjauan data sebelumnya Kabupaten Situbondo belum memiliki maskot dan lewat perancangan ini akan dibuat sebuah perancangan maskot Kabupaten Situbondo
- 4 Dimana maskot Kabupaten Situbondo akan dipasang ? menurut data dari artikel Kecamatan Panji menjadi kecamatan dengan penduduk terbesar di Kabupaten Situbondo, yakni 66,9 ribu jiwa. Kecamatan Besuki berada di posisi kedua karena dihuni 65,1 ribu jiwa.
- 5 Siapa yang membutuhkan desain maskot ini ? Kabupaten Situbondo yang akan membutuhkan karena akan menjadi citra dan ciri khas terhadap Kabupaten Situbondo
- 6 Bagaimana maskot Kabupaten Situbondo dirancang ? maskot akan dirancang melalui metode design thinking karena memiliki beberapa tahapan untuk membangun Maskot

Pemecahan Masalah (*Ideate*)

Melihat identifikasi masalah di atas, solusi yang dapat diberikan adalah melakukan perancangan maskot dengan mempertimbangkan strategi kreatif yang bisa menarik simpati masyarakat Kabupaten Situbondo. Karena dari hasil Analisa 5W 1H memerlukan sebuah maskot Kabupaten yang tetap agar bisa membantu branding terhadap Kabupaten. Salah satu strateginya adalah membuat maskot yang nantinya akan menjadi ikon Kabupaten Situbondo dan juga menambahkan pose maskot Kabupaten Situbondo

Perancangan (*Ideate*)

Perencanaan Maskot

Konsep yang akan dirancang adalah untuk branding terhadap Kabupaten Situbondo berupa maskot. Maskot ini bernama "Simpan" dan memiliki konsep sebagai berikut .

- a. Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia, karena didasarkan pada segmentasi geografis yaitu Indonesia.
- b. Warna yang digunakan adalah warna yang memiliki makna yang lebih kompleks dan kontradiktif daripada warna lain. Hal ini dapat dengan mudah dijelaskan dengan menunjukkan warna biru yang spesifik. Adapun beberapa warna pendukung yaitu merah, hijau, kuning, dan biru. Masing-masing memiliki arti sendiri-sendiri yaitu merah beraura kuat atau melambangkan kekuatan, warna hijau yang lekat dengan gambaran emosi. Selain itu, warna hijau juga identik dengan alam dan tumbuhan, warna kuning selalu diidentikkan dengan lambang kebahagiaan dan keceriaan. Sedangkan warna biru melambangkan adalah dapat diandalkan dan bertanggung jawab. Nilai aktual disajikan

melalui objek visual yang mempunyai unsur tekstur, warna, bentuk, garis dan lain sebagainya. Nilai konseptual dapat diamati melalui bagaimana sebuah objek visual disajikan sehingga berpengaruh pada perspektif pengamat atau pihak yang melihat.[1]



Gambar 1. Penggunaan Warna

- c. Jenis font yang akan digunakan adalah sans serif agar memberikan kesan yang inovatif dan modern. Selain itu jenis font sans serif lebih mudah dibaca oleh pengguna perangkat *mobile*. Font yang digunakan dalam maskot adalah Forte.

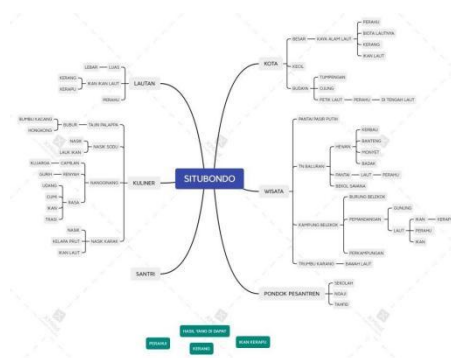


Gambar 2. Jenis Font

- d. Maskot yang akan digunakan adalah perahu karena di Kabupaten Situbondo memiliki ikon berupa perahu yang berada di pantai pasir putih situbondo dan juga ada beberapa ikon berbentuk mata hidung mulut. Kemudian di maskot ini akan menggunakan beberapa aksesoris yang melambangkan Kabupaten Situbondo yaitu batik Situbondo berupa topi atau disebut odheng
- e. Target Audiens
 - 1) Demografis : semua gender, dengan usia 10 tahun ke atas .
 - 2) Geografis : pada segmentasi bertujuan kepada masyarakat Kabupaten Situbondo
 - 3) Psikografis : Target audience yang memiliki kepribadian aktif dan rasa ingin tahu

Proses Perancangan Brainstorming

Selama tahap ketiga dari proses Design Thinking, untuk mulai menghasilkan ide. Kita telah tumbuh untuk memahami pengguna dan kebutuhan mereka di tahap *Empathize*, dan kita telah menganalisis dan mensintesis pengamatan Anda di tahap *Define*, dan berakhir dengan pernyataan masalah yang berpusat pada maskot. Setelah gabungkan dan mendapat kesimpulan dari hasil brainstorming dan Worst Possible Idea dan mendapat 3 pilihan yaitu perahu, kerang, dan ikan kerapu.

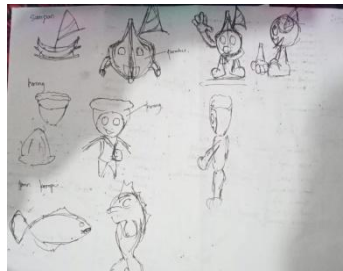


Gambar 3. Design Thinking

Perahu merupakan icon Kabupaten Situbondo yang berasal dari pantai pasir putih sehingga banyak yang mengenal bahwa Kabupaten Situbondo memiliki lautan yang luas dan indah begitu pula dengan terumbu karangnya sangat terjaga. Masyarakat dan para penduduk setempat untuk menuju ke tempat indah untuk melihat terumbu karang menggunakan sampan atau perahu khas Situbondo. Pantai ini dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai daerah terutama saat musim liburan yang langsung tertuju pada perahu dengan layar-layar yang berwarna warni berjejer rapih di tepian pantai. Perahu ini digunakan tidak seperti perahu pada umumnya untuk mencari ikan, namun digunakan hanya untuk wisata. Perahu ini ternyata sangat unik dan ramah lingkungan. Untuk menjaga ekosistem laut, perahu ini bergerak tanpa menggunakan mesin dengan bahan bakar fosil tapi memanfaatkan angin dengan layar lebar yang dipasang pada satu tiang.[5]

Sketsa

Kerang Kabupaten Situbondo sendiri lebih banyak dijadikan sebagai kerajinan tangan berupa gorden kerang, bros kerang, hiasan dinding kerang dan sebagainya. Kerajinan kerang di Kabupaten Situbondo menjadikan tempat Sumber penghasilan masyarakat sekitar tepi laut. Ikan kerapu di Kabupaten Situbondo memiliki potensi yang sangat tinggi karena ikan kerapu menjadi hasil budidaya terbesar di Jawa Timur. Ikan kerapu di Kabupaten Situbondo ada beberapa macam yaitu Kerapu Macan dan Kerapu Batik.

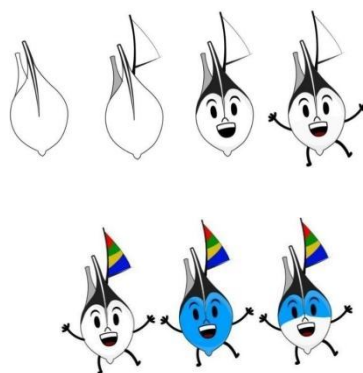


Gambar 4. Sketsa

Hasil dari brainstorming tahap selanjutnya melakukan sketsa dari 3 pilihan guna untuk menjadikan sebuah maskot Kabupaten Situbondo. sketsa melalui beberapa tahap penyederhanaan sehingga menjadikan sebuah karakter yang unik dan menghasilkan sebuah karya yang cocok yaitu perahu.

Digitalisasi

Tahap ini merupakan proses perancangan lanjutan setelah membuat sketsa sebagai acuan. Pada tahap ini penulis akan merancang dan menggabungkan konsep dan sketsa yang telah ada hingga menjadi sebuah media visual. Pada tahap ini juga rancangan, komposisi, warna yang telah di tetapkan pada tahap sketsa dapat berubah sewaktu waktu dengan mempertimbangkan kebutuhan dan perkembangan yang ada dalam proses digitalisasi ini.



Gambar 5. Digitalisasi

Prototype Maskot

Implementasi media yang digunakan untuk merancang maskot Kabupaten Situbondo ini dibagi menjadi dua bagian yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah maskot sedangkan media pendukung adalah media yang digunakan untuk melengkapi promosi dari media utama. Berikut penjelasan mengenai media-media yang digunakan. Maskot memiliki tujuan tertentu salah satunya membentuk sebuah desain karakter. Dalam proses penciptaannya, sebuah desain karakter secara visual harus tampak 'hidup' layaknya manusia. Pada dasarnya desain karakter merupakan perkembangan dari akting. Sebuah aktor harus dapat merasakan perasaan karakter yang diperankannya, yang kemudian disampaikan melalui gesture dan ekspresi yang otentik. [6]



Gambar 6. Maskot Media Utama

Ide dari maskot Kabupaten Situbondo ini diambil dari ikon Kabupaten yaitu perahu yang didesain hidup (antrophomorfism) layaknya icon Kabupaten dengan menggunakan topi khas (odheng) berupa motif kerang yang berasal dari lautan Kabupaten Situbondo Berikut contoh pose dari karakter maskot:



Gambar 7. Penggunaan Maskot

Media



Gambar 8. Penggunaan Maskot pada Website

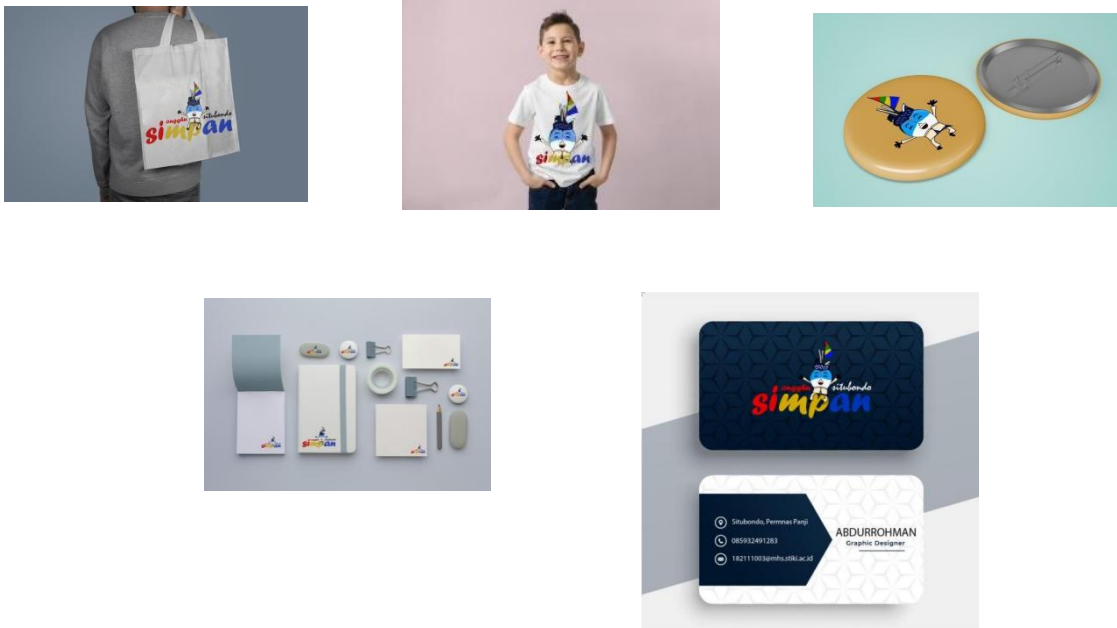
Maskot Kabupaten di atas ini nantinya akan digunakan di media website yang mempromosikan Kabupaten Situbondo sebagai pusat pemerintahan kabupaten Situbondo sendiri. Maskot Kabupaten Situbondo ini nantinya akan digunakan mempromosikan Kabupaten yang ada di Situbondo, mulai dari wisata alam, wisata budaya, hingga wisata religi.

Feed Instagram merupakan salah satu media pendukung yang akan membantu promosi maskot Kabupaten Situbondo, karena Instagram merupakan salah satu media yang sering digunakan oleh masyarakat

Tentunya akan menjadi peluang bagi maskot Kabupaten Situbondo ini untuk diketahui dan diingat oleh *audience*. Media ini nantinya akan diposting Instagram. Media ini dibuat menggunakan *Adobe Illustrator* dengan ukuran (1080 x 1080 pixels).

Marchandise

Kaos ini merupakan salah satu media yang sifatnya merchandise. Kaos ini didesain dengan visualisasi yang menarik dan fleksibel, sehingga dapat digunakan oleh berbagai kalangan mulai dari tua, muda, laki-laki, perempuan hingga anak-anak. Pada desain kaos ini terdapat ilustrasi berupa maskot utama dan suasana pantai yang diletakkan di tengah kaos. Kaos ini menggunakan warna dasar putih untuk memberikan kesan yang cerah.



Gambar 9. Contoh dari beberapa media Pendukung

Pin, pertama desain maskot diletakkan dibagian kiri dan *logotype* di sebelah bawah. yang kedua desain maskot diletakkan dibagian kiri dan *logotype* disebelah kanan. Pin ini juga dilengkapi *background* berupa pemandangan alam wisata pantai, tujuannya untuk mempublikasikan keindahan alam yang ada di Kabupaten Situbondo.

Sedangkan tote bag merupakan media promosi yang cocok untuk semua kalangan. Media ini termasuk merchandise dari tempat di Kabupaten Situbondo. Biasanya media ini digunakan satu paket dengan merchandise lainnya ataupun digunakan dalam acara-acara seminar untuk mempromosikan Kabupaten Situbondo. Karena bentuknya yang elegan dan simple, tote bag banyak digunakan oleh kalangan remaja, baik itu dengan sablon ataupun lukis Dan juga *stationery* merupakan media promosi yang cocok untuk menulis dan mencatat. Biasanya media ini digunakan satu paket dengan tote bag digunakan dalam acara-acara seminar untuk mempromosikan Kabupaten Situbondo.

Kartu nama digunakan untuk memberikan informasi kontak pada saat pertama bertemu dengan seseorang, Namun, tidak hanya itu saja fungsinya. Kartu nama juga diketahui sebagai alat

marketing yang bisa membantu memberikan informasi dan tidak hanya tentang bagaimana cara menghubungi tetapi juga tentang bisnis.

Uji Coba

Uji coba yang dilakukan menggunakan Kuesioner dalam bentuk google form untuk menjangkau target audience dengan jarak jauh. Audience sebagai partisipan akan menjawab pertanyaan sesuai dengan karya yang ditampilkan. Uji coba dilakukan oleh 34 responden selama 3-5 hari pada tanggal 7-11 Juli 2022. Hasil uji coba yang telah dilakukan kepada audience menyatakan bahwa prosentase 78% menyatakan bahwa wisata pasir pantai Situbondo dikenal sebagai Icon Kabupaten Situbondo. Sebanyak 75% responden menyatakan bahwa perahu layar layak dijadikan sebagai maskot. Maskot Simpan dapat menjadi informasi identitas Kabupaten Situbondo cengan hasil kuisisioner responden sebanyak 87,5%.

4. Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana menciptakan *city branding* melalui maskot untuk mempromosikan Kabupaten Situbondo. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penciptaan maskot Kabupaten Situbondo ini: (1) Ide serta latar belakang yang mendasari pembuatan maskot Kabupaten Situbondo ini adalah kurang dikenalnya Kabupaten Situbondo sebagai salah satu daerah dengan potensi dan wisata alam yang berlimpah. (2) Konsep dari pembuatan maskot Kabupaten Situbondo ini adalah simbol kekayaan wisata alam dan laut yang memiliki arti pencitraan sebagai simbol daerah dengan kekayaan alam yang berlimpah. (3) Implementasi pembuatan maskot Kabupaten ini mengacu pada media promosi sebagai sarana untuk memperkenalkan serta mempromosikan potensiyang dimiliki Kabupaten Situbondo.

Media utama yang berupa maskot serta media pendukungnya didesain berdasarkan konsep yang telah ditentukan, yaitu simbol kekayaan laut dan alam. Menggunakan karakter yang sesuai dengan prinsip, definisi, dan efektifitas maskot serta menggunakan warna yang sesuai dengan konsep yang telah dirancang.

Berdasarkan dari pengkajian hasil pada uji coba yang di dapat dari penyebaran *google form* terhadap target *audience*. Berikut saran yang didapatkan: (1) Perlu memikirkan kembali agar karya Maskot Kabupaten Situbondo ini memiliki terjemahan bahasa yang berbeda selain Bahasa Indonesia, dengan tujuan agar Maskot Kabupaten Situbondo dapat dikenal oleh masyarakat situbondo dan sekitarnya. (2) Pada perancangan maskot tata letak dapat lebih diatur dan dikembangkan lagi sehingga *audiens* dapat lebih tertarik lagi untuk membaca dan melihatnya sebagai bentuk maskot Kabupaten Situbondo. (3) Pada perancangan Maskot perlu mengembangkan bentuk karakter maskot agar lebih banyak lagi *audience* yang dapat tertarik, khususnya maskot simpan dapat lebih laku di dunia industri.

5. Referensi

- [1] R. Yuda, F. D. Sucipto, and M. Ghifari, "Perancangan Maskot Isbi Aceh Sebagai Upaya Penguatan Brand Awareness," *Gorga J. Seni Rupa*, vol. 11, no. 1, pp. 36-44.
- [2] R. E. Toding, E. Poerbaningtyas, and R. Nurfitri, "Perancangan Corporate Identity Cv Arya Wasa Sebagai Citra Perusahaan," *Gorga J. Seni Rupa*, vol. 11, no. 2, pp. 480-488.
- [3] O. Ariesta, "Perancangan Maskot Isi Padang Panjang sebagai Media Branding," *J. Bhs. RUPA*, vol. 3 no. 2, p. 105, 2020.
- [4] M. Wibawa, "Perancangan Identitas Visual Kampung Keramik Dinoyo Malang," *J. Desain Komun. Vis. Asia*, vol. 3, no. 2, p. 93, Dec. 2019, doi: 10.32815/jeskovsia.v3i2.394.
- [5] M. Mulfi, "Perahu Layar Nol Emisi di Pantai Pasir Putih Situbondo," 2022. <https://lautsehat.id/pariwisata/miftah/perahu-layar-nol-emisi-di-pantai-pasir-putih-situbondo/>.
- [6] D. R. Novica and I. K. Hidayat, "Kajian visual desain karakter pada maskot Kota Malang," *JADECS (Journal Art, Des. Art Educ. Cult. Stud.*, vol. 3, no. 2, pp. 52-58, 2019.