Jurnal Desain Grafis Aplikatif, Vol. 3 No. 1, Tahun 2025, 83—96
https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/

DESAIN MASKOT BANK SAMPAH SUMBER MAKMUR KELURAHAN GANUNGKIDUL, NGANJUK

Tri Sutanti[1], Martadi,[2]
[1,2]Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: tri.19021@mhs.unesa.ac.id.

Abstrak

Bank sampah Sumber Makmur didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2007. Bank sampah Sumber Makmur saat ini diketuai oleh Ibu Sulastri selaku kader kelurahan Ganungkidul, dengan dibantu oleh 20 anggota pengurus. Bank sampah ini sendiri merupakan salah satu program yang dibuat Kelurahan Ganungkidul, Kecamatan Nganjuk guna mendukung program Dinas Kebersihan Pertamanan dan Lingkungan Hidup Kabupaten Nganjuk tahun 2007 dalam pengolahan sampah yang berpedoman pada hierarki 4R *(Reduce, Reuse, Recovery, Recycle).* Bank sampah ini sudah memiliki proses pengolahan yang cepat dan tepat. Selama 15 tahun beroperasi Bank Sampah Sumber Makmur masih belum memiliki identitas visual sama sekali. Identitas visual sangat penting dalam suatu organisasi atau program guna menjadi pembeda dengan program lainnya, tidak hanya itu dengan adanya identitas visual seperti logo maupun maskot dapat menjadi media promosi yang baik dan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu program. Oleh karena itu dibuatlah perancangan desain maskot dengan pengumpulan data 5W+1H, dan diperoleh target tujuan audiens kalangan remaja usia 13-16 tahun. Perancangan ini menghasilkan tiga desain maskot bernama Tiko, Pibo dan Kany, dengan menggunakan gaya desain chibi dan menerapkan teknik flat desain dalam pewarnaan. Desain maskot ini juga akan diterapkan pada stationary set dan *merchandise* yang disesuaikan dengan kebutuhan target audiens dan pengurus Bank sampah Sumber Makmur.
Keywords: Bank Sampah; Desain Maskot; Nganjuk; Kampanye; Lingkungan Hidup

Abstract

Sumber Makmur waste bank was established and started operating in 2007. Sumber Makmur waste bank is currently chaired by Ibu Sulastri as a cadre of Ganungkidul sub-district, assisted by 20 management members. This waste bank itself is one of the programs created by Ganungkidul Village, Nganjuk District to support the program of the Kabupaten Nganjuk Plant and Environmental Hygiene Office in 2007 in waste processing guided by the 4R hierarchy (Reduce, Reuse, Recovery, Recycle). This waste bank already has a fast and precise processing process. For 15 years of operation, Sumber Makmur Waste Bank still has no visual identity at all. Visual identity is very important in an organization or program to be a differentiator from other programs, not only that the existence of visual identity such as logos and mascots can be a good promotional media and can be a benchmark for the success of a program. Therefore, mascot design was made with 5W + 1H data collection, and obtained the target audience among adolescents aged 13-16 years. This design resulted in 3 mascot designs named Tiko, Pibo and Kany, using the chibi design style and applying flat design techniques in coloring. This mascot design will also be applied to stationary sets and merchandise tailored to the needs of the target audience and management of Sumber Makmur waste bank.
Keywords: *Waste Bank; Mascot Design; Nganjuk; Campaign; Environment;*

PENDAHULUAN

Kabupaten Nganjuk merupakan wilayah yang memiliki potensi sumber daya alam dan lingkungan yang relatif besar. Dengan potensi sumber daya alam serta lingkungan tersebut sudah membangkitkan perekonomian pada segala bidang dan sebagai daya tarik bagi penduduk dari luar daerah Kabupaten Nganjuk. Kabupaten Nganjuk sendiri terdiri dari 2 industri besar serta aneka macam industri menengah, dan kecil atau *home industry.* Pada tahun 2007 Kabupaten Nganjuk memiliki isu lingkungan salah satunya adalah meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk, hingga meningkatnya timbulan sampah. Berbagai upaya telah ditempuh oleh Pemerintah Kabupaten Nganjuk melalui Dinas Kebersihan Pertamanan dan Lingkungan Hidup dan instansi terkait seperti menerapkan hirarki pengolahan sampah. Hierarki pengelolaan sampah tersebut adalah: 1) Pelaksanaan konsep 4R (Reduce, Reuse, Recovery, Recycle); 2) Pengolahan sampah dengan memenuhi persyaratan lingkungan (incinerator); 3) Penimbunan sampah di TPA yang ramah lingkungan

Bank sampah sumber makmur didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2007. Bank sampah Sumber Makmur saat ini diketuai oleh Ibu Sulastri selaku kader kelurahan Ganungkidul, dengan dibantu oleh 20 anggota pengurus. Bank sampah ini sendiri merupakan salah satu program yang dibuat guna mendukung program Dinas Kebersihan Pertamanan dan Lingkungan Hidup Kabupaten Nganjuk tahun 2007 dalam pengolahan sampah yang berpedoman pada hierarki 4R (*Reduce,Reuse,Recovery,Recycle).* Oleh karena itu bank sampah Sumber Makmur dibentuk dengan berlandaskan 3R (*Reduce,Reuse,Recovery,Recycle).*

Selama 15 tahun beroperasi Bank Sampah Sumber Makmur masih belum memiliki identitas visual sama sekali. Beberapa upaya juga sudah pernah dibuat untuk mendukung program bank sampah Sumber Makmur agar lebih menarik, seperti "Tukar Sampah dengan hadiah" dan " Tabung sampah untuk bayar pajak" namun tidak bertahan lama dan. Disinilah identitas visual berperan sangat penting dalam suatu organisasi atau program guna menjadi media kampanye yang baik dan dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu program. Bank sampah ini juga nantinya tidak hanya menargetkan kalangan dewasa namun juga kalangan remaja. Program ini dilakukan dengan mendatangi sekolah SMP di Kecamatan Nganjuk mulai dari negeri hingga swasta yang akan bekerjasama dengan bank sampah Sumber Makmur untuk mengajak dan memperkenalkan sistem dari sebuah Bank sampah. Program ini juga bertujuan untuk mengajarkan tentang menabung sampah sejak dini dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya memilah sampah terhadap kelestarian lingkungan. Hal ini akan menjadi tantangan untuk menarik minat audiens pada kalangan remaja.

Dari permasalahan tersebut maka perlu adanya suatu rancangan desain berupa maskot yang sesuai dan dapat dengan mudah diterima sekaligus diingat audiens terutama kalangan remaja. Perancangan desain maskot yang yang sesuai guna mendukung upaya kampanye bank sampah Sumber makmur. Dan penerapannya dalam *stationary set* dan *merchandise* yang sesuai dengan kebutuhan target audiens.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka tujuan perancangan sebagai berikut ; (1) Merancang desain maskot untuk menonjolkan identitas diri bank sampah Sumber Makmur sesuai dengan ciri khas Bank sampah Sumber Makmur yang dapat diterima oleh kalangan remaja. (2) Merancang desain maskot guna meningkatkan upaya kampanye bank sampah Sumber Makmur. (3) Menerapkan rancangan maskot pada *stationary set* dan *merchandise* yang sesuai dengan image program dan akan menarik lebih banyak partisipasi /audiens dengan desain yang lebih baru dan menarik.

KERANGKA TEORITIS

a. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan dalam membuat karya perancangan Logo dan Maskot, tugas akhir karya Dedy Setyawan (2019) berjudul Perancangan Ulang (Redesign) Logo *Corporate Identity* Twofa Collection, membahas tentang perancangan *corporate identity* berupa logo yang akan diterapkan pada *stationary set*. Perancangan logo ini sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan daya jual produk, juga sebagai identifikasi yang akan menampilkan citra positif sesuai apa yang diinginkan oleh “Twofa Collection”, dimana dalam penelitian ini berfokus pada tema yang ingin diangkat disesuaikan dari pangsa pasar yang ingin dituju.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Bayu Agung (2015) berjudul Desain Maskot sebagai Media Kampanye Higi Creative Lab untuk Meningkatkan Brand Loyalty, membahas tentang upaya meningkatkan kampanye dan komunikasi pemasaran, melalui perancangan desain maskot yang akan menjadi media komunikasi guna menonjolkan citra perusahaan yang dapat menciptakan “brand loyalty” dari para klien yang mampu memperkuat identitas visual perusahaan.

Juga laporan penelitian dari (Wibawa, 2019) berjudul Perancangan Identitas Visual Kampung Keramik Diyono Malang, tentang *Place Branding* atau *City Branding* dengan menggunakan media berupa logo dan maskot “Krama dan Krami”, yang akan berperan sebagai identitas visual dari Kampung Keramik Diyono.

Dari ketiga penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pentingnya membangun identitas visual berupa lodo maupun maskot dalam melakukan sebuah kampanye untuk menarik sekaligus mempengaruhi target audiens, dan juga meningkatkan citra yang dapat bersaing dengan entitas lainnya. Perbedaan dengan perancangan yang dilakukan penulis saat ini adalah tentang penerapan dan target audiens yang dituju dalam perancangan desain maskot.

b. Maskot

Maskot adalah media kampanye yang berwujud karakter yang mewakili perusahaan tersebut, (Ardhi, 2013:70). Maskot bisa ditampilkan sebagai identitas utama maupun pendukung bagi suatu entitas. Maskot dapat menarik orang untuk ikut berinteraksi karena sebuah karakter yang menggemaskan dan menghibur banyak disukai masyarakat, maskot bersifat universal dan menarik sehingga mudah diterima oleh segala kalangan mulai dari anak-anak sampai orang tua. Lewat wajah, ekspresi, serta gerakannya, kehadiran maskot mampu membuat suasana menjadi semakin hidup karena dekat dengan kehidupan manusia, (Siswanto, 2014:45).

c. Karakter

Dalam desain ada yang disebut desain karakter, desain karakter merupakan sebuah gambar/ilustrasi tokoh nyata/karakter fiksi bisa berupa manusia, binatang, makhluk gaib atau objek apapun yang digayakan dan diciptakan oleh kreator untuk tujuan tertentu dengan sifat, warna dan bentuk visual yang khas/unik, (Rachmat, 2015). Menurut Rachmat (2015). Karakter memiliki gaya desain, yaitu;

1) Gaya eropa, memiliki ciri khas seperti : mata kecil, hidung membulat, tidak banyak garis warna hitam tebal, tidak memakai bayangan, memiliki bentuk tubuh yang kurang sesuai dengan anatomi manusia asli, memiliki kesan lucu.
2) Gaya jepang, sering dikenal dengan gaya *manga* atau *anime* memiliki ciri khas seperti : rambut segitiga lancip-lancip, rambut warna-warni, mata besar, hidung lancip, dagu lancip, mulut kecil, anatomi hampir menyerupai bentuk tubuh manusia asli, badan ramping.

3) Gaya amerika, biasanya identik dengan komik superhero-nya yang memiliki ciri khas seperti : kostum yang ketat, menonjolkan bentuk tubuh atletis, rambut yang hampir menyerupai asli, banyak warna hitam yang berfungsi sebagai bayangan, banyak menggunakan garis arsir, anatomi tubuh manusia asli.
4) *Cbiby* atau *child body* merupakan istilah dari jepang, yaitu sebuah gaya desain dengan karakter anak-anak, remaja/dewasa dengan bentuk tubuh mini/kecil dan kepala yang besar tetapi tidak menggambarkan masa kanak-kanak.

d. Ikonik

Konsep ikonik dapat berarti simbol, bentuk yang simpel, bentuk yang populer, serta mewakili suatu entitas. Rancangan unik umumnya mengalami proses ikonisasi, sampai dalam beberapa jangka waktu rancangan tersebut menjadi ikon dan selalu menjadi daya kenal. Jadi dapat dikatakan bahwa ikonik artinya dampak dari desain rancangan yang unik. Seperti halnya Kolonel Sanders yang menjadi ikonik dan dapt dengan mudah dikenal para masyarakat karena resep ayam crispinya, atau sebuah maskot dengan kepingan coklat yang dapat berjalan, berbicara juga memiliki berbagai sifat atau karakter sebagai ikon produk M&M yang dapat dikenal oleh anak-anak di Amerika. (Landa, 2006:144).

e. Ekspresi Wajah

Ekspresi wajah manusia juga dapat bersifat sadar dan tidak sadar. Jenis ekspresi sadar pada efeknya merupakan jenis sinyal khusus. Pada tahun 1963, ahli psikologi Paul Ekman mendirikan Human Interaction Laboratory di Jurusan Psikiatri, University of California, San Fransisco yang bertujuan mempelajari sinyal wajah tipe ini. Selama bertahun-tahun Ekman, dan timnya menentukan ekspresi-ekspresi wajah tertentu sebagai tanda universal bagi emosi-emosi spesifik. Mereka menunjukkan bahwa dengan membagi-bagi ekspresi wajah menjadi komponen karakteristik posisi alis, bentuk mata, bentuk mulut, ukuran lubang hidung, dan seterusnya.

f. Warna

Memilih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain identitas visual, karena Warna dalam logo dapat digunakan untuk memperkuat kesan yang ingin ditimbulkan dari sebuah bentuk ataupun huruf. (Rustan, 2013). Warna memiliki berbagai arti atau maksud tersendiri sesuai dengan suku, budaya maupun wilayah orang yang memaknainya. Rustan (2013:73) menjabarkan warna memiliki berbagai sifat dan makna yang dikandungnya;

1) Abu-abu, seimbang, netral, masa lalu, elegan, formal
2) Putih, Rendah hati, suci, tidak kreatif, masa muda, bersih, netral.
3) Hitam, Klasik, baru, keteraturan, depresi, kemarahan, kematian.
4) Merah, tulus, marah, cinta, pemimpin, menonjol
5) Biru, damai, setia, kuat, ramah, bersih.
6) Hijau, Kecerdasan tinggi, alam, musim semi, masa muda.
7) Kuning, Sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, cerdas.
8) Ungu, Bangsawan, iri, sensual, spiritual, kreativitas, kaya, kerajaan.
9) Jingga, bahagia, senang, panas, peringatan, antusias.
10) Coklat, bumi, tanah, stabil, tabah, persahabatan.
11) Merah muda, cinta, ceria, suka cita, sehat, kagum.

g. GSM *(Graphic Standart Manual)*

Graphic Standard Manual berfungsi sebagai acuan penetapan identity suatu perusahaan agar tersusun secara sistematis, sehingga tidak terjadi salah persepsi saat diterapkan pada media penerapan yang digunakan. Pedoman identitas ini juga berfungsi untuk mengecek dan mengukur keaslian sebuah identitas, untuk menghindari pembajakan.

h. Bank Sampah

Bank Sampah merupakan konsep pengumpulan sampah kering dan dipilah serta memiliki manajemen layaknya perbankan tapi yang ditabung bukan uang melainkan sampah. Tujuan utama dibentuknya bank sampah adalah untuk membantu menangani pengolahan sampah sehingga seiring berjalannya waktu juga menyadarkan masyarakat akan lingkungan yang sehat, rapi, dan bersih.

METODE PERANCANGAN

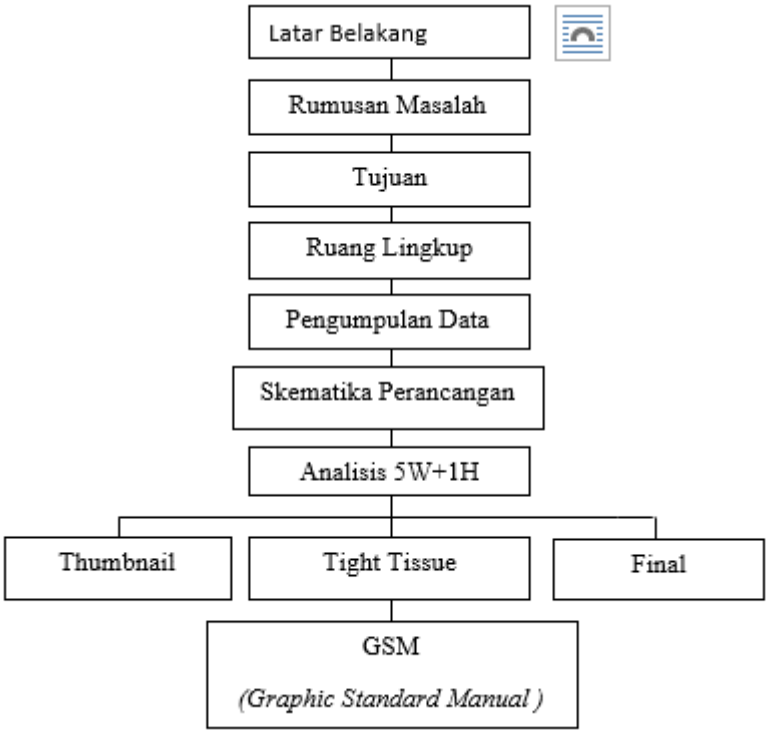
Secara umum, pengumpulan data adalah langkah yang strategis dalam penelitian yang disebabkan karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data untuk memenuhi standar yang sudah ditetapkan dalam menjawab rumusan permasalahan yang diungkapkan di dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan Ibu Sulastri selaku ketua pengurus bank sampah Sumber Makmur dan beberapa anggota serta kader kelurahan Ganungkidul. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui sumber buku dan internet.

Dalam metode wawancara, pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan idenya yang bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Pertanyaan yang diberikan pewawancara dapat berkembang sesuai dengan situasi dan informasi yang dibutuhkan , Sugiyono (2016), (Noviantari, 2020). Dalam observasi, peneliti menggunakan metode participant observation. Dalam participant observation, peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan sehari-hari orang atau situasi yang diamati sebagai sumber data. Dokumentasi yang diambil untuk mendukung proses perancangan ini berupa foto, buku tabungan, *sign system*, dan beberapa proses pengolahan.

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian 5W+1H. Metode analisis data 5W+1H merupakan pedoman standar yang digunakan untuk memberi pertanyaan sebagai dasar dalam pengumpulan informasi maupun memecahkan masalah. Dalam analisis data ini akan menggunakan rumus 5W+1H (*Who,What,When,Where, Why*, dan *How*) (Putra, 2020). Teknik analisis pengumpulan data 5W+1H ini dipilih karena mampu memberikan hasil yang spesifik sekaligus dapat memproses pengumpulan data menjadi lebih terstruktur sehingga poin utama dalam penelitian dapat dengan mudah didapat, (Ardianto, 2010).

Proses perancangan menggunakan prosedur atau alur proses penelitian perancangan di lapangan dari penentuan tema atau variabel perancangan dan persiapan perancangan. Dalam perancangan maskot dibutuhkan juga proses perancangan yang dimulai dengan menentukkan objek penelitian, penentuan judul dan konsep yang akan diterapkan, hingga masuk ke proses perancangan desain. Proses perancangan desain ini akan terdiri mulai dari proses pembuatan thumbnail yaitu sketsa dasar dari brainstorming, kemudian dilanjutkan dengan tahap tight tissue hingga tahap pengembangan desain berupa thumbnail yang kemudian masuk tahap vectoring menggunakan software desain grafis. Tahap terakhir adalah penyempurnaan tight tissue menjadi desain final.



Gambar 1. Bagan Skematika Perancangan
(Sumber : Sutanti, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

Bank Sampah Sumber Makmur merupakan program kelurahan Ganungkidul yang berlokasi di Jl. Veteran No.46, Nganjuk, Kel. Ganungkidul, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Bank sampah Sumber Makmur mulai beroperasi pada tahun 2007 dan sudah berjalan hingga sekarang, bank sampah ini dibentuk untuk mendukung program Dinas Kebersihan Pertamanan dan Lingkungan Hidup Kabupaten Nganjuk dalam mengurangi timbunan sampah dan menjaga kebersihan lingkungan melalui hierarki 4R *(Reduce, Reuse, Recovery, Recycle).* Hingga dibuatlah program bank sampah Sumber Makmur oleh Kelurahan Ganungkidul yang berlandaskan 3R *(Reduce, Reuse, Recycle).*

Bank sampah Sumber Makmur saat ini dikelola oleh Ibu Sulastri sebagai ketua, Ibu Tutik Mariati sebagai sekretaris dan Ibu Dede sebagai bendahara yang dibantu 20 anggota lainnya yang memiliki giliran tugas setiap minggunya. Bank sampah juga memiliki kurang lebih 90-100 nasabah aktif maupun pasif, jumlah ini mungkin masih bisa bertambah atau berkurang. Proses pemilahan sampah yang diterima oleh bank sampah ini dibagi menjadi 3 kategori yaitu plastik, kertas dan kaleng, tidak jarang juga bank sampah menerima besi dalam jenis dan ukuran tertentu. Bank sampah Sumber Makmur ini dibuka setiap minggu pada hari jumat dan setiap bulannya bank sampah dapat mengumpulkan kurang lebih hampir 30-50kg, dengan kategori 5-15kg botol plastik segala ukuran, 10kg gelas plastik, 10kg kardus, 2-3kg duplek, 4kg buku, 5 kg kaleng ukuran kecil, 3 kaleng ukuran sedang dan 3kg kaleng ukuran besar. Setiap jenis atau kategori sampah memiliki harga yang berbeda setiap 1kg nya dari mulai kardus 1.700, botol aqua bersih 3.500, duplek 1.000, buku putih 3.500, besi 5.000, dan kaleng 2.600 untuk harga terbaru saat ini.

Tidak hanya dalam bentuk jasa, bank sampah Sumber Makmur juga menghasilkan uang dalam bentuk barang atau karya daur ulang, seperti bunga, pot, piring plastik, tempat sampah, hingga kantong belanja. Barang-barang jadi ini ditargetkan untuk kalangan ibu rumah tangga dengan kisaran harga yang terjangkau mulai dari 2.000-50.000 ribu.

Bank sampah Sumber Makmur juga memanfaatkan event seperti pameran untuk mengkampanyekan dan menjual barang kerajinan yang mereka buat salah satunya Bazar/expo untuk memperingati Hari Peduli Sampah Nasional yang diadakan oleh Pemkab Nganjuk melalui Dinas Lingkungan Hidup yang dilaksanakan di alun-alun Kabupaten Nganjuk.

Kegiatan seperti ini juga dimanfaatkan oleh bank sampah Sumber Makmur untuk memperkenalkan dan meningkatkan penjualan karya daur ulang agar lebih menarik masyarakat luas dan juga dapat mencakup wilayah pemasaran yang lebih luas tidak hanya dalam Kelurahan Ganungkidul tapi juga hingga wilayah sekitar.

Kedepannya bank sampah Sumber Makmur juga akan membuat program untuk mengenalkan sistem tabung sampah pada anak usia dini dimulai dari remaja SMP yang tentunya pada masa ini para siswa dan siswi sudah mengerti tentang memilah sampah untuk menjaga lingkungan sekitar dan mengerti tentang pentingnya menabung untuk masa depan. Program ini dilakukan dengan mendatangi sekolah-sekolah sekitar dengan target seluruh SMP di Kecamatan Nganjuk dengan total 11 sekolah negeri maupun swasta yang akan bekerjasama dengan bank sampah Sumber Makmur, dalam perancangan desain maskot ini juga bertujuan untuk mendukung program tabung sampah di bank sampah untuk media komunikasi agar audiens yaitu para siswa siswi SMP Kecamatan Nganjuk lebih tertarik dan memahami informasi yang disampaikan pihak bank sampah Sumber Makmur.

b. Analisis Data

Dalam perancangan desain maskot Bank Sampah Sumber Makmur diperlukan metode analisis data 5W+1H sebagai pedoman dalam mengoptimalkan perancangan.

Who, target audiens yang akan dituju adalah para remaja kalangan pelajar SMP dengan rentang usia 13-17 tahun yang sudah mulai mengerti tentang pemilahan sampah dan tabungan, sebagai target utama khususnya seluruh SMP negeri maupun swasta di Kecamatan Nganjuk.

What, bank sampah Sumber Makmur, Kelurahan Ganungkidul terbentuk untuk mendukung program Dinas Lingkungan Hidup pada tahun 2007 dalam rangka mengurangi timbunan sampah berlebih dengan berlandaskan 4R.

When, hasil perancangan desain maskot ini akan digunakan pada program penyuluhan yang akan dilakukan bank sampah Sumber Makmur ke seluruh SMP di Kecamatan Nganjuk dengan total 11 sekolah negeri hingga swasta, yang akan dimulai pada awal juli 2023.

Where, kampanye dan pemasaran menggunakan perancangan desain maskot ini akan akfit dilakukan secara offline di SMP negeri hingga swasta seluruh Kecamatan Nganjuk.

Why, sebelumnya bank sampah Sumber Makmur belum memiliki identitas visual yang dapat menonjolkan ciri khas mereka, sehingga dalam segi kampanye bank sampah Sumber Makmur belum memiliki media komunikasi yang tepat dalam menyampaikan maksud dan tujuan dari bank sampah. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah media komunikasi yang dapat menarik perhatian sekaligus menjangkau sasaran dengan tepat hingga dapat menimbulkan antusiasme dari para target audiens.

How, dalam proses perancangan desain maskot ini tentunya membutuhkan strategi kreatif untuk menciptakan suatu perancangan yang sesuai dengan citra dan karakter dari bank sampah Sumber Makmur. Hasil dari perancangan desain maskot ini akan diterapkan pada seperti id card, lanyard dan

kaos sebagai media utama. Didukung juga dengan media pendukung seperti gantungan kunci, gelas, stiker, kalender, hingga *mini doll.* Berguna sebagai *merchandise* yang akan dibagikan pada para siswa SMP sebagai tanda mata dan juga *reward* yang akan memberikan kesan positif pada audiens.

c. Strategi Kreatif

Perancangan desain maskot bank sampah Sumber Makmur akan menerapkan gaya desain chibi, dan teknik pewarnaan flat desain yang menggunakan skema sederhana tanpa ada efek gradien. Efek yang digunakan dalam desain datar ini menggunakan efek shadow, bevel dan emboss, dengan penggunaan satu jenis warna. Ditujukan untuk menjangkau audiens kalangan remaja dengan rentang usia 13-17 tahun untuk media kampanye sambil belajar yang mudah diterima dan mudah dipahami. Perancangan desain ini dibuat dengan menerapkan bentuk setiap jenis sampah sebagai media belajar dalam membedakan sampah. Melalui perancangan desain maskot ini diharapkan dapat membantu bank sampah Sumber Makmur dalam mengkampanyekan bank sampah pada kalangan remaja.

Unsur utama yang ikonik dalam desain maskot ini menggunakan merupakan bentuk botol plastik, kaleng dan kardus. Benda-benda ini diambil untuk menyimbolkan berbagai jenis dan kategori pemilihan dari bank sampah Sumber Makmur. Terutama botol plastik, kaleng dan kardus yang merupakan sampah dengan jumlah setoran terbanyak menurut data yang telah diambil dengan bentuknya yang familiar di mata khalayak, hal ini dapat menjadi ikon yang tepat untuk menjangkau target audiens terutama kalangan remaja agar mengerti dan familiar dengan wajah, karakter dan fungsi dari bank sampah itu sendiri.

Pada perancangan desain maskot ini juga akan menampilkan nama dari masing-masing maskot seperti, maskot botol yang diberi nama Tiko yang berasal dari kata “tik” dari “plastik”, maskot kaleng diberi nama kany berasal dari bahasa inggris kaleng yaitu “can” yang disesuaikan dengan abjad bahasa indonesia menjadi “kan”, dan ada juga maskot kardus yang diberi nama pibo yang berasal dari kata bahasa inggris paper dan box, yang pengucapannya diplesetkan menjadi “piper” dan “bo”.

Penggunaan warna dalam perancangan desain maskot ini menggunakan warna yang sesuai dengan karakter dari masing-masing maskot dan juga disesuaikan dengan warna yang identik dengan barang itu sendiri, maskot botol dengan warna biru, kaleng dengan warna merah muda turunan dari wara merah dan kardus menggunakan warna coklat turunan dari kuning. Warna biru digunakan untuk menggambarkan karakter yang tenang dari si botol, warna merah atau pink untuk menggambarkan karakter yang kuat dan pemarah dari kaleng dan juga warna kuning yang digunakan untuk mewakili karakter ceria dan jail dari si kardus.



Gambar 2. Warna Dasar Maskot
(Sumber : Sutanti, 2023)

Tipe font yang digunakan dalam mendukung perancangan maskot ini menggunakan font sans serif jenis font yang tidak memiliki kait pada bagian ujungnya. Jenis font yang dipilih adalah Roundy Rainbows, font ini termasuk dalam kategori sans serif . font ini memiliki karakteristik yang terlihat bulat dan gemuk dengan beberapa huruf yang memiliki lekukan yang luwes namun tidak berlebihan. Font ini dipilih karena terlihat paling sesuai untuk mendukung konsep chibi yang digunakan pada desain maskot

dan tidak terlihat terlalu baku dan cocok dengan kesan anak-anak dan remaja yang ingin ditonjolkan dalam perancangan ini.



Gambar 3. Font Roundy Rainbows
(Sumber : dafont.com)

Seperti yang sudah disebut-sebut sebelumnya perancangan maskot ini menggunakan gaya desain chibi yang memiliki bentuk kecil dan karakternya dibuat imut atau lucu. Penerapan gaya ini digunakan karena bisa menarik target audiens yang cukup luas dari kalangan anak-anak, remaja hingga dewasa. Terutama pada anak-anak atau remaja yang cenderung lebih menyukai karakter yang terlihat kecil dan imut. Dalam hal penampilan maskot, desain maskot bank sampah Sumber Makmur juga dibuat genderless atau gaya yang tidak dikhususkan untuk satu gender saja. Hal ini dilakukan karena mengingat target audiens yang dituju dari kalangan remaja yang biasanya masih pemilih dan masih mementingkan dikhususkan untuk siapa sebuah produk.

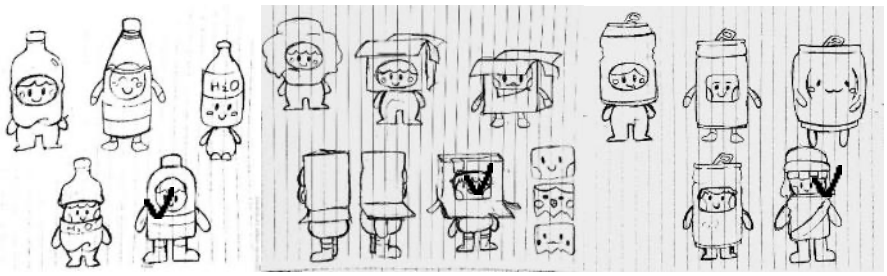


Gambar 4. Contoh Gambar *Ghibi Game Street Fighter Mini*
(Sumber : rachmat,2016)

d. Visualisasi Karya

Referensi visual, dalam proses perancangan desain maskot ini tentunya perlu adanya brainstorming dengan mengumpulkan referensi visual yang bersumber dari pencarian online maupun offline. Referensi pertama dilakukan dengan menentukan bentuk, ukuran dan jenis dari masing-masing objek yang akan dibuat maskot. Terakhir menentukan bentuk maskot yang akan direalisasikan nantinya. Dengan tetap menonjolkan bentuk dari masing-masing objek namun masih menampilkan bentuk manusia yang genderless.

Thumbanial, ini merupakan proses pembuatan beberapa sketsa untuk menentukan desain yang akan digunakan. Proses ini dilakukan secara manual.



Gambar 5. *Thumbnail* maskot botol, kardus, dan kaleng
(Sumber : Sutanti, 2023)

Thumbnail pertama menentukan bentuk maskot, ketiga maskot yang diberitanda tersebut dipilih lebih mendekati dengan referensi visual yang sudah ditentukan sebelumnya dan juga bentuknya lebih terlihat seimbang dan memiliki ciri khas yang mirip satu sama lain. *Tight tissue* ini tahap selanjutnya dari thumbnail, setelah menentukan desain awal melalui thumbnail tahap selanjutnya membuat desain dasar yang kemudian akan memasuki tahap vector desain.



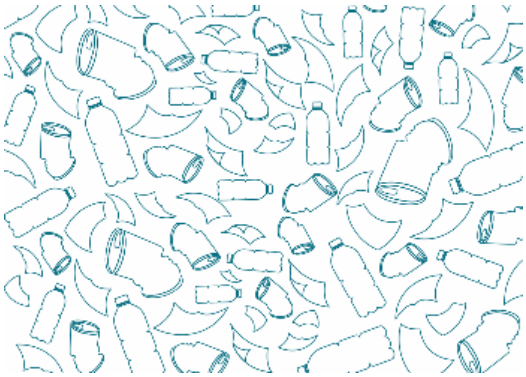
Gambar 6. *Tight tissue* maskot botol
(Sumber : Sutanti, 2023)

Setelah menentukan sketsa final proses selanjutnya vectoring, yang dilakukan dengan memasukkan sketsa pada aplikasi grafis lalu dilanjutkan dengan vector hingga masuk tahap pewarnaan dengan menggunakan teknik *flat* desain dan menyesuaikan bentuk tampak samping, tampak belakang. Setelah tahapan thumbnail dan *tight tissue* didapatkan desain final desain maskot, kemudian masuk proses pewarnaan dan detail menggunakan teknik flat desain mulai dari pengaturan shadow hingga volume desain.



Gambar 7. *Final* Desain Maskot Kardus
(Sumber : Sutanti, 2023)

Final desain ini menghasilkan maskot yang diberi nama Tiko, Pibo dan Kany. Dibuat dengan proporsi depan, belakang dan samping. Menerapkan teknik flat desain dari segi pewarnaa hingga penambahan shadow untuk menampilkan efek dimensi. Untuk maskot tiko menggunakan warna biru yang identik dengan plastik, air dan botol. Lalu Menggunakan dominan warna merah muda untuk menampilkan karakter karakter kany yang pemarah. Menggunkan warna coklat turunan dari kuning yang identik dengan kardus dan menampilkan kesan yang ceria.



Gambar 8. Supergrafis
(Sumber: Sutanti, 2023)

Desain Supergrafis ini mengambil dari berbagai untuk yang diterapkan dalam maskot juga Untuk mewakili berbagai jenis kategori sampah dari Bank sampah Sumber Makmur seperti kertas, botol plastik dan kalang. Supergrafis ini menampilkan hanya menampilkan outline dengan warna dasar putih yang dapat diterapkan diberbagai warna sebagai pelengkap desain maskot.

Penerapan, Perancangan desain maskot ini kemudian diterapkan pada beberapa *stationery set*, *merchandise* dan poster sebagai media kampanye dan pembelajaran. *Stationery set* dan *merchandise* ini akan berfungsi sebagai tanda pengenal dan juga reward yang akan diberikan pada audiens yang dapat mencapai target tantangan. Maskot ini akan diterapkan pada id card, lanyard, buku tabungan, notebook, bolpoin, kaos, topi, totebag, stiker, gantungan kunci, dan kalender.



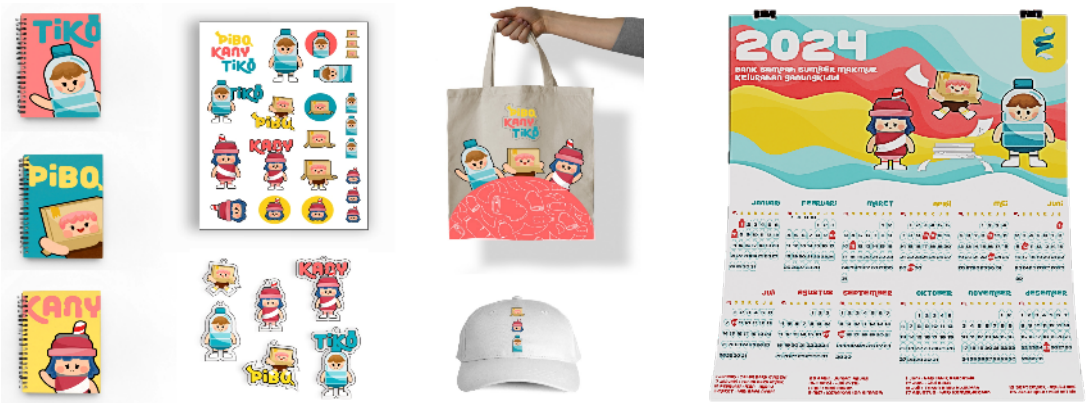
Gambar 9. Penerapan Maskot pada Kaos
(Sumber : Sutanti, 2023)

Desain kaos dibuat satu per satu sesuai dengan maskot, dengan satu desain yang menampilkan ketiga karakter. Dicetak dengan teknik sablon *polyflex*, menggunakan kaos bahan Katun Combat 24s, ukuran L dewasa.



Gambar 10. Penerapan Maskot pada Id Card, Lanyard dan Buku Tabungan
(Sumber: Sutanti, 2023)

Id card dan lanyard ini akan berfungsi sebagi tanda pengenal yang akan dipakai oleh para petugas dari Bank sampah Sumber Makmur saat mengunjungi sekolah-sekolah atau pun diluar itu. Id card memiliki ukuran 8,5 x5,4 cm, dengan komposisi warna cmyk, dicetak bolak balik. Dan ukuran lanyard 90 x 2 cm. Lalu buku tabungan sebagai *stationary set* yang dikhusus kan untuk nasabah siswa siswi SMP dengan ukuran A6.



Gambar 11. Penerapan Maskot pada Notebook, *Tote Bag*, Topi, Stiket, Gantungan Kunci dan Kalender
(Sumber : Sutanti, 2023)

Notebook, totebag, topi stiker gantungan kunci dan kalender berfungsi sebagai merchandise atau hadiah hadiah jika nasabah sudah berhasil mengumpulkan sejumlah poin tertentu.

SIMPULAN DAN SARAN

Ada berbagai macam strategi untuk meningkatkan minat audiens agar bisa terpengaruh dan tertarik oleh suatu media, baik media kampanye, media komunikasi visual hingga media penerapan. Dalam hal ini Bank sampah Sumber Makmur berupaya untuk meningkatkan citra dirinya dengan sebuah media komunikasi visual yang dapat menarik perhatian setiap kalangan terutama kalangan remaja, dengan cara perancangan desain maskot yang disesuaikan dengan karakter dan preferensi umum yang sering ditunjukkan target audiens. Dari mulai penggunaan warna, bentuk, gaya desain hingga ekspresi, sehingga dapat memunculkan daya tarik bagi target audiens.

Penerapan media juga salah satu yang terpenting dalam upaya menarik minat sekaligus sebagai media kampanye yang efektif dan paling sering digunakan. Dengan ada penerapan pada suatu media masyarakat akan dengan mudah mengenali ataupun tertarik pada kampanye yang ditawarkan. Media penerapan ini juga diambil dari kebutuhan target audiens yang dituju.

Media penerapan yang digunakan dalam perancangan maskot ini akan menonjolkan setiap bentuk dan karakter dari ketiga maskot yang ada, media yang digunakan berupa *stationery* set seperti ; id card, lanyard, bolpoin, notebook, buku tabungan hingga stempel. Ada juga merchandise seperti ; stiker, gantungan kunci, kaos, topi,totebag, dan kalender.

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa hal yang penulis sarankan antara lain ; Diharapkan pengurus serta jajaran anggota Bank sampah Sumber Makmur agar lebih memperhatikan tentang identitas visual dan media penerapannya, juga untuk memperhatikan lagi tentang visi dan misi yang sesuai dengan ciri khas dan citra program; Untuk penulis dan peneliti selanjutnya diharap agar mengeksplorasi lebih banyak mengenai pengumpulan data hingga gaya desain maskot yang diterapkan agar tetap memiliki acuan yang tepat; Untuk Lembaga hasil dari proyek studi ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk mahasiswa lain yang akan merancang sebuah maskot.

REFERENSI

Dinas Kebersihan Pertamanan dan Lingkungan Hidup. (2007). Laporan Status Lingkungan Hidup Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun 2007. Nganjuk: Dinas Kebersihan Pertamanan dan Lingkungan Hidup.

Lauwrentius, F. Y. (2015). Penciptaan City Branding melalui Maskot sebagai Upaya Mengkampanyekan Kabupaten Lumajang. *Desain Komunikasi Visual*, 2.

Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Mulyati, L. (2015). Analisis Perbandingan Biaya Operasional dengan Metode Anggaran. *perpustakaan.upi*, 71.

Noviantari. (2020). Perancangan Brand Identity Serbuk Bawang Dayak Bunic. *Junal Barik*, 249.

Putra, I. P. (2020). Perancangan Buku Wisata Budaya Hindu Bali di Surabaya. *Jurnal Barik*, 141.

Teniwut. (2022, November 22). *Media Indonesia.* Retrieved from mediaindonesia.com: https://mediaindonesia.com/humaniora/539107/teknik-pengumpulan-data-dan-metode-penelitian

Triyanto, M. (2015, juni 12). *Rayendar.* Retrieved from rayendar.blogspot.com: http://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiyono-2013.html

Agung, A. B. (2019). *PERANCANGAN DESAIN MASKOT SEBAGAI MEDIA KAMPANYE HIGI.* Surabaya: Stikom Surabaya.

Rachmat, R. (2015). *Desain Karakter.* Jakarta: nulisbuku.com.

Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula.* Bandung: Nuansa Cendekia.

Setyawan, D. (2019). *Perancangan Ulang (Redesign) Logo Corporate Identity Twofa Collection.* Semarang: UBINUS.

Surianto Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wibawa, M. (2019). Perancangan Identitas Visual Kampung Keramik Diyono Malang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSIA)* .