

PENGEMBANGAN MASKOT SEBAGAI IDENTITAS WISATA SIRUKAM DAIRY FARM

Robby Usman¹⁾, Maharian Agung²⁾

¹ Universitas Pura Indonesia YPTK Padang

² Universitas Pura Indonesia YPTK Padang

Email : robbyusman1@gmail.com

Abstrak

Desain maskot sebagai identitas wisata Sirukam dairy. Perancangan ini di latar belakang dari belum adanya media promosi dalam bentuk maskot di Kawasan wisata sirukam dairy ini. Yang berdampak penurunan wisatawan setiap tahunnya. Maskot merupakan media yang memiliki sifat identic sehingga dapat dengan mudah menggambarkan tempat wisata Sirukam dairy secara keseluruhan. Media pendukung di buat dalam bentuk media cetak penerapan layout atau tata letak media pendukung sesuai dengan prinsip-prinsip desain agar mendapatkan hasil yang baik. Media pendukung juga berperan dalam mendukung media utama agar tujuan yang di berikan kepada target audience tersampaikan.

Kata kunci: Promosi,Maskot,Sirukam Dairy



Karya ini dilisensikan di bawah [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak budaya dan tradisi yang beragam, juga kaya akan wisata yang di tawarkan, keanekaragaman flora dan fauna, karya cipta manusia yang memiliki nilai jual untuk di kembangkan menjadi sebuah usaha di bidang kepariwisataan. Indonesia sebagai negara maritime memiliki potensi yang sangat melimpah. Kondisi tanah yang subur menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian sekelompok manusia untuk menetap dan mengembangkan usaha masing-masing.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki 38 provinsi salah satunya Sumatra Barat. Sumatra Barat adalah salah satu wilayah repoblik Indonesia yang terletak di pulau Sumatra yang terdiri dari 19 kabupaten dan 7 daerah kota. Sumatra Barat salah satu Provinsi yang memiliki potensi wisata yang sangat banyak.

Sumatra Barat memiliki wilayah yang memiliki potensi di bidang wisata dan edukasi salah satunya kabupaten Solok. Kabupaten Solok adalah kabupaten yang terkenal akan wisata yang sangat indah dan beragam. Kabupaten solok memiliki luas 3.378 km. Tipografinya terdiri dari daratan, gunung, dan perbukitan yang merupakan perpanjangan gugusan bukit barisan

Wisata sirukam dairy farm terletak di Kabupaten Solok tepatnya di nagari sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten solok. Tempat ini sedang di gemari para wisatawan. Destinasi wisata berbasis edukasi, untuk mengunjungi sirukam dairy bisa di akses melalui jalan raya solok-alahan Panjang lebih kuran 25km. Sirukan dairy mencoba menampilkan sapi perah, perkebunan, penangkaran ayam kukuak balenggek yang merupakan ikon kabupaten solok, perternakan lebah, serta memfasilitasi café, musholla, spot foto dan parkir yang luas.

Sirukan dairy farm merupakan salah satu destinasi wisata yang dapat di jadikan tempat kunjungan bagi pelajar dan mahasiswa. Jadi potensi kunjungan juga tidak hanya dari wisatawan tetapi dari pelajar dan mahasiswa. Selain itu di sekitar Kawasan di tanami tumbuhan yang membuat berbeda dari tempat wisata lainnya, di Kawasan yang sering di lalui oleh pengunjung banyak di tanami tanaman rosemary bunga yang berwarna ungu dan beberapa tanaman unik lainnya.

Secara umum destinasi unggulannya yaitu sapi perah selain itu pengunjung juga bisa melihat hewan-hewan lain yang di kelompokkan dikandang masing-masing seperti ayam, kelinci, kambing, dan domba. Sirukam dairy sendiri juga memproduksi susu sapi nya sendiri dan di olah menjadi berbagai jenis produk yang di hasilkan dari sapi perah tersebut seperti susu, keju, dan yogurt.

Dengan perkembangan tempat wisata saat ini, masyarakat semakin beragam dan selektif dalam pemilihan tempat wisata. Dibutuhkan sebuah identitas yang bisa mempengaruhi perasaan konsumem agar tertarik untuk mengunjungi tempat wisata dan edukasi sirukam dairy tersebut. Media promosi yang paling sesuai untuk mempengaruhi kejiwaan perasaan konsumen adalah maskot atau karakter. Menurut Ardhi (2013:70) maskot adalah media promosi yang berwujud karakter yang mewakili tempat wisata, perusahaan tersebut. Karakter tokoh ini biasanya memiliki sifat dan tampilan yang merepresentasikan tempat wisata tersebut. Warna-warna yang dipakai pun tidak terlalu jauh berbeda dari logo wisata yang diwakilinya. Biasanya bisa berbentuk fisik dengan ukuran yang besar seukuran manusia, bisa berwujud patung yang tidak bergerak maupun orang yang memakai kostum maskot tersebut. Maskot ini dibuat untuk menghadirkan identitas wisata melalui sebuah karakter tokoh.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan membuat sebuah perancangan Desain maskot sebagai identitas wisata sirukam dairy sehingga pesan yang disampaikan menjadi efektif dan efisien. Menggunakan maskot sebagai media promosi utama, dengan demikian perlu dirancang sebuah media yang dapat meningkatkan wisatawan, tema yang di pilih adalah perancangan media promosi Wisata dan edukasi sirukam dairy dalam bentuk maskot.

Pendahuluan meliputi latar belakang suatu masalah serta urgensi dan rasionalisasi kegiatan. Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan pada bagian ini. Tinjauan literatur yang relevan dan pengembangan hipotesis disertakan dalam bagian ini. [Times New Roman, 12, normal] persentase halaman antara 10-15% dari total kata, spasi 1. Naskah harus ditulis dalam format bahasa Inggris dan Ms. Word (doc/docx). Naskah berisi surat dengan 1. Pendahuluan, 2. Metode Pengabdian, 3. Hasil dan pembahasan, 4. Kesimpulan, 5. Ucapan terima kasih (jika ada) dan daftar referensi. Daftar referensi dibuat secara berurutan, dimulai dengan [1], [2], [3] (gaya IEEE). Struktur bab ini standar, tidak ditambahkan dan diciutkan, kecuali subjudulnya. Isi pendahuluan merupakan jawaban dari pertanyaan [2,3]: (1). latar belakang, (2). Tinjauan literatur singkat dari Pengabdian terkait (3). Alasan Pengabdian ini dilakukan dan (4). pertanyaan tentang tujuan. Kecanggihan, analisis kesenjangan, dan kebaruan dapat dilihat di sini. Hindari membahas tinjauan umum dan definisi perpustakaan.

METODE PENGABDIAN

Pengabdian kepada masyarakat efektivitas perancangan desain maskot sebagai strategi promosi untuk meningkatkan daya tarik Sirukam dairy, gunung pangilun, padang melibatkan dosen, mahasiswa dan owner Sirukam dairy. Adapun metode atau pendekatan dalam pelaksanaan PKM ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menjalin kerjasama dengan Sirukam dairy. Hal ini merupakan langkah penting dalam mendiskusikan berbagai aspek yaitu, tujuan promosi, target audience, dan peran masing-masing pihak.
2. Melakukan analisa data tentang Sirukam dairy. Hal ini mencakup dalam mengumpulkan data-data dan informasi terkait Sirukam dairy. Tujuannya adalah untuk menentukan pesan dan informasi penting yang disampaikan dalam desain maskot produk.
3. Merumuskan konsep dalam perancangan desain maskot. Hal ini dilakukan untuk mengemas pesan dan informasi menjadi ide kreatif dalam menghasilkan solusi yang inovatif.
4. Pengambilan gambar di lokasi sesuai dengan konsep yang telah dirumuskan. Proses ini dilakukan dengan menyeting lokasi dan yang difoto semenarik mungkin.
5. Editing yaitu, menyunting semua gambar yang telah didapatkan dan menyesuaikan dengan bentuk yang diinginkan. Elemen-elemen yang akan di edit mulai dari warna, ornament visual, layout dan efek grafis foto.
6. Membantu owner Sirukam dairy dalam mengelola dan memposting foto yang telah selesai di edit ke dalam setiap media promosi.

HASIL DAN DISKUSI

1. Tahap pra desain

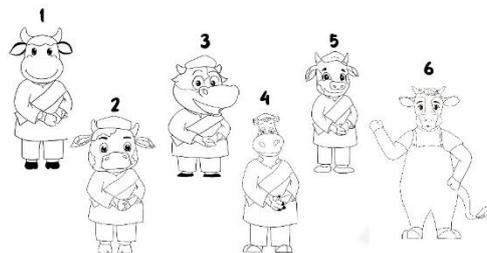
Perancangan media utama yaitu maskot wisata sirukam dairy farm, melalui beberapa proses perancangan agar dapat menghasilkan hasil yang baik dan maksimal diantaranya:

a. Research

Pada tahapan research Langkah yang dilakukan adalah mengidentifikasi cerita yang akan dibangun dalam pembuatan maskot wisata sirukam dairy farm guna untuk menjadi identitas tempat wisata tersebut. Berdasarkan tujuan perancangan untuk menjadi identitas wisata sirukam dairy farm, penulis menentukan beberapa keyword dari kata “Wisata Sirukam Dairy Farm” dari beberapa keyword tersebut di tentukanlah kata yang cocok untuk mewakili tempat tersebut yaitu sapi. Setelah mendapatkan keyword yang tepat dalam perancangan maskot wisata sirukam dairy farm. Penulis menentukan bentuk karakter sapi tersebut agar bisa mewakili tempat wisata sirukam dairy farm secara keseluruhan.

b. Thumbnails

Tahap thumbnails merupakan proses pembuatan visualisasi alternatif ide dengan cepat berupa sketsa berukuran kecil (thumbnails). Thumbnails merupakan tahapan mencari ide-ide visual secara umum, memilih, dan memilah satu dari sekian banyak alternatif desain. Pada tahap ini dibuat berbagai sketsa alternatif berdasarkan hasil research, yaitu mencari bentuk karakter sapi. Dalam tahap ini dilakukan eksplorasi dengan berbagai kemungkinan style gambar :



Gambar 1. Thumbnails

c. Roughts

Tahap berikutnya adalah roughs, yaitu Pada tahap ini juga di tetapkan nama untuk maskot yang dirancang. Maskot diberi nama Sirka, yang merujuk kepada nama tempat lokasi wisata sirukam dairy farm ini. Sirka merupakan singkatan dan makna dari sirukam nama tempat dan lokasi.



Gambar 2. Roughts

2. Tahap perancangan

Dalam perancangan maskot Sirka ini penulis juga membuat berbagai macam ekspresi dan pose tubuh Sirka agar lebih mudah di aplikasikan dalam bentuk media.



Gambar 3. Sketsa Maskot



Gambar 4. Digital Maskot



Gambar 5. Final Maskot

KESIMPULAN

Perancangan desain maskot sebagai identitas wisata sirukam dairy farm ini merupakan langkah kreatif dan efektif dalam mengenalkan ciri khas tempat wisata sirukam itu sendiri. Maskot yang dirancang dengan baik akan memiliki daya tarik visual yang tinggi. Ini dapat menarik perhatian pengunjung potensial dan membuat mereka tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang wisata sirukam dairy farm. Maskot dapat menjadi simbol yang kuat dalam menyampaikan sebuah pesan. Desain maskot yang menggambarkan sapi dengan ekspresi yang ramah dan menggemaskan. Maskot dapat digunakan sebagai alat Pendidikan yang interaktif. Informasi tentang perternakan dan tumbuhan. Maskot dapat membantu dalam membangun citra merek yang kuat untuk tujuan sirukam dairy farm. Identitas visual yang unik dan konsisten akan membantu masyarakat mengenali dan mengingat misi dan tujuan sirukam dairy farm yang di usung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azhar Arsyad, M.A. 2002. Media Pembelajaran. Jakarta: Rajawali Pers. Dalis, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Lembaga Pengabdian Dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Web. *Paradigma*, 19(1), 1-8.
- [2] Bentley, Whitten. 2009. Systems Analysis & Design for the Global Enterprise. McGRAW-HILL: Internasional Edition.
- [3] Cenadi, C. S. (1999). Corporate Identity sejarah dan aplikasinya. Nirmana, 1(2).
- [4] Kusrianto. 2007. Pengantar desain komunikasi visual. Yogyakarta: Andi offset.
- [5] Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. Metode Perancangan komunikasi visual periklanan. Yogyakarta: Dimensi pers.
- [6] Poedjawijatna, Hatta. 2021. Pengantar desain komunikasi visual. Yogyakarta: andi

BIODATA PENULIS 1

1.	Nama lengkap (dengan gelar)	Dr. Robby Usman, S.Ds., M.Sn.
2.	NIDN	1021099102
3.	Jenis Kelamin	Laki-laki
4.	Tempat / Tgl Lahir	Padang, 21 September 1991
5.	No. HP / Email	081277617137/ robbiusman1@gmail.com
6.	Nama Institusi Tempat Bekerja	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

7.	Alamat Kantor	Jl. Raya Lubuk Begalung Padang, Sumatera Barat
----	---------------	--

BIODATA PENULIS 2

1.	Nama lengkap (dengan gelar)	Maharian Agung., S.Ds., M.Sn.
2.	NIDN	1026119501
3.	Jenis Kelamin	Laki-laki
4.	Tempat / Tgl Lahir	Padang, 26 November 1995
5.	No. HP / Email	0811706441/ maharianagung27@gmail.com
6.	Nama Institusi Tempat Bekerja	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
7.	Alamat Kantor	Jl. Raya Lubuk Begalung Padang, Sumatera Barat