

## PERANCANGAN MASKOT SEBAGAI IDENTITAS VISUAL APLIKASI AKSARANESIA.CO

Achmad Adil Ma'sum<sup>1</sup>, Tri Cahyo Kusumandyoko<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
Email: achmadadil.20005@mhs.unesa.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
Email: tricahyo@unesa.ac.id

### **Abstrak**

Aksaranesia.co merupakan aplikasi yang dirancang sebagai media yang mendukung kegiatan literasi peserta didik di SMA ITP Surabaya. Pada tahap uji coba aplikasi, peserta didik merespon negatif aspek visual aplikasi ini karena dianggap hampa dan monoton. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti melakukan analisis kebutuhan dengan metode studi eksisting bersama peserta didik. Hasilnya menunjukkan bahwa aplikasi Aksaranesia.co memerlukan aspek visual yang dapat membuat mereka lebih mengenal dan meningkatkan daya tarik peserta didik untuk menggunakannya. Sebagai solusinya, peneliti merancang identitas visual berupa maskot untuk Aksaranesia.co. Pemilihan maskot sebagai identitas visual didasarkan pada potensi untuk memperkuat citra *brand* dan mencerminkan tujuan *brand* dengan baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perancangan maskot sebagai identitas visual aplikasi Aksaranesia.co sekaligus menguji validitasnya. Metode perancangan yang digunakan adalah *design thinking* dari David Kelley dan Tim Brown. Proses perancangan maskot diawali dengan mengumpulkan data primer dan sekunder melalui wawancara dengan peserta didik dan para ahli, studi literatur, dan komparasi maskot aplikasi yang sudah ada. Hasil dari perancangan ini adalah empat desain karakter sebagai maskot aplikasi Aksaranesia.co. Konsep karakter memuat penggambaran ekspresi dan kepribadian layaknya peserta didik yang sedang menjalankan kegiatan literasi menggunakan Aksaranesia.co.

**Kata Kunci:** Aksaranesia.co, Identitas Visual, Maskot

### **Abstract**

*Aksaranesia.co is an application designed to support literacy activities among students at SMA ITP Surabaya. During the application's testing phase, students responded negatively to its visual aspects, finding them empty and monotonous. To address this issue, researchers conducted a needs analysis using existing studies involving students. The results indicated that Aksaranesia.co requires visual elements that can enhance familiarity and increase student engagement. As a solution, researchers designed a visual identity in the form of a mascot for Aksaranesia.co. The choice of a mascot as a visual identity was based on its potential to strengthen brand image and effectively reflect the brand's goals. The aim of this study was to describe the mascot design as Aksaranesia.co's visual identity and validate its effectiveness. The design method employed was design thinking by David Kelley and Tim Brown. The mascot design process began with gathering primary and secondary data through interviews with students and experts, literature review, and comparative analysis of existing application mascots. The outcome of this design process resulted in four character designs serving as mascots for Aksaranesia.co. These characters embody expressions and personalities akin to students engaging in literacy activities using the Aksaranesia.co.*

**Keyword:** Mascot, Visual Identity, Aksaranesia.co

### **PENDAHULUAN**

Saat ini pemerintah sedang mengusahakan berbagai upaya dan program untuk mengatasi masalah di bidang pendidikan yang dimulai dari tingkatan dasar, menengah, hingga tingkat yang lebih tinggi (Yayan Alpian dkk., 2019). Salah satu yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud), yaitu melahirkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan

(Permendikbud) Nomor 23 Tahun 2015 tentang penumbuhan budi pekerti yang mengupayakan untuk meningkatkan minat membaca di kalangan masyarakat, khususnya peserta didik di tingkatan Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, dan Sekolah Menengah Atas. Pada Permendikbud tersebut membahas perihal program yang disebut dengan Gerakan Literasi Sekolah (GLS) yang memiliki tujuan untuk menangani minat baca

rendah pada peserta didik (Efendi dkk., 2022). Telah tertulis pada salah satu butir Permendikbud tentang adanya anjuran untuk menerapkan budaya baca pada peserta didik, dengan cara memberikan waktu selama 15 menit sebelum jam pelajaran untuk meluangkan waktu membaca buku non-pelajaran setiap harinya (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020).

Berdasarkan hasil dari studi kasus yang dilakukan tim Program Kreatif Mahasiswa (PKM) Aksaronesia.co di SMA Intensif Taruna Pembangunan (SMA ITP) Surabaya yang berada di Jl. Dukuh Menanggal XII, Kota Surabaya dengan menggunakan metode wawancara dengan guru penanggung jawab bidang literasi yang dilaksanakan pada 25 Februari 2022, mengungkapkan adanya permasalahan terkait kegiatan literasi yang belum dilaksanakan secara integratif. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan literasi yang hanya dilaksanakan pada saat peringatan bulan bahasa, dan peserta didik yang masih membawa bahan literasi secara mandiri, serta tidak didampingi dengan koordinasi sistematis. Sehingga hal tersebut membuat peran pengendalian dan pengawasan tidak dapat dijalankan dengan efektif, dan berdampak pada peserta didik yang lambat laun meninggalkan kegiatan literasi. Selanjutnya hasil angket dan wawancara dengan peserta didik, telah didapat dua faktor yang turut menjadi hambatan untuk kegiatan literasi peserta didik di SMA ITP Surabaya, yaitu ketersediaan bahan bacaan yang kurang baik di sekolah dan di rumah, serta penggunaan gawai yang berlebihan menjadi masalah yang dihadapi. Bahan bacaan yang tersedia di sekolah bisa disebut kurang baik karena hanya menyediakan koleksi buku pelajaran yang tentunya sudah dimiliki para peserta didik. Selanjutnya ketersediaan bahan bacaan di rumah dapat disebut kurang baik karena tidak tersedianya bahan bacaan di rumah para peserta didik. Selain itu, penggunaan gawai yang berlebihan juga membuat peserta didik mengalami kesulitan untuk mengatur waktu.

SMA ITP Surabaya belum dapat menemukan solusi untuk menyelesaikan permasalahannya. Dengan analisis kebutuhan dan penyaringan ide, maka diperoleh solusi berupa media yang memudahkan peserta didik untuk mengakses literasi non-pelajaran dan memudahkan guru untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas GLS peserta didik, berupa aplikasi Aksaronesia.co.

Aplikasi Aksaronesia.co dirancang secara khusus oleh tim PKM Aksaronesia.co untuk

mengembangkan keterampilan selama GLS, sehingga dapat memenuhi kebutuhan peserta didik dalam kegiatan literasi, serta mengoptimalkan fungsi pengawasan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Kebutuhan akan adanya media yang dapat menjadi fasilitas peserta didik dalam melaksanakan kegiatan literasi direalisasikan menjadi fitur Perpustakaan sebagai sarana membaca, yang mana di dalamnya terdapat buku elektronik yang dapat dibaca oleh peserta didik. Kemudian di dalamnya juga terdapat fitur Status dan Tulisan sebagai sarana untuk peserta didik menulis dan menuangkan buah pikir yang mereka miliki. Sementara itu untuk mengoptimalkan fungsi pengawasan, aplikasi Aksaronesia.co menyertakan fitur Poin yang diperoleh siswa dengan menulis dan membaca. Guru dapat menggunakan poin tersebut sebagai petunjuk untuk memantau kegiatan literasi siswa.

Selama proses perancangan aplikasi, tim Aksaronesia.co memiliki pembagian tugas berdasarkan keahlian masing-masing anggota tim. Peneliti bertanggungjawab untuk merancang dan menyediakan berbagai hal yang berhubungan dengan kebutuhan visual, seperti desain UI/UX dan logo.

Setelah tim Aksaronesia.co berhasil mendapatkan rancangan awal aplikasi, tim Aksaronesia.co melakukan proses uji coba pemakaian aplikasi kepada peserta didik. Kegiatan uji coba aplikasi pada peserta didik dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 1.** Kegiatan Uji Coba Aplikasi  
Sumber: Ma'sum, 2022

Selama tahap uji coba aplikasi, peneliti mendapatkan respon berupa keluhan dari peserta didik mengenai sesuatu yang nampak kosong pada aplikasi Aksaronesia.co, namun peserta didik belum dapat mengidentifikasi aspek yang membuat aplikasi Aksaronesia.co menjadi monoton, dan mereka juga belum dapat menyampaikan apa yang perlu ditambahkan ke dalam aplikasi Aksaronesia.co. Mendapatkan keluhan tersebut, peneliti mengajak peserta didik untuk menganalisis kebutuhan dari peserta didik.



**Gambar 2.** Kegiatan Analisis Kebutuhan  
Sumber: Ma'sum, 2022

Analisis kebutuhan yang dilakukan bersama peserta didik berupa kegiatan studi eksisting aplikasi edukasi kompetitor. Hal ini bertujuan untuk membantu mengetahui aspek yang membuat aplikasi Aksaranesia.co terasa kurang dan monoton. Studi eksisting menghasilkan data penyebab peserta didik merasa adanya sesuatu yang kosong, monoton dan membosankan pada aplikasi Aksaranesia.co. Penyebab tersebut adalah kurangnya media yang dapat mengenalkan dan mendekatkan mereka dengan aplikasi Aksaranesia.co, sehingga mereka tidak merasa familiar dan tidak ada kedekatan dengan aplikasi Aksaranesia.co. Sehingga, melalui kegiatan analisis kebutuhan, disimpulkan bahwa audiens membutuhkan visual pendukung berupa maskot untuk meningkatkan daya tarik dan kesan yang lebih menyenangkan ketika melakukan kegiatan literasi dengan aplikasi Aksaranesia.co. Selain itu maskot yang dirancang juga dapat menjadi identitas visual yang kuat untuk terhubung dengan karakteristik atau citra yang dimiliki oleh *brand* Aksaranesia.co. Sehingga maskot yang dirancang untuk Aksaranesia.co dapat menjadi media yang bisa mengenalkan dan mendekatkan peserta didik dan Aksaranesia.co, sehingga dapat meninggalkan kesan baik di benak peserta didik.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas topik maskot, beberapa di antaranya yang dilakukan oleh Novica (2018) dengan judul “Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang”. Penelitian tersebut membahas penerapan prinsip desain karakter untuk menghasilkan daya pikat yang tinggi bagi audiens. Sehingga penelitian tersebut digunakan peneliti sebagai acuan dalam merancang maskot untuk memiliki daya tarik dengan menggunakan empat prinsip desain karakter. Penelitian sebelumnya yang membahas topik serupa dilakukan oleh Alamsah (2022) yang berjudul “Perancangan Maskot Untuk Mendukung Identitas Visual Objek Wisata Air Merambat

Roro Kuning Bajulan Nganjuk”. Penelitian tersebut membahas tentang pembuatan maskot untuk identitas visual untuk sebuah objek wisata. Penelitian tersebut digunakan sebagai acuan perancangan maskot yang menggunakan metode *design thinking*. Penelitian sebelumnya yang membahas topik serupa dilakukan oleh Kurniawan (2018) yang berjudul “Perancangan Maskot untuk Memperkuat Identitas Visual Kota Kediri”. Penelitian tersebut digunakan sebagai acuan referensi dalam menerapkan maskot pada media cetak yang akan digunakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perancangan maskot sebagai identitas visual aplikasi Aksaranesia.co sekaligus menguji validitasnya.

### METODE PENELITIAN (PERANCANGAN)

Pada perancangan maskot aplikasi Aksaranesia.co, peneliti menerapkan metode *design thinking* oleh David Kelley dan Tim Brown. *Design thinking* adalah metode yang menggunakan pendekatan kreatif untuk menyelesaikan masalah dengan berfokus pada pemahaman terhadap kebutuhan dan perasaan pengguna.

Terdapat lima tahapan dalam proses desain yang menggunakan pendekatan *design thinking*, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada gambar berikut, dapat dilihat alur diagram dari *design thinking*.



**Gambar 3.** Alur Diagram *Design Thinking*  
Sumber: Ma'sum, 2022

Lima tahapan metode *design thinking* pada perancangan maskot dapat diuraikan sebagai berikut: (1) *Emphatize*, tahapan ini berisi kegiatan-kegiatan untuk memahami pandangan, keinginan, dan kebutuhan dari peserta didik. Untuk memahami keinginan dan kebutuhan peserta didik, penulis mengajak peserta didik untuk melakukan kegiatan analisis kebutuhan dengan metode studi eksisting, sehingga didapat hasil sebagai data awal untuk dilanjutkan ke tahap berikutnya; (2) *Define*, tahapan ini dilakukan untuk menguraikan data-data yang telah didapat dari tahapan sebelumnya untuk menentukan poin-poin penting. Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa poin permasalahan yang membuat peserta didik

merasa aplikasi Aksaranesia.co kosong, monoton, dan membosankan. Mereka menganggap tidak ada hal yang dapat menjadi jembatan pengenalan antara mereka dan Aksaranesia.co. Sehingga, aksaranea.co tidak meninggalkan kesan melekat dan menyenangkan; (3) *Ideate*, pada tahapan ini mulai dihasilkannya berbagai ide kreatif untuk menjawab permasalahan yang ada. Merujuk pada permasalahan yang ada, penulis mendapatkan ide berupa perancangan maskot aplikasi Aksaranesia.co yang dapat menjadi identitas visual baru dan dapat menjadi unsur visual yang menyenangkan untuk menemani peserta didik selama menggunakan aplikasi Aksaranesia.co; (4) *Prototype*, pada tahapan ini seluruh data dan ide-ide dirancang kembali selama proses validasi dengan ahli untuk mendapatkan umpan balik, sehingga konsep desain yang telah dirancang benar-benar layak untuk diterapkan. Hasilnya adalah rancangan empat maskot yang telah divalidasi dengan hasil yang baik oleh dua validator; (5) *Test*, pada tahapan ini seluruh data dan aset yang telah divalidasi, diterapkan ke media yang telah ditetapkan. Rancangan maskot yang telah dihasilkan oleh peneliti diterapkan ke dalam aplikasi Aksaranesia.co dan digunakan oleh peserta didik.

Pada perancangan ini, Peneliti memakai metode kualitatif, hal ini dikarenakan data yang digunakan selama penelitian berupa susunan kalimat atau bentuk tekstual yang didapat dari pernyataan para narasumber yang berawal dari susunan pertanyaan dasar (Firmansyah dkk., 2021). Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Nugrahani & Hum, 2014), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif melalui catatan lisan, tulisan, dan tindakan yang diamati.

Kategori data yang didapatkan pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui proses studi eksisting bersama peserta didik SMA ITP Surabaya. Sehingga diperoleh hasil data pandangan atau pendapat peserta didik terhadap hal yang perlu ditambahkan ke dalam aplikasi Aksaranesia.co dan hal-hal apa saja yang dapat menarik perhatian peserta didik untuk menggunakan aplikasi Aksaranesia.co. Data primer lainnya didapat dari wawancara dengan ahli untuk mendapatkan pernyataan atau umpan balik sebagai pertimbangan dari perancangan ini. Data sekunder untuk memperkuat landasan perancangan maskot aplikasi Aksaranesia.co

dikumpulkan dari dari dasar-dasar teori melalui literatur, seperti jurnal dan buku.

## **KERANGKA TEORETIK**

### **Aksaranesia.co, Aplikasi Gerakan Literasi Digital**

Aksaranesia.co merupakan aplikasi hasil rancangan selama PKM sebagai aplikasi yang mengatasi permasalahan GLS dan memenuhi kebutuhan kegiatan literasi peserta didik di SMA ITP Surabaya. Aksaranesia.co menghadirkan beberapa fitur utama, seperti Kelas, Poin, Perpustakaan, Status, dan Tulisan.

Fitur Kelas merupakan fitur yang umum dihadirkan pada aplikasi yang berkaitan dengan edukasi, contohnya pada Google Classroom yang dirancang oleh Google. Fitur Kelas pada Google Classroom dapat digunakan sebagai sarana guru dan peserta didik untuk berinteraksi (Sutrisna, 2018). Aksaranesia.co sebagai aplikasi edukasi tentunya juga memiliki fitur Kelas yang berfungsi sebagai sarana informasi dan interaksi sesama anggota kelas, termasuk guru dan peserta didik. Pada fitur ini, pengguna dapat memantau segala aktivitas satu sama lain, seperti seberapa banyak poin yang telah dikumpulkan, status dan tulisan apa yang telah diunggah, serta buku apa saja yang telah dibaca.

Fitur Poin yang terdapat pada sebuah aplikasi umumnya digunakan untuk menunjukkan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi poin yang didapat, maka tingkat loyalitas pengguna juga tinggi. Pengguna dengan poin tinggi, biasanya akan mendapatkan imbalan dari developer, baik berupa hadiah atau fitur khusus. Salah satu cara untuk meningkatkan poin loyalitas adalah dengan melakukan aktivitas di dalam aplikasi yang digunakan. Duolingo adalah salah satu contoh aplikasi yang menerapkan fitur poin. Poin ini bisa didapatkan dan ditingkatkan jika pengguna aktif menggunakan fitur quiz aplikasi Duolingo (Hardiyanto dkk., 2023). Pada Aksaranesia.co, fitur Poin dihadirkan untuk menunjukkan aktivitas literasi para peserta didik. Fitur Poin ini dapat dimanfaatkan oleh guru sebagai sarana untuk mengawasi program literasi peserta didik, dan guru dapat menggunakan Poin yang telah didapat peserta didik sebagai indikator penilaian.

Fitur koleksi buku pada aplikasi literasi umumnya dihadirkan sebagai fitur utama yang di dalamnya dapat ditemukan berbagai bahan bacaan yang dapat dibaca. Peletakan koleksi buku dan penyebutannya pada tiap aplikasi literasi dapat berbeda-beda, salah satu contohnya

pada Aplikasi Wattpad, koleksi buku dapat ditemukan pada fitur Beranda (Khanifah, 2023). Pada Aksaronesia.co, koleksi buku ditemukan pada fitur Perpustakaan. Penggunaan kata perpustakaan sebagai nama dari fitur koleksi buku adalah untuk tetap membawa suasana membaca buku layaknya di perpustakaan.

Fitur menulis pada aplikasi dapat digunakan sebagai ajang unjuk kreatif penggunaannya melalui rangkaian kalimat. Salah satu contohnya adalah fitur menulis yang disediakan oleh Facebook, yaitu fitur Status. Fitur Status dapat digunakan sebagai wadah untuk menuangkan ide dan gagasan menggunakan deskripsi naratif (Linur & Mubarak, 2020). Tak hanya menyediakan fitur untuk membaca, Aksaronesia.co juga menyediakan fitur untuk menulis. Aksaronesia.co menyediakan dua jenis fitur menulis yang dapat digunakan pengguna, yaitu Status dan Tulisan. Perbedaan fitur Status dan Tulisan terletak pada batasan tulisan yang dapat ditulis oleh pengguna. Fitur Status mempunyai batas maksimal 150 huruf, sehingga dapat digunakan oleh pengguna untuk mengutip kalimat yang sedang mereka sukai, membagikan rekomendasi atau pengalaman mereka terhadap buku yang telah mereka baca, dan sebagainya. Kemudian, fitur Tulisan mempunyai batas minimal 200 kata dan maksimal 500 kata. Batasan atau ketentuan ini dapat dimanfaatkan oleh pengguna sebagai sarana unjuk diri. Dengan fitur ini, pengguna memiliki kesempatan lebih besar untuk menguji atau mempraktikkan kemampuan menulis mereka. Mereka dapat membuat tulisan yang lebih panjang, seperti puisi, cerita pendek, cerita serial, dan berbagai karya tulis lainnya yang membutuhkan penggunaan kata yang melimpah.

### **Maskot Sebagai Identitas Visual Aplikasi**

Menurut Manjusha (dalam Jhalugilang, 2018), maskot merupakan bentuk visual yang biasanya menyerupai manusia dan hewan, tentunya dengan sifat layaknya manusia dan dapat mewakili atau merepresentasikan sebuah *brand*. Penciptaan karakter pada *brand* merupakan cara yang efektif untuk memperkuat identitas *brand* dan tentunya dapat menarik perhatian masyarakat (Caufield, 2012). Maskot memiliki potensi besar untuk memperkuat citra dan *branding*, dan juga dapat mencerminkan nilai-nilai, budaya, dan tujuan dari sebuah *brand* dengan baik (Immanuel dkk., 2023).

Menurut Strother (2011), terdapat beberapa syarat dalam merancang sebuah maskot. Karakter yang ditonjolkan harus mencerminkan jiwa atau

semangat yang diusung oleh *brand* dan mempunyai kemampuan untuk menerjemahkan misi dan tujuan yang dimiliki *brand*. Selanjutnya maskot perlu ada keterkaitan dengan warna yang ada pada *brand*, nama yang memiliki konotasi positif. Maskot yang dirancang harus memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh *brand*, karena *image brand* akan terpengaruh jika dalam perancangannya terdapat kegagalan.

Beberapa aspek yang dapat diidentifikasi secara visual dan memiliki peran sebagai wajah awal untuk dikenali oleh masyarakat pada sebuah *brand* disebut dengan identitas visual (Abednego, 2018). Identitas visual mempunyai fungsi untuk merepresentasikan citra dan informasi yang berbentuk grafis ekspresi dan elemen grafis dari sebuah suatu *brand*. Menurut He dan Balmer (2007), identitas visual mencakup elemen-elemen seperti nama, logo, slogan, warna dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan desain grafis.

Adapun beberapa alasan pentingnya penerapan identitas visual pada sebuah *brand* telah dipaparkan oleh Laras Sekar Seruni (2023), seperti: (1) untuk membedakan diri dengan kompetitor, karena identitas visual yang unik dan berbeda dapat meningkatkan peluang audiens untuk mengingat dan mengenali *brand*; (2) meningkatkan daya tarik dan *engagement*, karena jika identitas visual dirancang dengan baik dan profesional cenderung menarik perhatian, sehingga dapat meningkatkan visibilitas *brand*; (3) sehingga, ketika *brand* secara konsisten dapat menunjukkan perbedaan, keunikan dan daya tariknya, hal tersebut dapat memunculkan rasa kepercayaan dan keterkaitan terhadap sebuah *brand*. Oleh karena itu, identitas visual memiliki peran penting yang diperlukan *brand*, seperti untuk memperluas pengenalannya di kalangan masyarakat, mempererat hubungan, meningkatkan kepercayaan, dan meningkatkan ketertarikan masyarakat. Maka, dalam perancangannya perlu ada perhatian khusus agar tidak menyebabkan dampak buruk, (Murtadha, 2017).

Saat ini, keberadaan *brand* yang mempunyai kemampuan untuk menonjolkan diri adalah hal yang begitu penting. Sehingga, dapat bertahan pada lingkungan yang kompetitif adalah sebuah keharusan. Maka, penggunaan maskot sebagai identitas visual menjadi salah satu strategi yang baik untuk membangun *awareness* di audiens. Hal tersebut dikarenakan kemampuan maskot untuk dipersonifikasi yang dapat memudahkan

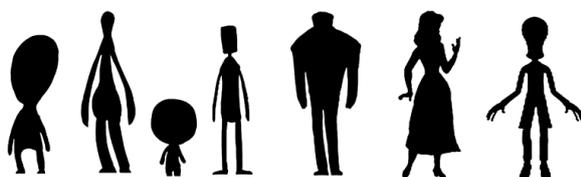
audiens untuk mengingat suatu *brand*, membangun persepsi audiens, dan membuat audiens memiliki pengalaman baik dengan *brand*. Selain itu, maskot juga berfungsi menjadi perantara yang efektif dalam memaparkan keunggulan *brand* melalui gaya *storytelling* yang menarik (Lintang dkk., 2022).

Sebagai aplikasi baru yang dirancang sebagai penunjang kebutuhan minat baca pada peserta didik, maka aplikasi Aksaronesia.co memerlukan adanya media identitas visual yang dapat mengkomunikasikan citra kepada penggunaannya. Selain itu, maskot sebagai identitas visual Aksaronesia.co juga harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan daya tarik yang baik dan menjadi elemen yang menyenangkan. Sehingga, diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan peserta didik selaku audiens yang menggunakan aplikasi. Oleh karena itu perancangan maskot dengan sifat keramahan dan dengan penggambaran kepribadian selayaknya anak-anak membuat maskot menjadi sarana yang menarik dan efektif untuk menyampaikan citra yang baik kepada audiens (Novica dkk., 2020).

#### Prinsip Desain Dalam Perancangan Maskot

Dalam merancang karakter kita tidak bisa hanya mengandalkan kemampuan menggambar yang mahir, tapi kemampuan untuk memasukkan emosi dan sifat ke dalam bentuk sebuah karakter adalah hal yang penting. Dalam pembuatan karakter, kita memerlukan untuk memasukkan beberapa prinsip yang dapat memberikan efek daya tarik dan mudah diingat.

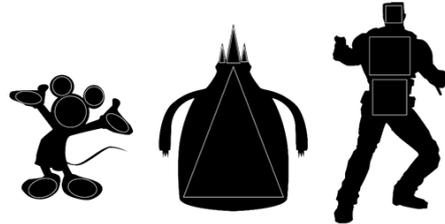
Terdapat beberapa prinsip desain yang biasanya digunakan ketika merancang sebuah karakter, beberapa di antaranya yaitu: *silhouette*, *shape*, *proportion*, dan *pose* (Pontillas, 2011). (1) *Silhouette* atau siluet merupakan gambaran bentuk sebuah karakter agar tampak berbeda dengan karakter lainnya. Perbedaan ini mempunyai tujuan agar karakter tampak unik, sehingga sebuah karakter akan memiliki ciri khas yang dapat dikenali dengan mudah walau hanya ditampilkan dalam bentuk bayangannya saja. Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan penerapan prinsip *silhouette*.



Gambar 4. Prinsip *Silhouette*

Sumber: Islam dkk. (2011)

(2) *Shape* atau bentuk dalam bahasa visual merupakan sebuah perwakilan dari sebuah sifat, misalnya bentuk bulat diartikan bentuk yang memiliki sifat lembut dan ramah, sedangkan bentuk yang memiliki sudut atau bahkan banyak sudut akan dianggap memiliki sifat yang berbahaya dan cenderung kasar. Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan penerapan prinsip *shape*.



Gambar 5. Prinsip *Shape*

Sumber: Nieminen (2017)

(3) *Proportion* (proporsi) merupakan ukuran dalam pembuatan karakter yang dapat diubah sesuai dengan kebutuhan dan sifat yang ingin ditampilkan pada karakter. Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan penerapan prinsip *proportion*.



Gambar 6. Prinsip *Proportion*

Sumber: Novica & Hidayat (2018)

(4) *Pose* merupakan hal pertama yang cenderung diamati dari sebuah karakter. *Pose* merupakan metode efektif untuk memahami gambaran tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan akan dilakukan oleh sebuah karakter. Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan penerapan prinsip *pose*.



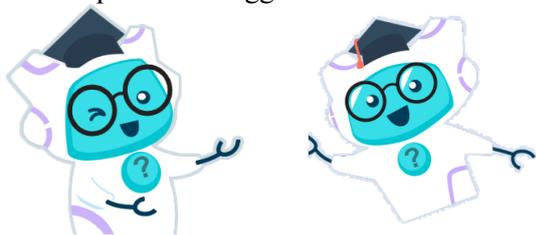
Gambar 7. Prinsip *Pose*

Sumber: Tata Che (2015)

### Studi Eksisting Maskot dari Berbagai Aplikasi Edukasi

Studi eksisting merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mengamati produk sejenis, lalu menganalisis untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam penggunaannya (Rianingtyas & Wardani, 2019). Studi eksisting merupakan salah satu metode analisis kebutuhan yang perlu dilakukan, sebagaimana dinyatakan dalam penelitian Muiz dan Fitriani (2022), bahwa analisis kebutuhan adalah kegiatan yang diperlukan dalam sebuah perancangan, karena melalui kegiatan analisis kebutuhan, peneliti dapat merumuskan secara tepat apa yang perlu dilakukan nantinya. Sehingga, hasil dari perancangan dapat tepat sasaran dan tepat guna, karena sesuai dengan masalah ataupun kebutuhan dari peserta didik.

Pada perancangan ini, peneliti telah melakukan studi eksisting terhadap beberapa maskot yang berasal dari aplikasi edukasi yang digunakan sebagai referensi untuk merancang maskot aplikasi, yaitu Ruangguru, Duolingo, dan HeyJapan. (1) Ruangguru merupakan aplikasi belajar dan bimbingan online yang dapat digunakan semua jenjang kelas, seperti SD, SMP, SMA dan SMK (Ruangguru, 2024). Untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman penggunaannya, aplikasi Ruangguru memiliki fitur yang diwujudkan ke dalam bentuk maskot dengan gaya ilustrasi *flat art* yang diberi nama Roboguru. Roboguru mempunyai fungsi untuk membantu pengguna dalam menjawab soal, memberikan penjelasan, dan bahkan memberikan rangkuman (Ruangguru, 2021). Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan visual dari Roboguru sebagai maskot aplikasi Ruangguru.



**Gambar 8.** Roboguru Maskot Ruangguru  
Sumber: Roboguru (t.t.)

(2) Duolingo merupakan situs dan aplikasi yang digunakan untuk mempelajari bahasa secara praktis. Bahasa yang disajikan untuk dipelajari tidak hanya terpaku untuk satu bahasa saja, pengguna dapat mempelajari berbagai bahasa populer (Duolingo, 2024). Untuk meningkatkan

pengalaman yang baik dengan penggunaannya, Duolingo menghadirkan maskot dengan gaya ilustrasi *vector flat art* yang diberi nama Duo untuk menemani pengguna aplikasi Duolingo. Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan visual dari Duo sebagai maskot Duolingo.



**Gambar 9.** Duo Maskot Duolingo  
Sumber: Duolingo Brand (t.t.)

(3) HeyJapan merupakan situs dan aplikasi yang difokuskan untuk mempelajari bahasa Jepang. HeyJapan menawarkan fasilitas untuk mempelajari tata bahasa, huruf Jepang, serta praktik mendengar dan menulis (HeyJapan, t.t.). Tentunya untuk meningkatkan kualitas pengalaman bersama penggunaannya, aplikasi HeyJapan juga memiliki maskot dengan gaya *flat art* anjing shiba khas Jepang. Pada gambar berikut, dapat dilihat tampilan visual dari anjing shiba sebagai maskot HeyJapan.



**Gambar 10.** Maskot HeyJapan  
Sumber: HeyJapan (t.t.)

### HASIL PEMBAHASAN

#### *Emphatize*

Tahap *emphatize* pada penelitian ini dilakukan untuk menemukan serta menganalisis permasalahan dan kebutuhan dari peserta didik selaku pengguna. Sehingga data yang berhasil didapatkan akan diproses ke tahap selanjutnya.

Hasil dari pelaksanaan uji coba aplikasi Aksaronesia.co, yaitu peserta didik merasa senang dengan kehadiran Aksaronesia.co sebagai aplikasi yang dapat membantu mereka dalam kegiatan GLS. Menurut mereka, Aksaronesia.co sudah mampu menghadirkan fitur-fitur yang dibutuhkan untuk kegiatan literasi, seperti fitur Tulisan dan Perpustakaan. Namun, berdasarkan dari kegiatan studi eksisting untuk analisis kebutuhan peserta didik, merasakan adanya

sesuatu yang kosong dan membosankan pada Aksaranesia.co. Bahkan, mereka menyebut Aksaranesia.co yang tergolong aplikasi baru dengan kesan yang membosankan, tidak ada hal yang membekas darinya, mudah dilupakan, dan bagaikan aplikasi yang kurang kredibel. Maka, dapat disimpulkan bahwa peserta didik menginginkan Aksaranesia.co mempunyai aspek visual yang berperan sebagai jembatan untuk lebih mengenal Aksaranesia.co dan meningkatkan daya tarik peserta didik untuk menggunakan Aksaranesia.co.

### Define

Pada tahap *define*, peneliti menguraikan data yang didapatkan dari tahapan sebelumnya. Permasalahan yang didapatkan adalah bagaimana cara membuat aplikasi Aksaranesia.co agar memiliki identitas visual yang dapat menarik dan meninggalkan kesan baik pada peserta didik selaku pengguna. Maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut peneliti merancang maskot sebagai pendukung identitas visual untuk Aksaranesia.co. Karenanya, desain maskot untuk Aksaranesia.co perlu memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Maskot dengan gaya *storytelling* yang disesuaikan dengan preferensi audiens, yaitu peserta didik di tingkat Sekolah Menengah Atas.
2. Maskot sesuai dengan target yang dituju, yaitu peserta didik SMA ITP Surabaya.
3. Maskot yang mudah diingat, dengan sering memunculkan maskot pada aplikasi dan media lainnya.

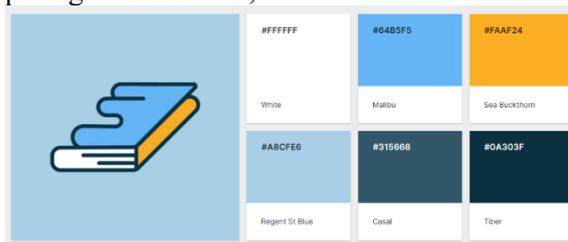
Peserta didik sebagai target penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Geografis: peserta didik SMA ITP Surabaya.
- b. Demografis: peserta didik Sekolah Menengah Atas laki-laki dan perempuan yang umumnya berusia 15-18 tahun.
- c. Psikografis: Peserta didik yang sedang menjalani program GLS, menyukai kegiatan literasi, menginginkan hal baru, aktif secara digital, menyukai teknologi, mempunyai kepribadian yang responsif terhadap desain modern, dan mempunyai semangat muda
- d. *Behavior*: Peserta didik yang aktif menggunakan aplikasi digital untuk edukasi, aktif berkomunikasi dengan teman-temannya

### Ideate

Pada tahap *ideate*, peneliti memutuskan untuk merancang maskot dengan mempertimbangkan aspek geografis, demografis, psikografis, dan *behavior* audiens. Sehingga, desain maskot yang dirancang dapat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna target, yaitu peserta didik SMA yang aktif dan terlibat dalam penggunaan aplikasi Aksaranesia.co. Peneliti merancang maskot yang dapat mencerminkan semangat muda, keaktifan, dan desain yang mempunyai relevansi dengan mereka ketika menggunakan aplikasi Aksaranesia.co. Sehingga, harapannya maskot dapat membangkitkan rasa keingintahuan, meningkatkan rasa keterkaitan, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan selama menggunakan aplikasi Aksaranesia.co.

Pemilihan gaya desain juga menjadi keputusan yang penting. Hal ini bertujuan untuk membuat adanya keselarasan antara *brand* Aksaranesia.co dan maskotnya. Sehingga, gaya desain yang dirancang harus mampu mencerminkan nilai-nilai dan kepribadian Aksaranesia.co secara konsisten, sekaligus mempertegas identitas yang diwakili oleh maskot. Beberapa aspek yang dipertimbangkan dalam pemilihan gaya desain meliputi (1) Konsistensi, hal ini merupakan pertimbangan untuk membuat maskot yang dapat konsisten dan selaras dengan elemen visual yang sudah ada pada Aksaranesia.co, seperti logo dan warna. Logo dan warna Aksaranesia.co dapat dilihat pada gambar berikut;



**Gambar 11.** Logo dan Warna Aksaranesia.co  
Sumber: Ma'sum, 2022

(2) Kepribadian maskot perlu disesuaikan dengan kepribadian dan karakteristik yang ingin disampaikan oleh Aksaranesia.co. Sehingga, pesan yang ingin disampaikan kepada audiens bisa terjaga dan diterima dengan baik. Aksaranesia.co ingin menyampaikan energi semangat muda dan keaktifan yang menyenangkan; (3) Tujuan, maskot yang dirancang harus ditentukan tujuannya. Mengacu pada kendala yang dialami peserta didik. Peneliti

menentukan tujuan dari maskot Aksaronesia.co adalah memperkuat identitas visual dan menciptakan hubungan emosional dengan audiens; (4) Target audiens adalah para peserta didik SMA, maka menyesuaikan gaya desain maskot dengan preferensi pengguna Aksaronesia.co juga perlu dipertimbangkan.

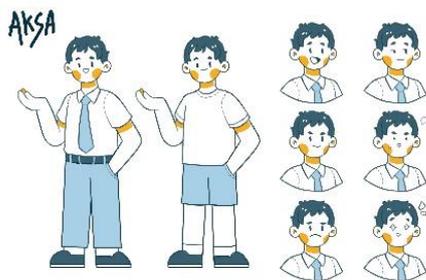
Saat sudah menentukan aspek-aspek apa saja yang perlu dipertimbangkan, peneliti mulai membuat sketsa kasar untuk menentukan bentuk perwujudan maskot. Contoh sketsa kasar maskot dapat dilihat pada gambar berikut.



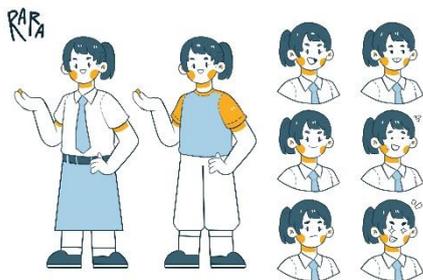
**Gambar 12.** Sketsa Kasar  
Sumber: Ma'sum, 2022

**Prototype**

Pada tahap *prototype*, penulis mulai mengubah sketsa awal maskot ke bentuk yang lebih sempurna. Hasil sempurna dari perancangan maskot dapat dilihat pada gambar berikut.

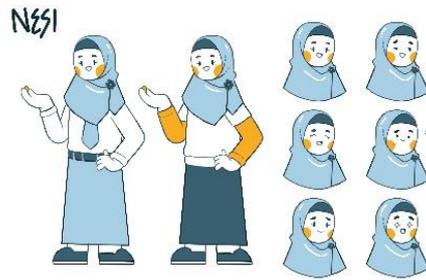


**Gambar 13.** Maskot Aksaronesia.co "Aksa"  
Sumber: Ma'sum, 2022

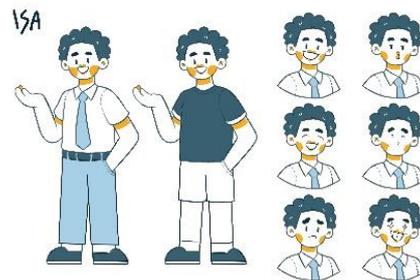


**Gambar 14.** Maskot Aksaronesia.co "Rara"

Sumber: Ma'sum, 2022



**Gambar 15.** Maskot Aksaronesia.co "Nesi"  
Sumber: Ma'sum, 2022



**Gambar 16.** Maskot Aksaronesia.co "Isa"  
Sumber: Ma'sum, 2022

Maskot yang telah dirancang, kemudian divalidasi oleh dua validator, yaitu Abdul Manan Heru Setiawan S.Ds. sebagai Validator 1 dan Faishol Izzudin Adha, S.Ds. sebagai validator 2. Para validator adalah praktisi ahli di bidang *concept art* dan ilustrasi yang berasal dari Losmunos Studio. Hasil dari evaluasi media akan disampaikan melalui tabel berikut, dengan penjabaran seperti, Validator 1 (V1) dan Validator 2 (V2) dan penilaiannya, seperti Sangat Baik (5), Baik (4), Cukup (3), Kurang (2), dan Sangat Kurang (1).

No	Aspek	Nilai	
		V1	V2
1	Desain Maskot Aksaronesia.co selaras dengan <i>brand</i> Aksaronesia.co	5	5
	Desain Maskot Aksaronesia.co memiliki keunikan ( <i>silhouette</i> )	5	5
3	Desain Maskot Aksaronesia.co memiliki bentuk yang ramah ( <i>shape</i> )	5	4

No	Aspek	Nilai	
		V1	V2
4	Desain Maskot Aksaranesia.co memiliki proporsi tubuh yang baik ( <i>proportion</i> )	4	4
5	Desain Maskot Aksaranesia.co memiliki pose yang bisa menggambarkan apa yang ingin disampaikan ( <i>pose</i> )	5	5
6	Desain Maskot Aksaranesia.co memiliki pemilihan warna yang baik	4	4
7	Desain maskot sudah memiliki kepribadian, karakteristik, dan perilaku yang dapat membuat mereka berinteraksi dan berkomunikasi dengan audiens	4	5
8	Desain Maskot Aksaranesia.co sudah memiliki daya tarik yang dapat membuat nyaman untuk menimbulkan kedekatan dengan audiens	5	4
9	Desain Maskot Aksaranesia.co memiliki konsistensi visual	5	5
10	Desain Maskot Aksaranesia.co fungsional ketika diterapkan ke dalam UI aplikasi	5	5

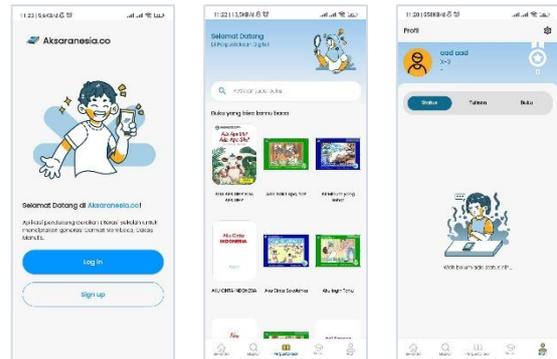
**Tabel 1.** Tabel Hasil Validasi  
Sumber: Ma'sum, 2022

**Test**

Sebagai identitas visual Aksaranesia.co, pada tahap ini maskot mulai diterapkan ke dalam

aplikasi Aksaranesia.co dan media informasi lainnya, seperti brosur, banner dan *merchandise*.

Di dalam aplikasi Aksaranesia.co, maskot digunakan sebagai elemen visual yang hadir pada *User Interface* (UI) untuk menemani para peserta didik saat menggunakan aplikasi Aksaranesia.co. Penerapan maskot di dalam aplikasi mempunyai fungsi untuk meningkatkan pengalaman dan minat peserta didik terhadap Aksaranesia.co. Contoh maskot Aksaranesia.co di dalam aplikasi dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 17.** Penerapan Maskot Pada Aplikasi Aksaranesia.co  
Sumber: Ma'sum, 2022

Banner yang di dalamnya terdapat maskot Aksaranesia.co digunakan sebagai media informasi untuk mengenalkan Aksaranesia.co selama kegiatan luring. Sehingga informasi tentang adanya maskot dan aplikasi Aksaranesia.co ini dapat diketahui khalayak umum, jadi tidak hanya terbatas di dalam aplikasi saja. Contoh maskot Aksaranesia.co pada banner ketika acara luring dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 18.** Penerapan Maskot Pada Media Banner  
Sumber: Ma'sum, 2022

*Merchandise* yang dibagikan kepada peserta didik berupa stiker, digunakan sebagai media tambahan menyebarkan informasi maskot dan promosi. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan keakraban dan kedekatan emosional antara pengguna dan Aksaranesia.co.

Contoh hasil *merchandise* dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 19.** Penerapan Maskot Pada Media Stiker  
Sumber: Ma'sum, 2022

Setelah maskot-maskot tersebut diterapkan, peneliti melakukan pengambilan respon terhadap dua peserta didik terpilih, yaitu Aisya dan Jeremi untuk mengetahui pendapat mereka mengenai maskot sebagai identitas visual Aksaranesia.co. Pengambilan respon menggunakan dua teknik, yaitu angket dan wawancara. Hasil dari angket tersebut akan disampaikan pada tabel berikut, dengan penyebutan narasumber Aisya sebagai N1 dan Jeremi sebagai N2, serta penilaiannya, seperti Sangat Baik (5), Baik (4), Cukup (3), Kurang (2), dan Sangat Kurang (1).

No.	Pertanyaan	Nilai	
		N1	N2
1	Maskot dapat dikenali dan diidentifikasi	4	5
2	Maskot dapat dengan mudah untuk diingat	4	5
3	Maskot dapat dibedakan dengan kompetitor	5	5
4	Maskot sudah selaras atau harmonis dengan elemen yang sudah ada	4	4
5	Maskot membangun suasana yang menyenangkan saat menggunakan aplikasi	5	4
6	Media informasi dirancang	4	5

No.	Pertanyaan	Nilai	
		N1	N2
	dengan baik dan konsisten		

**Tabel 2.** Tabel Hasil Angket  
Sumber: Ma'sum, 2022

Kemudian, dua pertanyaan (Q) yang diajukan ketika wawancara adalah sebagai berikut: (Q1) Apakah desain maskot Aksaranesia.co sudah berhasil meninggalkan kesan baik bagi kamu? dan (Q2) Apa yang kamu ingat ketika membaca nama Aksaranesia.co? Untuk Q1, N1 memberikan respon, bahwa maskot Aksaranesia.co telah berhasil memberikan kesan baik dan positif. Menurutnya, aplikasi menjadi lebih hidup dan menyenangkan setelah adanya maskot. N1 berharap frekuensi kemunculan maskot di dalam aplikasi dapat ditingkatkan. Kemudian, N2 memberikan respon, bahwa selain memberikan kesan baik, kehadiran maskot sudah memberikan poin tambahan untuk membuatnya tertarik menggunakan aplikasi literasi Aksaranesia.co. Selanjutnya, untuk Q2, N1 memberikan jawaban berupa warna jingga, biru, dan Aksa. Kemudian, N2 memberikan jawaban GLS, membaca buku, biru, dan maskot.

## SIMPULAN DAN SARAN

Aksaranesia.co merupakan aplikasi yang dirancang sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan kegiatan literasi selama program GLS peserta didik di SMA ITP Surabaya. Kemudian, ketika tim PKM Aksaranesia.co melakukan uji coba aplikasi kepada peserta didik, terdapat kendala berupa keluhan dari peserta didik yang merasa bahwa aplikasi Aksaranesia.co membosankan, kosong, monoton, dan tidak ada hal yang dapat menjadi jembatan untuk lebih mengenali Aksaranesia.co. Oleh karena itu penulis melakukan analisis kebutuhan bersama peserta didik. Hingga, diperoleh ide berupa perancangan maskot sebagai identitas visual Aksaranesia.co sebagai aspek visual yang dapat diidentifikasi dan mempunyai peran untuk dikenali peserta didik. Maskot ini mempunyai peranan untuk menjadi sarana pengenalan Aksaranesia.co yang menyenangkan kepada peserta didik. Sehingga, mereka bisa mendapatkan pengalaman yang menyenangkan selama menggunakan aplikasi Aksaranesia.co dan mereka dapat membedakan Aksaranesia.co dengan kompetitor lain. Oleh karena itu, kehadiran maskot Aksaranesia.co dapat

meningkatkan minat peserta didik untuk menggunakan aplikasi Aksaronesia.co.

Perancangan maskot Aksaronesia.co ini menggunakan metode *design thinking*, dengan hasil akhir penelitian berupa maskot sebagai identitas visual yang telah divalidasi dan diterapkan pada aplikasi Aksaronesia.co dan beberapa media informasi seperti brosur, banner, dan *merchandise* berupa stiker. Pada perancangan ini uji coba masih terbatas pada validitas ahli dan pengambilan respon melalui angket dan wawancara terhadap audiens perihal hasil perancangan. Penelitian ini belum melaksanakan uji efektivitas untuk membuktikan secara empiris pengaruh maskot terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan aplikasi Aksaronesia.co. Oleh karena itu, riset selanjutnya dapat melaksanakan pengujian efektivitas maskot terhadap persepsi pengguna dalam menggunakan aplikasi Aksaronesia.co. Selain itu, penelitian ini masih terbatas pada geografis di SMA ITP Surabaya. Maka, penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan pada berbagai sekolah di Indonesia, baik di perkotaan dan di pedesaan.

## REFERENSI

- Abednego, V. A. (2018, Desember). *Visual Identity vs Brand Identity*. <https://binus.ac.id/malang/2018/12/visual-identity-vs-brand-identity/>.
- Alamsah, R., & Rois Abidin, M. (2022). Perancangan Maskot Untuk Mendukung Identitas Visual Objek Wisata Air Merambat Roro Kuning Bajulan Nganjuk. *Jurnal Barik*, 3(2), 151–164. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Caufield, K. (2012). *Analyzing the effects of brand mascots on social media: Johnson City Power Board case study*. <https://dc.etsu.edu/honors/40>
- Duolingo. (2024, Juni 17). *Duolingo - The world's best way to learn a language*. <https://www.duolingo.com/>.
- Duolingo Brand. (t.t.). *Illustration Duo*. <https://design.duolingo.com/illustration/duo#perspective>.
- Efendi, R., Putra Ginda Hasibuan, A., Sonang Siregar, P., Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, P., & Rokania, S. (2022). *Pelatihan Penerapan Program Gerakan Literasi Sekolah (GLS) di SDN 018 Rambah Samo*. 167–173.
- Firmansyah, M., Dewa, I., & Yudha, K. (2021). *Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif* (Vol. 3, Nomor 2).
- Hardiyanto, M. R. P., Pahlevi, G., & Nugroho, M. F. (2023). Pengaruh Fitur-Fitur Aplikasi Duolingo Terhadap Popularitasnya. *Jurnal Sains, Nalar, dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 3(1). <https://doi.org/10.20885/snati.v3i1.28>
- He, H., & Balmer, J. M. T. (2007). Identity studies: Multiple Perspectives and Implications for Corporate-Level Marketing. *European Journal of Marketing*, 763–785. <https://doi.org/10.1108/03090550710752393>
- HeyJapan. (t.t.). *Top 1 learn Japanese for Beginners*. <https://heyjapan.net/>.
- Imanuel, E., Wibisono, Y., & Nugroho, V. E. (2023). *Perancangan Maskot "BIMA" Sebagai identitas Politeknik Bina Madani*.
- Islam, M. T., Nahiduzzaman, K. M., Why, Y. P., & Ashraf, G. (2011). Informed character pose and proportion design. *Visual Computer*, 27(4), 251–261. <https://doi.org/10.1007/s00371-011-0545-3>
- Jhalugilang, P. (2018). *Maskot Asian Games 2018 Sebagai Sebuah Brand dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Memperkuat Brand*. 15(2), 102–109. [www.asiangames2018.id](http://www.asiangames2018.id),
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2020). *Panduan Gerakan Literasi Sekolah di SMA Tahun 2020*. [www.sma.kemdikbud.go.id](http://www.sma.kemdikbud.go.id)
- Khanifah, N. (2023). *Analisis Isi Hijrah Dalam Wattpad Hijrah Karya AU\_DHILA12*.
- Kurniawan, F. L., & Sayatman. (2018). Perancangan Maskot untuk Memperkuat Identitas Visual Kota Kediri. *Jurnal Sains*

- dan Seni Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)*, 7, F48–F52.
- Lintang, R., Hidayah, S., Rahmadiva, A. S., & Pratista, T. A. (2022). *Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand* (Vol. 1, Nomor 12).
- Linur, R., & Mubarak, M. R. (2020). Facebook Sebagai Alternatif Media Pengembangan Maharah Kitabah. *Jurnal Kajian Pendidikan dan Bahasa Arab*, 2(1). <https://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/naskhi>
- Muiz, M. R., & Fitriani, W. (2022). Urgensi Analisis Kebutuhan Dalam Pelayanan Bimbingan dan Konseling Di Sekolah. *Jurnal Consulenza : Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 5(2), 116–126. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v5i2.1378>
- Murtadha, R. Y. (2017). *Perancangan Identitas Visual dan Aplikasi Media Promosi Pada Dirty Ink Screen Printing*.
- Nieminen, M. (2017). *Psychology In Character Design : Creation of A Character Design Tool*.
- Novica, D. R., & Hidayat, I. K. (2018). Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. *Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS)*, 3(2).
- Novica, D. R., Hidayat, I. K., & Sutrisno, A. A. (2020). *Aesthetic of Cuteness Dimensions in Malang City Mascot*.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1).
- Pontillas, B. (2011, September 6). *Design Presentation*. BOBBY'S NY JOURNAL.
- Rianingtyas, A. K., & Wardani, K. K. (2019). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel. *Jurnal Sains dan Sains ITS*. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i2.36874>
- Roboguru. (t.t.). *Bantu Kamu Jawab Soal dengan Tepat, Cepat, dan Gratis!* <https://roboguru.ruangguru.com/>.
- Ruangguru. (2021, Juli 15). *Roboguru Udah Lengkap Sekarang Makin Lengkap!* <https://www.facebook.com/ruanggurucom/posts/roboguru-udah-lengkap-sekarang-makin-lengkapruangguru-gak-pernah-berhenti-untuk-/4055887807841217/>.
- Ruangguru. (2024, Juni 17). *Ruangguru: Aplikasi Bimbel Online Interaktif Terbaik*. <https://www.ruangguru.com/>.
- Seruni, L. S. (2023, Oktober 11). *Membangun Identitas Visual yang Kuat untuk Bisnis Anda*. <https://www.ruangkerja.id/blog/identitas-visual-untuk-bisnis>.
- Strother, B. L. (2011). Blue Frogs and Dragonflies: The Challenge of Multicultural Branding in China. *The ISM Journal of International Business*, 1(2), 1–14.
- Sutrisna, D. (2018). *Meningkatkan Kemampuan Literasi Mahasiswa Menggunakan Google Classroom*. 13.
- Tata Che. (2015, Mei 25). *Character Design for animation*. <https://www.behance.net/gallery/24937539/Character-design-for-animation>.
- Yayan Alpian, M. Pd., Sri Wulan Anggraeni, M. Pd., Unika Wiharti, & Nizmah Maratos Soleha. (2019). Pentingnya Pendidikan Bagi Manusia. *Jurnal Buana Pengabdian*, 1, 66–72.