

p-ISSN 2745-5807
e-ISSN 2747-0288

WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design

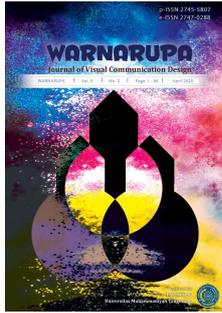
WARNARUPA | Vol. 5 | No. 2 | Page 1 - 94 | April 2025



Published By
PARINKRAF

Universitas Muhammadiyah Tangerang





WARNARUPA

Journal of Visual Communication Design
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif

<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

DESAIN PERANCANGAN MASKOT 3D “LITTLE BOY” SEBAGAI MEDIA *BRANDING* CLUB KARATE DOJO DHONI HASYA DI KOTA TANGERNG

Heri Wijayanto¹, Hilmy Juniawan Malta²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif
Universitas Muhammadiyah Tangerang

heriwijayanto91@gmail.com¹, hilmyjuniawan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji perancangan maskot 3D bernama “Little Boy” sebagai media *branding* untuk Club Karate Dojo Dhoni Hasya di Kota Tangerang. Maskot 3D ini dirancang untuk memperkuat identitas dan citra merek club, serta meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk bergabung. Dalam prosesnya, digunakan teknik 3D *printing* dengan perangkat lunak *Blender* dan desain karakter 2D dengan *Adobe Illustrator*. Maskot ini diimplementasikan dalam berbagai media, seperti kaos, stiker, serta banner dan poster, untuk keperluan promosi. Selain itu, perancangan ini juga memberikan manfaat ekonomi bagi klub melalui penjualan *merchandise*, serta menjadi referensi akademis untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam merancang maskot 3D. Ruang lingkup penelitian ini meliputi daerah Kota Tangerang, dengan target utama anak-anak sekolah dari tingkat SD hingga SMA. Metode yang digunakan mencakup studi pustaka, observasi langsung, dan wawancara. Perancangan desain dilakukan melalui metode *design thinking*.

Kata Kunci: Maskot 3D, *Branding*, Club Karate, 3D *Printing*, Desain Karakter.

ABSTRACT

This research examines the design of a 3D mascot named "Little Boy" as a branding medium for the Club Karate Dojo Dhoni Hasya in Tangerang City. This 3D mascot is designed to strengthen the club's identity and brand image, as well as to increase public awareness and interest in joining. In the process, 3D printing techniques using Blender software and 2D character design with Adobe Illustrator were utilized. The mascot is implemented in various media, such as t-shirts, stickers, banners, and posters, for promotional purposes. Additionally, this design provides economic benefits for the club through the sale of merchandise and serves as an academic reference for Visual Communication Design students in designing 3D mascots. The scope of this research covers the Tangerang City area, with a primary target audience of school children from

elementary to high school levels. The methods used include literature study, direct observation, and interviews. The design process is conducted through the Design Thinking method.

Keywords: *3D Mascot, Branding, Karate Club, 3D Printing, Character Design*

PENDAHULUAN

Maskot merupakan sebuah simbol atau lambang yang dibuat sebagai representasi identitas organisasi atau produk, seperti sebuah perusahaan, organisasi, tim olahraga, atau acara.

Maskot biasanya menyerupai hewan atau manusia yang mewakili karakteristik khusus yang dapat diidentifikasi dengan identitas yang mewakili organisasi atau acara tersebut. Fungsi utama dari maskot adalah untuk memperkuat citra merek atau identitas *brand* tersebut, serta untuk membangun identitas *brand* yang positif dan menarik minat audiens, serta untuk meningkatkan pengenalan dan koneksi emosional dengan audiens atau penggemar.

Ada berbagai jenis maskot yang digunakan di berbagai bidang dan lingkungan. Salah satu jenis yang paling umum adalah maskot olahraga, yang mewakili tim atau acara olahraga tertentu. Contoh maskot olahraga meliputi hewan peliharaan, hewan buas, atau karakter kartun yang diadopsi oleh tim atau acara tersebut. Selain itu, maskot juga sering digunakan dalam bidang komersial, seperti maskot merek untuk perusahaan atau produk tertentu. Maskot juga bisa ditemui dalam lingkungan pendidikan, dimana mereka mewakili sekolah atau universitas tertentu, seringkali berbentuk hewan sekolah atau karakter-karakter yang relevan dengan visi dan misi institusi tersebut.

Pada saat ini sudah banyak *club* dari berbagai cabang olahraga di seluruh dunia memanfaatkan maskot sebagai *brand* identitas mereka, diantaranya seperti *club* sepak bola asal Inggris, *Manchester United* memiliki maskot dengan nama "*Fred the Red*" yang berbentuk setan berwarna merah menggunakan seragam *club Manchester United*, dan *club* bola basket asal Amerika, *Chicago Bulls* memiliki maskot dengan nama "*Benny*" yang berbentuk banteng berwarna merah menggunakan seragam *club Chicago Bulls*. Dari kedua maskot tersebut mencerminkan identitas dari *club* yang diwakili dari masing-masing maskot sehingga membantu membedakan *club* dari yang lain dan menciptakan ikatan emosional antara anggota *club* dan maskot.

Pemilihan maskot biasanya didasarkan pada ide pokok atau konsep yang melatarbelakangi kelompok yang diwakilinya. Ide ini bisa berasal dari sejarah, nilai-nilai inti, atau karakteristik

khas dari kelompok tersebut. Misalnya, maskot sebuah tim olahraga mungkin dipilih berdasarkan kekuatan, keberanian, atau sifat-sifat lain yang dianggap mewakili semangat persatuan dan keberhasilan. Di bidang komersial, maskot dapat dipilih berdasarkan sifat-sifat produk atau layanan yang ingin dipromosikan, serta untuk menciptakan ikatan emosional dengan konsumen. Ide pokok ini menjadi landasan dalam merancang dan mengembangkan maskot agar dapat efektif dalam menyampaikan pesan dan memperkuat identitas kelompok yang diwakilinya.

Dalam hal ini penulis berkecimpung langsung di dalam olahraga beladiri karate, sebelum itu penulis pernah mengikuti beberapa beladiri diluar karate seperti Pencak Silat dan Tarung Derajat namun penulis merasa tidak cocok dikarenakan Pencak Silat mengutamakan latihan kuda-kuda dan pernafasan dan Tarung Derajat mengutamakan daya tahan. Dari beberapa beladiri tersebut penulis merasa cocok berada di bela diri Karate yang mengutamakan kecepatan serangan.

Club Karate Dojo Dhoni Hasya sudah berdiri sejak tahun 2000 yang tadinya berstatus ekstra kurikuler dari *SMK* atau *STM Voctech* seiring berjalannya waktu banyak para peserta dari ekstra kurikuler ini sudah mengajar ataupun memiliki *dojo* secara mandiri mulai dari yang mengajar di sekolah dasar hingga sekolah menengah atas. Atas dasar semangat tinggi para pelatih yang mendukung dan mendorong para muridnya untuk berprestasi dibidang karate maka, ekstra kurikuler karate di *SMK Voctech* dijadikan tempat atau pusat pelatihan dari murid-murid yang ingin berkembang dari masing-masing *dojo*.

Dengan adanya peserta yang datang dari luar *SMK Voctech* maka status dari ekstra kurikuler berubah menjadi *club* karate pada tahun 2008 dan prestasi dari *club* sedikit demi sedikit menanjak. Mulai dari menjuarai *O2SN* (Olimpiade Olahraga Siswa Nasional) tingkat daerah hingga nasional hingga menjuarai ajang kompetensi turnamen terbuka mulai dari skala daerah hingga skala nasional.

Namun *Club Karate Dojo Dhoni Hasya* ini sempat tutup atau bubar pada tahun 2015 dengan alasan kurangnya sumber daya manusia yang mengikuti kegiatan dari club karate ini. Pada tahun 2017 *Club Karate Dojo Dhoni Hasya* mulai membuka kembali rekrutmen untuk para calon siswa/i karate baru. Mulai dari tahun 2017 hingga saat ini tahun 2024 *club* karate ini sudah menunjukkan prestasinya mulai dari meraih juara di *KEJURDA* (Kejuaraan Daerah) Banten tahun 2018 hingga menjuarai *O2SN* sekolah dasar tingkat daerah tahun 2024.

Sebagai sebuah *club* karate yang mendorong pertumbuhan prestasi dalam karate, *Dojo Dhoni Hasya* memiliki visi untuk menjadi pusat pelatihan yang tidak hanya unggul dalam hal teknik bela diri, tetapi juga dalam pengembangan karakter dan nilai-nilai kehidupan. Ide ini melatarbelakangi keinginan untuk memiliki maskot yang tidak hanya mewakili kekuatan dan semangat dalam karate, tetapi juga menginspirasi dan memotivasi anggota *dojo* untuk mencapai potensi terbaik mereka. *Dojo Dhoni Hasya* sebagai tempat latihan yang tidak hanya berfokus pada keahlian fisik, tetapi juga pertumbuhan mental dan spiritual.

Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut, *club Karate Dojo Dhoni Hasya* menggunakan maskot sebagai identitas *club*. Maskot *club* karate ini terdiri hanya satu karakter maskot bernama “*Little Boy*” merupakan maskot dengan wujud anak kecil menggunakan seragam karate. Dengan adanya maskot ini diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai merek *Club Karate Dojo Dhoni Hasya* di komunitas lokal maupun luas. Ini juga dapat membantu dalam pemasaran dan promosi *club*. Sehingga dapat meningkatkan semangat dan motivasi para anggota *club*, baik itu instruktur, pelatih, atau siswa, untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan karate.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Desain

Desain secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses dari perencanaan, menciptakan, menggabungkan beberapa elemen secara estetika, fungsi, dan konteks untuk dapat menghasilkan sebuah solusi yang memenuhi segala kebutuhan dari para pengguna sebagai penyelesaian masalah pada hal tertentu. Pada intinya, desain merupakan cara untuk mengatur elemen-elemen seperti warna, bentuk, tekstur, dan ruang dalam suatu struktur yang memiliki tujuan estetika, fungsional, atau bahkan komunikatif.

Pengertian desain diterapkan untuk membuat struktur, ekosistem, antarmuka, produk, layanan, fitur, dan proses. Ada banyak macam desain dalam kehidupan sehari-hari. Setiap jenis pengertian desain memiliki keterampilan dan teknik tertentu. (Ayu Sendari, 2023)

Salah satu aspek utama dari desain adalah kreativitas. Desainer sering kali dihadapkan pada tantangan untuk memecahkan masalah atau menciptakan sesuatu yang baru dan inovatif. Kreativitas memungkinkan mereka untuk melihat masalah dari berbagai sudut pandang dan menemukan solusi yang unik dan efektif. Namun, kreativitas juga harus diimbangi dengan pemahaman yang kuat akan prinsip-prinsip desain yang telah mapan.

Menurut Febri seorang desainer sebaiknya memiliki sebuah ide, visi, pesan dan rancangan terkait desain yang akan dibuat (Juliana Tjandra & Christine Yuwono, 2022)

Terakhir, desain juga memiliki dampak sosial dan budaya yang signifikan. Desain tidak hanya mencerminkan nilai-nilai masyarakat di suatu waktu, tetapi juga dapat membentuknya. Desain yang baik memiliki kemampuan untuk menginspirasi, mempengaruhi perilaku, dan bahkan merangsang perubahan sosial. Oleh karena itu, desainer juga memiliki tanggung jawab untuk mempertimbangkan keterlibatan dari karya mereka terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, desain bukan hanya sekadar proses penciptaan visual atau fungsional, tetapi juga merupakan alat yang kuat untuk membangun dunia yang lebih baik dan lebih berarti.

Unsur Desain

Menurut Hani Ammariah ada sembilan macam unsur desain, di antaranya titik, garis, bidang, gelap terang, tekstur, ilustrasi, tipografi, warna, dan ruang. Namun di dalam blog nya beliau hanya menjelaskan enam dari sembilan unsur desain. (Ammariah, 2023)

Prinsip Desain

Menurut Hani Ammariah dalam desain terdapat delapan prinsip utama, diantaranya ada kejelasan, ruang, kesatuan, proporsi, keseimbangan, penekanan, irama, dan kesederhanaan. (Ammariah, 2023)

Pengertian Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (*DKV*) adalah proses kreatif dalam merancang elemen visual seperti grafis, ilustrasi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Tujuannya adalah memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui penggunaan elemen visual yang efektif. *DKV* digunakan dalam berbagai konteks, termasuk desain grafis untuk media cetak dan digital, serta untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan keterlibatan audiens terhadap pesan atau produk yang disampaikan. Desain komunikasi visual merupakan ilmu bagaimana merancang sebuah karya visual yang mengedepankan proses komunikasi terhadap target audience. (Muallimah, 2022)

Sebagai ilmu terapan, Desain komunikasi visual bukan hanya ilmu terapan dari ilmu seni rupa, akan tetapi sebagai ilmu yang juga menerapkan ilmu komunikasi, karena karya desain komunikasi visual adalah karya visual bukan hanya mementingkan aspek kreatifitas tapi juga yang harus bisa berkomunikasi secara efektif terhadap target audience. (Muallimah, 2022)

Desain Komunikasi Visual menurut Sumbo Tinarbuko dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah dalam komunikasi atau komunikasi visual. Keberadaannya diabdikan untuk menghasilkan desain yang paling baru di antara desain yang terbaru. (Muallimah, 2022)

Melihat dari pemaparan di atas, Desain Komunikasi Visual (*DKV*) adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi melalui berbagai media, yang dapat berupa gambar, tatanan huruf, warna, dan lain-lain. *DKV* menggabungkan elemen-elemen desain, teknologi, dan komunikasi untuk menciptakan pesan yang efektif secara visual. Dalam hal ini desain komunikasi visual dibutuhkan untuk sebagai teori dasar perancangan yang nantinya akan dibuat, supaya rancangan yang dibuat sesuai dan mempunyai perwujudan yang pas untuk di kenal di daerah tempat sebuah rancangan dibuat.

Maskot 3D

Maskot 3D merupakan karya digital berupa karakter yang mewakili dari suatu merek, *brand*, atau produk dalam sajian tiga dimensi. Maskot memiliki peran penting dalam membangun identitas merek secara visual. Umumnya, maskot 3D dibuat dengan menggunakan perangkat lunak atau *software* 3D yang dimana penggunaannya menciptakan karakter dengan detail yang tinggi dan kaya dengan ekspresi.

Dalam prosesnya, pembuatan maskot 3D melibatkan beberapa tahapan, mulai dari konseptualisasi hingga pembuatan model digital yang lengkap, Dalam pembuatan maskot 3D desainer akan mempertimbangkan karakteristik merek, target pasar, dan pesan yang ingin di sampaikan dalam pengembangan maskot. Lalu menggunakan perangkat lunak desain 3D untuk melakukan modeling dengan berbagai detail seperti tekstur, animasi, dan ekspresi wajah.

Branding

Branding merupakan strategi yang bertujuan untuk membentuk citra dan identitas produk, layanan, atau perusahaan dalam pikiran konsumen. Secara esensial, *branding* melibatkan pembuatan elemen-elemen visual, naratif, dan emosional yang memisahkan entitas bisnis dari pesaingnya, serta memperkuat hubungan dengan audiens yang dituju. Ini tidak sekadar tentang menciptakan logo yang menarik atau nama merek yang kreatif, melainkan juga tentang menciptakan kesan yang konsisten dan meyakinkan melalui setiap interaksi dengan merek tersebut, mulai dari produknya hingga pesan pemasaran dan pengalaman pelanggan.

Menurut Kotler dan Amstrong *branding* merupakan janji penjual untuk menyampaikan kumpulan

sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. (Budi Sulistio, 2020).

Pentingnya desain *branding* yang solid tidak hanya terletak pada penampilannya yang menarik secara visual, tetapi juga pada kemampuannya untuk membangun kesan yang konsisten dan kuat di kalangan audiens target. Dengan memiliki identitas merek yang kuat, suatu perusahaan dapat meningkatkan daya tariknya di pasar, membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Karenanya, desain branding merupakan investasi strategis yang tidak hanya memperbaiki citra merek, tetapi juga berdampak pada kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Karate

Karate adalah seni bela diri tradisional Jepang yang berfokus pada penggunaan tangan kosong untuk bertahan atau menyerang lawan. Teknik-teknik dalam karate meliputi pukulan, tendangan, dan tangkisan yang dilakukan dengan kekuatan dan akurat. Karate juga melibatkan pengembangan disiplin, kontrol diri, dan peningkatan kesehatan fisik dan mental. Latihan karate sering kali dilakukan dalam bentuk *kumite* (pertarungan) atau *kata* (gerakan danserangan terstruktur).

Awal mula karate masuk ke Indonesia dimulai pada awal abad ke-20, saat Indonesia masih berada di bawah penjajahan Belanda. Pada masa itu, Jepang memiliki pengaruh yang signifikan di wilayah Asia Tenggara. Para pelaut Jepang yang datang ke pelabuhan-pelabuhan di Indonesia membawa serta budaya dan tradisi mereka, termasuk seni bela diri karate. Karate kemudian menyebar di kalangan komunitas Jepang di Indonesia dan mulai menarik minat orang-orang lokal.

Pengaruh karate semakin berkembang di Indonesia setelah kemerdekaan pada tahun 1945. Pelatihan karate semakin banyak diadakan, baik oleh instruktur Jepang maupun oleh para penerusnya yang sudah tinggal di Indonesia. Pada tahun 1950-an dan 1960-an, karate semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia dan mulai diakui sebagai salah satu olahraga bela diri yang penting. Organisasi-organisasi karate pun mulai didirikan di Indonesia, membantu mengembangkan dan mengatur kegiatan karate secara lebih terstruktur.

Defisini 3D Modeling

3D modeling secara umum adalah proses representasi digital tiga dimensi dari objek nyata yang menggunakan *software* atau perangkat lunak khusus. Dalam 3D modeling sebuah desain umumnya memiliki bentuk, volume, warna, tekstur, dan efek visual untuk memungkinkan penggunaannya untuk melihat dari berbagai sudut dan prespektif. Dalam 3D modeling, objek atau

bentuk yang dirancang dalam ruang tiga dimensi sehingga para penikmat disuguhkan gambaran dari desain dengan kesan yang realistis.

Karya seni 3D memungkinkan seniman untuk membuat objek dan karakter tiga dimensi. Model-model ini bisa diberi tekstur dan *render* untuk mencapai visual yang mirip bentuk aslinya di dunia nyata. Biasanya kita sering menjumpai di industri animasi dan *game*. (Risetya,2023)

Menurut William Vaughan, 3D modelling adalah hasil dari representasi dari proses secara matematika yang membentuk objek 3D. Hasil dari proses tersebut adalah apa yang sekarang ini disebut dengan 3D model atau 3D *Mesh*. (Aris Budi Prasetyanto, 2014)

Teknik 3D modeling digunakan dalam berbagai industri, termasuk desain produk, animasi, arsitektur, dan *game development*. Dalam desain produk, 3D modeling memungkinkan perancang untuk membuat *prototype* digital dari produk sebelum memproduksinya secara fisik, mempercepat proses pengembangan dan menghemat biaya produksi. Dalam animasi dan *gamedevelopment*, 3D modeling digunakan untuk membuat karakter, lingkungan, dan efek visual yang digunakan dalam film, *video game*, dan efek visual lainnya.

Proses 3D modeling melibatkan penggunaan berbagai teknik dan alat, termasuk pemodelan poligon, patung digital, dan *CAD (Computer-Aided Design)*. Pemilihan teknik dan alat yang tepat tergantung pada objek yang ingin dibuat dan tujuan akhir penggunaannya. Dengan perkembangan teknologi, kemampuan 3D modeling terus berkembang, memungkinkan pembuatan representasi yang semakin realistis dan detail dari berbagai objek dan lingkungan dalam ruang tiga dimensi.

Desain Karakter

Desain karakter merupakan proses dari penciptaan karakter tokoh atau karakter dalam ruang lingkup visual. Umumnya dalam desain karakter ini melibatkan perancangan fisik, psikologis, dan sifat yang unik untuk karakter tersebut. Desain karakter membutuhkan faktor-faktor seperti penampilan fisik, kepribadian, latar belakang cerita, dan peran dalam cerita tertentu. Tujuannya untuk menciptakan karakter yang menarik, meyakinkan, dan dapat berinteraksi dengan audiens atau pengguna.

Menurut Bahasa karakter memiliki definisi yaitu tabiat atau sebuah kebiasaan. Sedangkan menurut psikolog, karakter merupakan sebuah sistem keyakinan dan kebiasaan yang mengarahkan tindakan seorang individu. Oleh sebab itu jika pengetahuan mengenai karakter seorang tersebut dapat diketahui, maka dapat diketahui pula bagaimana individu tersebut akan bersikap atau

bertingkah laku dalam kondisi-kondisi tertentu. (Bayu Agung,2019)

Selain aspek fisik, desain karakter juga mempertimbangkan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku dan motivasi karakter. Ini termasuk pemikiran tentang kebiasaan, emosi, keinginan, dan ketakutan yang membentuk kepribadian karakter. Dengan memahami aspek-aspek ini, desainer karakter dapat menciptakan karakter yang konsisten dan meyakinkan, serta membuatnya mudah dipahami dan diidentifikasi oleh audiens.

Terakhir, desain karakter juga mencakup aspek seperti kemampuan untuk berinteraksi dengan lingkungan atau karakter lainnya dalam cerita atau media. Ini mencakup pemikiran tentang *pose*, ekspresi wajah, dan gerakan karakter yang dapat mengkomunikasikan emosi, niat, atau hubungan interpersonal. Dengan menyatukan semua elemen ini, desain karakter tidak hanya menciptakan gambaran visual yang kuat, tetapi juga menambahkan kedalaman dan kompleksitas pada naratif yang sedang dibangun.

Teori Warna

Teori warna merupakan ilmu mempelajari bagaimana warna bekerja dan bagaimana mereka dapat digunakan untuk menciptakan efek visual yang menarik dan estetis. Di dalam teori warna umumnya melibatkan sebuah pemahaman bagaimana warna-warna terbentuk dan dipersepsikan, lalu bagaimana mereka dapat mempengaruhi pengalaman dari manusia. Teori warna merupakan sebuah rancangan studi tentang cara bagaimana manusia dapat mengenali atau memahami, dan juga menggambarkan sebuah warna. Menurut Nugroho “Warna merupakan fenomena getaran/gelombang yang diterima inderapenglihatan” (Kembaren et al., 2020)

Dalam hal ini warna melibatkan tentang penggolongan dari warna, merujuk pada cara di mana warna-warna tertentu mempengaruhi emosi, suasana hati, dan persepsi seseorang. Warna memegang peran penting dalam seni karena mampu mengkomunikasikan emosi, menyampaikan pesan, dan menciptakan daya tarik yang kuat dalam karya seni, antara lain seperti desain produk, desain grafis, pemasaran, *branding*, pemasaran, psikologi, dan bidang lainnya.

Warna adalah salah satu inspirasi paling berharga yang paling mudah didapati, sedangkan pengertian warna adalah spektrum tertentu yang terdapat didalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih) yaitu, teori Isaac Newton, Teori Johan Wolfgang Von Goethe, Teori Wilhelm Ostwald, Teori Albert, Miscellaneous (Riskiah Harap et al., 2020)

Pemahaman dari teori warna ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan kreatif pada penggunaan dari sebuah warna, untuk menciptakan kombinasi warna yang harmonis, dan mencapai efek melalui penggunaan warna.

Teori *Typography*

Ariani dan Banjarnahor berpendapat “Tipografi adalah seni huruf meliputi pemilihan huruf, penentuan ukuran huruf, penentuan ukuran yang tepat dimana teks dapat diputus, seperti jarak dan bagaimana teks dengan mudah dibaca” (Kembaren et al., 2020)

METODOLOGI

Metode Perancangan

Perancangan maskot 3D bertujuan untuk memahami minat dan bakat siswa serta potensi dari *club* tersebut untuk tetap bersaing di tingkat kejuaraan yang ingin di ikuti. Dalam hal ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif yang nantinya akan mendukung hasil akhir agar sesuai dengan kriteria maskot yang akan dibuat dengan cara mengumpulkan data-data yang ada.

Dikutip dari *website Liputan 6* Penelitian Deskriptif atau kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. (Tysara, 2023)

Metode Pengumpulan Data

Dalam hal ini penulis melakukan pengumpulan data yang umumnya dengan cara terjun langsung ke lapangan, diantaranya :

1. **Kepustakaan:** Kepustakaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan acuan atau referensi untuk menjadi sumber pustaka dan studi dari media-media tentang perancangan yang dibuat.
2. **Observasi:** Dalam *KBBI* (Kamus Besar Bahasa Indonesia) observasi berarti memiliki arti peninjauan secara cermat, dari hasil observasi yang dilakukan sebagai proses awal dari Perancangan Maskot 3D *Club Karate Dojo Dhoni Hasya* upaya mengembangkan minat dan bakat *karate-ka* di *Club Karate Dojo Dhoni Hasya*. Maka dalam pengamatan secara langsung ini penulis mendapatkan beberapa hasil yang diperlukan dalam perancangan *brand identity* tersebut berupa:
 - Situasi Saat Latihan

- Karakter Setiap Pelatih
- Karakter Setiap Karate-Ka
- Penggunaan 3D Print Untuk Maskot

3. Wawancara: Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (*KBBI*), wawancara adalah proses meminta keterangan atau pendapat seseorang mengenai suatu hal. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, penulis menggunakan pendekatan 5W+1H sebagai bahan dasar pertanyaan yang diajukan kepada narasumber.

Metode Analisis Data

Wawancara adalah proses menyelidiki, merangkum, dan menafsirkan data untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan yang relevan. Berdasarkan hasil pencarian data yang dilakukan, penulis menggunakan metode analisis data *S.W.O.T* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) sebagai bahan dasar perancangan maskot 3D.

Metode Perancangan Desain

Dalam metode perancangan desain ini penulis menggunakan metode yang cocok untuk perancangan maskot 3D ini, metode yang diambil adalah metode perancangan *Design Thinking*. Menurut (Eric Christian & Natadjaja, 2022) *Design Thinking* merupakan dimana seorang desainer melakukan analisa permasalahan, menuang ide-ide, lalu bereksperimen dengan ide yang didapat oleh desainer, hingga proses uji coba dan sampai ke final. Dalam prosesnya, *Design Thinking* terdiri dari lima tahap:

1. Empati (*Empathize*)
2. Definisi (*Define*)
3. Ideasi (*Ideate*)
4. Prototipe (*Prototype*)
5. Uji (*Test*)

Bahan dan Peralatan

Bahan dan peralatan yang dibutuhkan dalam desain perancangan maskot 3D "*Little Boy*" sebagai media *branding Club Karate Dojo Dhoni Hasya* di Kota Tangerang mencakup:

Bahan

Dalam penyiapan bahan penulis referensi dari kumpulan gambar, pewarnaan, dan elemen visual lainnya yang digunakan untuk menjadi acuan dasar konsep perancangan maskot 3D *club karate*.

Dalam hal ini ada beberapa media referensi untuk dijadikan bahan untuk pengumpulan data diantaranya seperti buku dan internet, dengan terkumpulnya data-data untuk merancang maskot 3D *club* karate akan menghasilkan satu opsi yang dapat membantu dalam perancangan ini. Dimana data sudah menjadi ide untuk dapat memperluas dalam proses menciptakan maskot 3D dari *Club Karate Dojo Dhoni Hasya*.

Peralatan

Perangkat Lunak Desain 3D: Dalam permodelan 3D atau 3D modeling penulis akan menggunakan software Blender dalam membuat model 3D dari maskot “Little Boy”.

Laptop: Untuk melakukan proses digital penulis menggunakan perangkat laptop untuk melakukan pengolahan visual grafis serta melakukan 3D modeling.

Referensi Visual: Dalam referensi visual penulis menggunakan referensi dari media online untuk mengumpulkan ide dan inspirasi dalam merancang karakter maskot.

Printer 3D: Printer 3D dibutuhkan untuk mencetak model 3D dari maskot jika dibutuhkan untuk referensi atau presentasi.

Peralatan Penyimpanan: Untuk menyimpan file proyek dan aset desain penulis hanya memanfaatkan flashdisk untuk media penyimpanan data.

Urutan Pelaksanaan

Pada proses pelaksanaan di sini, penulis mengumpulkan beberapa referensi desain untuk bisa dikembangkan dalam perancangan identitas merek yang akan dibuat mulai dari awal pembuatan hingga nantinya dapat di proses menjadi final *artwork*. Pada proses pelaksanaan akan diatur *timeline* pengerjaan dapat mempermudah proses pengerjaan penulis dan penyesuaian *deadline* target yang telah ditentukan. Selanjutnya, langkah dilanjutkan dengan mempersiapkan beberapa referensi maskot dan media pendukungnya agar desain yang ingin dibuat nantinya bisa diterapkan di beberapa media yang digunakan.

Alur Proses Kreatif

Proses kreatif merupakan susunan rancangan, disini penulis melakukan tahapan pembuatan maskot 3D dimulai dari pencarian referensi, pembuatan ide awal sketsa karakter, lalu perancangan 3D modeling lalu proses cetak 3D *printing*. Adapun urutan proses kreatif yang penulis berikan antara lain seperti berikut:

Timeline

Selama proses perancangan maskot 3D, mengatur timeline pengerjaan sangat penting untuk memudahkan penulis dalam menyesuaikan tenggat waktu yang telah ditentukan. Mulai dari pencarian referensi karakter yang sesuai hingga media pendukung yang diperlukan, semua ini bertujuan agar desain yang dibuat dapat diterapkan dengan baik.

KONSEP PERANCANGAN

Mind Mapping

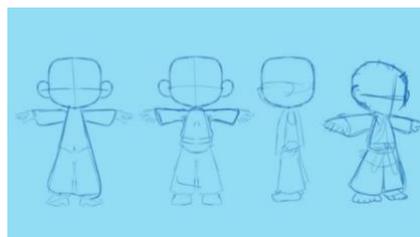
Berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa karate merupakan salah satu seni beladiri yang cukup serius dan memiliki pengaruh besar, baik dalam dunia beladiri, olahraga, maupun pendidikan. Berikut ini adalah hasil mind mapping perancangan maskot 3D *Club Karate Dojo Dhoni Hasya*.



Mind Mapping
(Sumber : Data Pribadi)

Sketsa Kasar

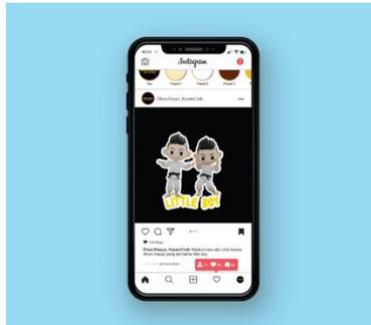
Sketsa merupakan gambaran kasar kasar atau gambar awal yang biasanya dibuat untuk menyusun ide atau konsep sebelum masuk ke dalam pembuatan karya utama, dalam hal ini penulis menggunakan software adobe illustrator dalam pembuatannya.



Sketsa Kasar
(Sumber : Data Pribadi)

Media Sosial

Media sosial sebagai media berbagi konten visual dalam perancangan maskot 3D “*Little Boy*” untuk *Club Karate Dojo Dhoni Hasya* mencakup berbagai elemen visual dan grafis yang digunakan untuk mendukung *branding* di platform digital.



Media Sosial
(Sumber : Data Pribadi)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulann

Dari hasil penelitian dan analisis tugas akhir ini disimpulkan bahwa desain maskot 3D “*Little Boy*” dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap *branding* dan promosi *Club Karate Dojo Dhoni Hasya*. Desain maskot yang menarik dan unik dapat menciptakan identitas visual yang mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Maskot ini merepresentasikan karakteristik dari dojo.

Maskot 3D dapat membangun hubungan emosional dengan audiens melalui desain yang ramah dan menyenangkan. Hal ini membuat maskot lebih relatable dan meningkatkan kesadaran serta keterikatan terhadap brand. Maskot “*Little Boy*” dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai karate dan semangat dojo, seperti disiplin, keberanian, dan persahabatan. Ini membantu menyampaikan pesan brand secara lebih efektif kepada target audiens.

Penggunaan maskot dalam materi promosi seperti video, poster, dan merchandise menambah elemen interaktif dan hiburan, membuat promosi lebih menarik dan berkesan. Maskot 3D juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan promosi dengan cara yang lebih mudah dipahami. Ini membantu dalam menjelaskan manfaat bergabung dengan dojo serta kegiatan-kegiatan yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ammariah, H. (2023). *Desain Grafis: Pengertian, Unsur & Prinsip Dasar | SMK Kelas 10*. Ruang Guru. <https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis>
- Aris Budi Prasetyanto, A. (2014). *ANALISIS DAN PERANCANGAN 3D MODELLING KARAKTER DAN BACKGROUND GAME THE HERO OF MAJAPAHIT MENGGUNAKAN METODE SUBDIVISION MODELLING & DIGITAL SCULPTING*e. https://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_10.11.3790.pdf
- Ayu Sendari, A. (2023). *Pengertian Desain dan Jenis-Jenisnya, Kenali Lebih Dalam*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5290689/pengertian-desain-dan-jenis-jenisnya-kenali-lebih-dalam?page=2>
- Bayu Agung, A. (2019). *PERANCANGAN DESAIN MASKOT SEBAGAI MEDIA PROMOSI HIGI CREATIVE LAB GUNA MENINGKATKAN BRAND LOYALTY*. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3966/1/16421000063-2019-STIKOMSURABAYA.pdf>
- Budi Sulistio, A. (2020). *BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS*. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Eric Christian, J., & Natadjaja, L. (2022). *ANALISIS PROSES DESAIN DI TEMPAT MAGANG DAN DI KULIAH DENGAN MENGGUNAKAN TEORI DESIGN THINKING*. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12271#:~:text=Design Thinking merupakan proses dimana,coba dan sampai ke final.>
- Juliana Tjandra, S., & Christine Yuwono, E. (2022). *Perbandingan Teori dan Praktik Perancangan Desain Grafis pada Proyek Internship di Studio Grafis*. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/viewFile/12276/10762>
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 121. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>
- Muallimah, H. (2022). *KAJIAN PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI AISAS TERHADAP PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*. <https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/download/30/26/126>
- Risetya, D. (2023). *Digital Art Kolaborasikan Seni dan Teknologi, Dulu Pensil Kini Pixel!* Mayar SimplePay. <https://blog.mayar.id/digital-art-kolaborasikan-seni-dan-teknologi-dulu-pensil-kini-pixel/#:~:text=3. Seni 3D dan Patung,di industri animasi dan game.>
- Riskiah Harap, L., Priyanto, A., Sinaga, O., & Sihite, O. (2020). *ANALISIS KARAKTERISTIK VECTOR ART PADA VECTORINA MEDAN COMMUNITY TAHUN 2019 DITINJAU DARI ELEMEN VISUAL*. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/gorga/article/view/18403>
- Tysara, L. (2023). *Jenis Penelitian Kualitatif Menurut Para Ahli, Pahami Karakteristiknya*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5299910/jenis-penelitian-kualitatif-menurut-para-ahli-pahami-karakteristiknya?page=5>