

PEMBUATAN MASKOT “MUMU” DAN “CARO” SEBAGAI *BRAND* *IDENTITY* DESA WISATA MUNCAR

Nabila Jihan Farista^{1*}, Maya Yulia Sari², Fajar Awang Irawan³, M.Khoirudin Bagas⁴

¹Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang, Indonesia

²Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, Indonesia

³Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang, Indonesia

⁴Kepala Desa Muncar Susukan, Indonesia

e-mail: nabilajihan482@gmail.com¹, mayayuliasari33@gmail.com², fajarawang@mail.com³,
optikwilliem@yahoo.co.id⁴

ABSTRACT

Muncar Village does not yet have a mascot that symbolizes identical characteristics or icons for the community and tourists that describe Muncar Village both in terms of geological, historical, cultural, and artistic. The purpose of making a mascot that symbolizes the characteristics and philosophy of the area is to provide persuasive education so that Muncar Village can be known and able to give a positive impression to the wider community, especially tourists. The mascot design activity of Muncar Village is carried out by four methods, namely interviews, observations, practices, and literature studies involving village heads and residents in Muncar Village as a form of learning and community service application. The process of making the Muncar Village mascot has several stages, namely data collection, brainstorming, sketching, then inking/inking, coloring, shading, and finishing. The creation that has been made by the Muncar Village Mascot is described as a form of personification of Muncar Village. The result of the mascot is wearing classic traditional Javanese traditional clothing as a marker of cultural identity. In addition to the figure of the mascot, there is also a cultural identity in the form of a Telang Flower finger motif that symbolizes Muncar Village.

Keywords: Mascot, Branding, Muncar

ABSTRAK

Desa Muncar belum memiliki maskot yang melambangkan ciri khas atau ikon yang identik untuk masyarakat dan wisatawan yang menggambarkan Desa Muncar baik dari segi geologis, sejarah, budaya, maupun kesenian. Tujuan dibuatnya maskot yang melambangkan ciri khas serta serta filosofi daerah tersebut untuk memberikan edukasi secara persuasif agar Desa Muncar dapat dikenal dan mampu memberikan kesan positif kepada masyarakat luas terutama para wisatawan. Kegiatan perancangan maskot Desa Muncar ini dilakukan dengan empat metode yaitu dengan wawancara, observasi, praktik, dan studi pustaka yang melibatkan kepala desa dan warga yang ada di Desa Muncar sebagai bentuk aplikasi pembelajaran dan pengabdian kepada masyarakat. Proses pembuatan maskot Desa Muncar terdapat beberapa tahap yaitu pengumpulan data, *brainstorming*, sketsa, kemudian *inking*/penintaan, pewarnaan/*coloring*, shading, dan finishing. Pembuatan yang sudah dibuat Maskot Desa Muncar digambarkan sebagai bentuk personifikasi dari Desa Muncar. Hasil maskot tersebut yang mengenakan pakaian adat tradisional Jawa klasik sebagai penanda identitas budaya. Selain figur dari maskot, adapula identitas budaya berupa motif jari Bunga Telang yang menyimbolkan Desa Muncar.

Kata Kunci: Maskot, Branding, Muncar

PENDAHULUAN

Pada era sekarang, *branding* merupakan hal yang penting untuk dilakukan. *Branding* sendiri memiliki arti berbagai kegiatan yang dilakukan untuk membangun sebuah identitas dengan cakupan yang luas seperti nama dagang, logo, persepsi konsumen, sekaligus karakter akan *brand* tersebut. *Branding* memiliki banyak manfaat salah satunya yaitu untuk memberikan sebuah identitas pada sebuah

produk atau jasa, menyampaikan nilai, sekaligus menjalin komunikasi dengan target pasar atau konsumen. *Branding* dilakukan untuk menghadapi pasar global sekaligus untuk meningkatkan daya saing (Sulistio, 2021).

Branding dilakukan untuk meningkatkan daya saing, salah satu bentuknya yaitu dengan visualisasi seperti poster, spanduk, dan brosur. Bentuk *branding* dengan visual merupakan hal yang efektif karena dengan visual orang-orang mudah untuk menangkap, mengenali, sekaligus untuk membangun koneksi emosional terutama dengan target pasar. Maskot juga salah satu bentuk *branding* dengan visual.

Maskot adalah wujud karakter atau personifikasi dari *brand* tertentu dengan sifat dan ciri khas yang mewakili *brand* tersebut. Maskot menjadi alat komunikasi dan menjadi salah satu media promosi yang efektif dalam konteks jangka pendek maupun jangka panjang. Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu menggambarkan ciri khas yang diambil dari filosofi, membawa gambaran visi dan misi, serta menjadi gambaran visual dari produk atau identitas suatu daerah. Maskot tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan suatu produk atau daerah tetapi juga memberikan pengetahuan serta informasi dari daerah tersebut.

Desa Muncar terletak di Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. Desa ini berbatasan langsung dengan Desa Bonomerto Kecamatan Suruh di sebelah utara, Desa Gentan Kecamatan Susukan di sebelah selatan, sebelah barat berbatasan dengan Desa ngasinan Kecamatan Susukan, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Tegal Kecamatan Karanggede. Desa Muncar terkenal akan destinasi wisatanya yang sering disebut dengan Desa Wisata Ngidam Muncar. Desa Muncar banyak potensi dalam Bidang sosial budaya, bidang Ekonomi, Bidang Pariwisata. Dalam bidang sosial budaya memiliki keanekaragaman kesenian/kebudayaan, diantaranya adalah Reog Turunggojati, Rebana AT-Taqwa, Campursari Cinde Laras, Reog Kartikasari, dan Ridat Abadi.

Pendirian desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan CBT atau kepanjangan dari *Community Based Tourism*. Dengan pengembangan desa wisata diharapkan adanya pemerataan kesejahteraan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan. Di samping itu, keberadaan desa wisata mampu menjaga kelestarian budaya masyarakat pedesaan melalui keterlibatan masyarakatnya sebagai pelaku kegiatan pariwisata di desanya (Susyanti, 2013).

Menurut Kent Wertime (dalam Lauwrentius dkk, 2015) maskot memiliki relevansi komersial yang luar biasa. Karena berkapasitas memicu ingatan dan membentuk koneksi dengan elemen-elemen yang lebih fundamental dari otak. Teknik ini muncul dalam berbagai bentuk familiar sampai-sampai sebagian audiens tidak menyadarinya sebagai pembantu ingatan. Akan tetapi, masih banyak Desa yang belum memiliki maskot/ikon yang melambangkan ciri khas daerahnya, salah satunya Desa Muncar. Dengan potensi keanekaragaman budaya, Desa Muncar belum memiliki maskot yang melambangkan ciri khas atau ikon yang identik untuk masyarakat dan wisatawan yang menggambarkan Desa Muncar baik dari segi geologis, sejarah, budaya, maupun kesenian. Untuk itu, tujuan dibuatnya maskot yang melambangkan ciri khas serta filosofi daerah tersebut untuk memberikan edukasi secara persuasif agar Desa Muncar dapat dikenal sekaligus mampu memberikan kesan positif kepada masyarakat luas terutama para wisatawan.

METODE

Kegiatan perancangan maskot Desa Muncar ini dilakukan dengan empat metode yaitu dengan wawancara, observasi, praktik, dan studi pustaka yang melibatkan kepala desa dan warga yang ada di Desa Muncar sekaligus sebagai bentuk aplikasi pembelajaran dan pengabdian kepada masyarakat. Segenap jajaran perangkat desa dan Pokdarwis Muncar, masyarakat Desa Muncar, mitra organisasi dilibatkan dalam pembuatan Maskot Desa Muncar.

Metode wawancara yaitu komunikasi yang dilakukan oleh dua orang yang ingin mendapatkan informasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Yang kedua adalah metode observasi, observasi adalah metode pengamatan untuk mendapatkan informasi. Metode selanjutnya adalah praktik dilakukan dengan cara melakukan perancangan desain dan memilah untuk mendapatkan desain yang sesuai dengan filosofi dan visi misi Desa Muncar.

Untuk mendukung perancangan maskot Desa Muncar sebagai upaya memberi ciri khas, sehingga dilakukan studi pustaka dengan cara melihat referensi dalam pustaka seperti gambar-gambar, sejarah Desa muncar, ciri khas, dan budaya setempat. Studi pustaka sangat penting agar bisa membantu pada saat perancangan desain maskot Desa Muncar dan bisa dipertanggungjawabkan filosofi dan teori dalam penciptaan maskot.

Perancangan maskot Desa Muncar dilakukan dengan observasi yaitu dengan mengamati berbagai kegiatan yang ada di Desa Muncar, sekaligus mengamati maskot event yang pernah di diselenggarakan sebelumnya di Desa Muncar. Sedangkan wawancara dilakukan dengan mewawancarai kepala desa, beberapa warga yang ada di Desa Muncar terkait kearifan lokal, sejarah, sekaligus potensi desa. Setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul, baik melalui metode wawancara, maupun observasi, maka data akan dianalisa berdasarkan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil dari analisis data tersebut, maka dibuat beberapa rancangan atau desain maskot Desa Muncar sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses perancangan Maskot Desa Muncar terdapat beberapa tahap yaitu pengumpulan data, *brainstorming*, sketsa, kemudian *inking*/penintaan, pewarnaan/*coloring*, *shading*, dan *finishing*. Yang pertama adalah proses pengumpulan data, proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Berdasarkan wawancara, observasi, serta studi dokumen yang dilakukan bidang budaya menjadi dasar pembuatan maskot Desa Muncar yang menggambarkan simbol atau ikon Desa Muncar yang kaya akan budaya.

Proses yang kedua adalah proses *brainstorming* atau pengumpulan ide, dalam proses ini dilakukan juga penggalan referensi-referensi maskot, selain memberikan wawasan terhadap msakot-maskot, juga memberikan gambaran ide terkait maskot yang akan dibuat. Setelah mendapatkan beberapa referensi yang dikumpulkan, selanjutnya adalah dengan memetakan ide mana yang cocok untuk Desa Muncar. Ide yang digunakan dalam Maskot Desa Muncar adalah dengan Nyi Ageng Serang sebagai salah satu tokoh yang menjadi awal terbentuknya Desa Muncar.

Nyi Ageng Serang merupakan salah satu tokoh wanita pejuang kemerdekaan yang pernah melakukan perjalanan dari Grobogan menuju Yogyakarta dengan menyusuri sungai bersama pasukannya. Ditengah-tengah perjalanan ada salah satu dari pasukannya yang tercecer atau terpencah (*mencar*) di suatu desa dan akhirnya menetap dan menikahi gadis setempat. Sehingga nama desa diambil dari kata '*mencar*' menjadi '*muncar*'. Penamaan maskot Desa Muncar sendiri juga mengambil dari kata '*muncar*' kemudian menjadi nama "*Mumu*" untuk maskot perempuan dan "*Caro*" untuk maskot laki-lakinya.



Gambar 1. Sket kasar “Mumu dan Caro”

Proses visualisasi maskot yaitu dengan proses sketsa. Sketsa secara umum dikenal sebagai bagan atau rencana yang bersifat sementara. Tahap ini diawali dengan sketsa kasar (*rough sketch*) yang menggambarkan konsep visual yang lebih detail dalam ukuran dan gambaran yang sebenarnya. Tahap sketsa merupakan tahap yang masih belum pasti dan masih bisa berganti-ganti. Sketsa dilakukan dengan teknik manual di kertas kemudian dilanjutkan dengan teknik sketsa digital.



Gambar 2. Sket digital “Mumu dan Caro”

Proses penintaan atau *inking* dilakukan jika tahap sketsa sudah selesai dilakukan atau maskot sketsa yang dibuat sudah paten. Proses penintaan dilakukan dengan teknik digital, Penintaan atau *inking* adalah proses pemberian tinta pada sketsa gambar dengan cara penebalan garis-garis sketsa kasar sebelumnya menggunakan *software* digital yaitu *Clip Studio Paint*. Proses penintaan atau inking dilakukan dengan cara menebalkan garis-garis sketsa menjadi satu garis *outline* yang lebih menarik. Proses *outline* dilanjutkan dengan menghitamkan bagian-bagian tertentu agar tidak bocor saat proses pewarnaan atau *coloring*.



Gambar 3. Coloring “Mumu dan Caro”

Proses *coloring* atau *flating* selesai, dilanjutkan dengan proses *shading*. Pengertian *shading* adalah bayangan gelap yang diberikan pada bagian tertentu pada gambar. *Shading* digunakan untuk menggambarkan tingkat kegelapan objek gambar. Proses *shading* dilakukan dengan cara menentukan arah cahaya terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan penambahan layer diatas layer flat color dan digunakan *tools clipping*. *Tools clipping* berguna agar proses *shading* lebih mudah dan tidak keluar dari objek utama gambar yang diberi bayangan. Setelah itu melakukan proses *shading* berdasarkan arah cahaya yang ditentukan tadi.

Gambar 4. Hasil Maskot “Caro”



Sosok atau wujud maskot laki-laki merupakan pengembangan dari maskot perempuan dengan konten visual yang menggunakan baju adat tradisional Jawa klasik. Visual rambut yang tegas dan berwarna hitam mencerminkan ketegasan dan elegan ditambahkan juga aksesoris kepala berwarna emas dengan motif flora yang didistorsi, warna emas melambangkan kejayaan dan kekayaan yang ada di Desa Muncar. Alis berwujud awan yang disederhanakan menggambarkan dunia atas yang berarti hubungan dengan Tuhan.

Keris dan baju adat Jawa mengartikan desa yang kental dengan adat dan budaya. Warna ungu pada jarik dan selendang diambil dari Bunga Telang memberi kesan keanggunan dan kebijaksanaan, selain itu bunga telang merupakan bunga yang dikembangkan oleh masyarakat muncar menjadi usaha UMKM dibidang kuliner. Motif pada jarik diambil dari bunga telang dan dikembangkan menjadi bentuk visual. Maskot tersebut juga membawa keris yang merupakan senjata khas dari Jawa Tengah. Ditambahkan tulisan “Muncar Sae Tenan “ merupakan slogan dari Desa Muncar.



Gambar 5. Hasil Maskot “Mumu”

Sosok atau wujud maskot Perempuan merupakan karakter visual dari Nyi Ageng Serang yang menggunakan baju adat tradisional Jawa klasik. Visual rambut yang panjang dan berwarna hitam mencerminkan keanggunan dan elegan ditambahkan juga aksesoris kepala berwarna emas yang berbentuk mahkota dengan motif flora yang didistorsi, warna emas melambangkan kejayaan dan

kekayaan di Desa Muncar. Alis berwujud flora yang disederhanakan menggambarkan kekayaan alam Desa Muncar.

Panah pada maskot tersebut menggambarkan wujud asli Nyi Ageng Serang yang menggunakan Panah sebagai senjatanya berdasarkan sejarah dan cerita turun-temurun Desa Muncar. Warna ungu pada jarik dan kendit diambil dari Bunga Telang memberi kesan keanggunan dan kebijaksanaan, selain itu Bunga Telang merupakan bunga yang dikembangkan oleh masyarakat muncar menjadi usaha UMKM di bidang kuliner. Motif pada jarik diambil dari Bunga Telang yang dikembangkan menjadi bentuk visual. Ditambahkan tulisan “Muncar Sae Tenan “ merupakan slogan dari Desa Muncar.



Gambar 6. Hasil akhir Maskot “Mumu dan Caro”

SIMPULAN

Dari perancangan yang sudah dibuat, Maskot Desa Muncar digambarkan sebagai bentuk personifikasi dari Desa Muncar. Visualisasi maskot tersebut mengenakan pakaian adat tradisional Jawa klasik sebagai penanda identitas budayanya, selain figur dari maskot, adapula identitas budaya berupa motif jarik Bunga Telang yang menyimbolkan Desa Muncar. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan branding melalui Maskot untuk mempromosikan Desa Wisata Muncar, adapun kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan maskot ini adalah ide serta latarbelakang yang mendasari pembuatan maskot ini adalah kurang dikenalnya Desa Muncar sebagai salah satu desa wisata. Sedangkan Konsep dari pembuatan Maskot adalah kebudayaan dan kekayaan alam Desa Muncar yang berpotensi dan berlimpah. Untuk Implementasi pembuatan maskot ini mengacu sebagai sarana untuk mempromosikan dan memperkenalkan Desa Wisata Muncar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih Artikel jurnal ini ditulis oleh Nabila Jihan Frista, Maya Yulia Sari, Fajar Awang Irawan dan M. Khoirudin Bagas dari Universitas Negeri Semarang dan Kepala Desa Muncar berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pembuatan Maskot Mumu dan Caro Sebagai Brand Identity Desa Wisata Muncar” yang di dukung oleh Universitas Negeri Semarang dan Desa Wisata Muncar.

DAFTAR PUSTAKA

Ardi & Wiratama, 2018; Karya & Littlewood, 2022; Lauwrentius et al., 2015; Mulyana et al., 2013; Nastain, 2017; Sepri & Hidayat, 2020; Shabrina, 2009; Sudibya, 2018; Sulistio, 2017; SURASA, 2023)Ardi, R. F. P., & Wiratama,

- D. A. (2018). Perancangan “Si Meton” Sebagai Maskot Pilkada Provinsi Nusa Tenggara Barat 2018. *Jurnal Imajinasi*, XII(2), 49–56.
- Karya, B., & Littlewood, K. (2022). Perancangan Artbook Adaptasi Novel. 1–13.
- Lauwrentius, S., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2015). Penciptaan City Branding Melalui Maskot Sebagai Upaya Mempromosika Kabupaten Lumajang. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2), 1–10.
- Mulyana, A. R., Djatmiko, M. D., & Ramlan. (2013). Perancangan maskot sebagai c inderamata dalam upaya “ Branding ” Itenas. *Jurnal Penelitian Unnggulan*, 03, 1–23.
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.63> 51
- Sepri, D., & Hidayat, D. (2020). Branding produk memasuki masa new normal. *Journal of Digital Communication and Design*, 1(1), 13–21.
- Shabrina, M. (2009). Pengertian brand dan branding.
- Sudibya, B. (2018). BALI MEMBANGUN BALI JURNAL BAPPEDA LITBANG Wisata Desa dan Desa Wisata. *BALI MEMBANGUN BALI JURNAL BAPPEDA LITBANG Wisata Desa Dan Desa Wisata*, 1(1), 1–30. <http://www.berdesa.com/apa-beda-desawisata-dan-wisata-desa>
- Sulistio, A. B. (2017). BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wpcontent/uploads/2021/02/Branding-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf> Sebagai-
- SURASA, S. (2023). Penerapan Teknik Digital Painting Pada Produksi Film Animasi 2 Dimensi “Dreams.” *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 51–62. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2195>