



## Desain Maskot untuk Media Komunikasi Visual pada TK Al-Khairiyah di Bekasi

Donella Zahra Ali<sup>1✉</sup>, Christophera Ratnasari Lucius<sup>2</sup>

Desain Komunikasi Visual, Universitas Esa Unggul

Email: [donellazhra@gmail.com](mailto:donellazhra@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

TK Al-Khairiyah, berdiri sejak 1991 di Perumahan Harapan Baru II, mengalami penurunan popularitas dan keterlibatan masyarakat. Penelitian ini bertujuan merancang maskot baru untuk memperkuat identitas visual TK dan menarik minat calon peserta didik serta orang tua. Metode kualitatif digunakan, meliputi wawancara dengan pihak sekolah, survei orang tua murid, dan studi literatur tentang desain maskot. Hasil penelitian menunjukkan bahwa maskot yang dirancang mampu menciptakan identitas yang kuat, menyenangkan, serta mudah diingat. Maskot ini dirancang dengan desain sederhana, ramah, dan akan diterapkan pada berbagai media komunikasi seperti brosur, flyer, dan platform digital. Implementasi maskot ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas, memperbaiki citra TK Al-Khairiyah, serta meningkatkan keterlibatan dan pengenalan sekolah di komunitas.

Kata Kunci: *Desain Maskot, Media Komunikasi Visual, TK Al-Khairiyah Bekasi*

### Abstract

TK Al-Khairiyah, established in 1991 in Perumahan Harapan Baru II, has experienced a decline in popularity and community engagement. This study aims to design a new mascot to strengthen the kindergarten's visual identity and attract prospective students and parents. A qualitative method was used, including interviews with school staff, surveys of parents, and a literature review on mascot design. The research findings indicate that the designed mascot can create a strong, appealing, and memorable identity. The mascot features a simple, friendly design and will be applied across various communication media, such as brochures, flyers, and digital platforms. The implementation of this mascot is expected to increase visibility, improve the image of TK Al-Khairiyah, and enhance school engagement and recognition within the community.

Keyword: *Mascot Design, Visual Communication, Kindergarten*

## PENDAHULUAN

TK Al-Khairiyah yang terletak di Perumahan Harapan Baru II adalah salah satu taman kanak-kanak yang telah beroperasi sejak tahun 1991. Seiring berjalannya waktu, TK ini mengalami penurunan dalam hal popularitas dan keterlibatan masyarakat. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Sekolah, penurunan ini disebabkan oleh kurangnya pembaharuan dan inovasi, termasuk dalam media komunikasi visual sekolah.

Desain maskot baru bisa menjadi solusi untuk memperkuat identitas visual dan menarik perhatian masyarakat. Maskot yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan nilai-nilai dan karakteristik TK Al-Khairiyah dengan cara yang menyenangkan dan mudah diingat. Maskot dapat meningkatkan identitas visual dan keterlibatan audiens dalam berbagai konteks pendidikan (Ahmad Salahudin, 2023). Studi lain juga mengungkapkan bahwa penggunaan maskot dalam media komunikasi visual dapat meningkatkan minat dan motivasi belajar anak-anak (Ilmawan Ronggowarsito et al., n.d 2023.). Kedua penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan maskot di TK Al Khairiyah.

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif, termasuk wawancara dengan pihak sekolah, survei kepada orang tua murid, dan studi literatur terkait desain maskot. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif dalam merancang maskot yang mampu meningkatkan daya tarik dan keterlibatan TK Al-Khairiyah.

Seiring dengan perubahan zaman dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perkembangan modern, perancangan maskot yang tepat akan membantu TK Al-Khairiyah untuk memperkuat komunikasi visual dan meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengacu pada metode yang dikembangkan oleh Robin Landa dalam bukunya "Graphic Design Solutions" (Landa, 2014). Metode ini terdiri dari lima tahap: Orientation, Analysis, Conception, Design, dan Implementation. Berikut adalah penjelasan detail mengenai setiap tahap dan teknik pengumpulan data yang digunakan:

### 1. Orientation

Tahap Orientation bertujuan untuk memahami konteks dan latar belakang TK Al-Khairiyah. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan kepala sekolah dan guru TK Al-Khairiyah. Selain itu, dilakukan observasi langsung di lingkungan sekolah untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang kondisi fisik dan suasana sekolah.

## 2. Analysis

Tahap Analysis melibatkan analisis data yang diperoleh dari tahap Orientation. Data dianalisis untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh TK Al-Khairiyah, khususnya yang berkaitan dengan penurunan popularitas dan keterlibatan masyarakat.

## 3. Conception

Pada tahap Conception, konsep awal desain maskot dikembangkan berdasarkan hasil analisis. Ide-ide kreatif dirumuskan dengan mempertimbangkan nilai-nilai dan karakteristik TK Al-Khairiyah. Proses brainstorming dilakukan untuk menghasilkan berbagai alternatif desain maskot yang dapat mewakili sekolah secara efektif. Dalam tahap ini, dilakukan studi literatur tentang desain maskot dan identitas visual untuk memperoleh inspirasi dan panduan desain yang relevan.

## 4. Design

Tahap Design melibatkan pembuatan sketsa dan prototipe maskot berdasarkan konsep yang telah dirumuskan. Desain maskot dikembangkan dengan memperhatikan prinsip-prinsip desain grafis seperti keseimbangan, harmoni, dan daya tarik visual.

## 5. Implementation

Tahap Implementation adalah tahap penerapan desain maskot pada berbagai media komunikasi visual. Maskot yang telah disetujui diterapkan pada brosur, flyer, poster, serta platform digital seperti media sosial TK Al-Khairiyah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Maskot adalah representasi visual yang sering berbentuk karakter atau simbol yang digunakan oleh berbagai organisasi, acara, atau produk untuk memberikan identitas yang mudah dikenali dan menarik bagi publik (Hasbullah 2018.). Maskot sering kali dirancang dengan karakteristik unik dan ciri khas yang mencerminkan nilai atau pesan yang ingin disampaikan oleh entitas yang diwakilinya. Maskot dapat berfungsi sebagai alat untuk memperkuat identitas visual dan meningkatkan pengenalan merek atau organisasi di mata publik. Desain maskot yang baik untuk institusi pendidikan, termasuk taman kanak-kanak, dapat menghasilkan karakter yang menonjol dan menciptakan citra baru yang kuat bagi organisasi. Maskot ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga dapat diaplikasikan dalam berbagai media seperti poster, media digital, dan produk mainan. Hasil dari penggunaan maskot ini dapat meningkatkan ingatan dan kesadaran merek di antara audiens target, baik anak-anak maupun orang tua (Kongdee et al., 2020).

Maskot memiliki beberapa fungsi penting dalam strategi komunikasi visual untuk sekolah TK. Pertama, maskot membantu memperkuat identitas sekolah dengan

memberikan wajah yang khas dan mudah diingat, sehingga sekolah lebih menonjol dan berbeda dari institusi lain. Kedua, maskot dapat membangun koneksi emosional dengan anak-anak dan orang tua, di mana karakter yang lucu atau menyenangkan membuat mereka merasa lebih dekat dan terikat dengan sekolah. Selain itu, maskot bisa digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai dan misi sekolah secara visual, seperti maskot yang ramah dan peduli yang mencerminkan sekolah yang mengutamakan pendidikan yang menyenangkan dan inklusif. Kehadiran maskot dalam berbagai aktivitas sekolah atau acara dapat meningkatkan partisipasi dan engagement dari siswa dan orang tua, menjadi daya tarik utama dalam program promosi sekolah. Terakhir, maskot membantu menyederhanakan pesan verbal yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh anak-anak dengan pesan visual, sehingga pesan dapat disampaikan dengan lebih efektif dan menarik.

Dalam jurnal "Komunikasi Visual Penjenamaan Dalam Upaya Membangun Citra Visual Identitas Baru Kota Palembang" membahas tentang pentingnya penggunaan maskot dalam penjenamaan. Mereka menemukan bahwa maskot dapat menjadi sarana identifikasi visual yang efektif untuk mencerminkan jiwa dan karakter dari sebuah entitas. Maskot membantu memperkuat branding dengan menyediakan identitas visual yang unik dan representatif, yang dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan masyarakat (Bakar & Halim, 2023).

#### VISUALISASI MASKOT TK AL-KHAIRIYAH

Maskot untuk institusi pendidikan menunjukkan pentingnya desain maskot yang mampu merepresentasikan identitas visual lembaga. Dalam konteks sekolah, maskot tidak hanya berfungsi sebagai simbol yang mudah diingat, tetapi juga harus mencerminkan pesan dan nilai-nilai lembaga tersebut (Bella Cintya et al., 2023). Maskot TK Al-Khairiyah digambarkan sebagai seorang anak laki-laki dan perempuan dengan penampilan yang mencerminkan ketiga nilai utama dari slogan TK ini. Maskot ini mengenakan pakaian yang sopan dengan atribut keislaman seperti peci dan kerudung, melambangkan nilai 'Saleh'. Dia juga memiliki postur yang aktif, dengan ekspresi ceria yang menunjukkan kesehatan dan semangat belajar. Elemen tambahan seperti buku melambangkan 'Cerdas'. Maskot dirancang dengan warna-warna cerah dan desain yang ramah untuk menarik perhatian anak-anak.



Gambar 1 Maskot TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)

Setelah visualisasi maskot TK Al-Khairiyah selesai dengan memperhatikan nilai-nilai utama, langkah berikutnya adalah mengimplementasikan desain maskot ini ke berbagai media komunikasi visual. Pengaplikasian desain maskot ke beberapa media seperti, media patung, x-banner, stiker, kaos, spanduk, dan Instagram yang berbentuk hewan dan manusia dapat memperkuat identitas visual dan meningkatkan keterlibatan di media sosial (Ahmad Salahudin, 2023). Penerapan maskot memungkinkan identitas sekolah dikenali dengan cara yang menarik dan konsisten, serta membantu menyampaikan pesan sekolah dengan lebih efektif. Media komunikasi visual yang mencakup maskot ini diantaranya yaitu :

#### X BANNER

Pengembangan media cetak seperti poster dan banner yang menampilkan maskot dapat memperkuat pesan komunikasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat (Permana 2021). Sejalan dengan itu, dalam penerapan media visual di pendidikan anak usia dini, maskot sering kali digunakan sebagai alat bantu visual yang menarik dan interaktif. Hal ini penting karena anak-anak pada usia dini cenderung lebih responsif terhadap gambar dan karakter visual yang menarik, sehingga media visual berbasis maskot dapat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan pendidikan (Anggraeni & Dewi, 2021).

Pada TK Al Khairiyah, penerapan maskot pada X-banner digunakan untuk memperkuat identitas sekolah dan menarik perhatian serta meningkatkan kesadaran komunitas terhadap kegiatan dan nilai-nilai yang ditanamkan oleh sekolah. Maskot TK Al-Khairiyah diterapkan pada X-banner yang dipasang di sekitar pintu masuk sekolah. Maskot ditampilkan dalam ukuran besar dan desain ceria, sehingga mudah terlihat dan menarik perhatian. Pose maskot yang melambatkan tangan menciptakan kesan ramah, seolah-olah menyambut anak-anak pada hari pertama mereka masuk sekolah. Kehadiran maskot pada

X-banner juga membantu memperkenalkan identitas sekolah secara visual. Desain maskot yang cerah dan ekspresi ramah memberikan kesan positif dan mengundang.



Gambar 2 X-Banner TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)

## FEEDS INSTAGRAM

Sebagai pendukung komunikasi suatu media promosi, ilustrasi dibutuhkan sebagai pendamping teks, karena pada umumnya masyarakat lebih berkesan melihat suatu teks informasi yang ditampilkan dengan foto atau gambar ilustrasi (infografik). Gambar mewakili seribu kata, gambar menyampaikan pesan dengan sangat cepat, gambar dapat memiliki berbagai makna (Yulius, 2016). Ilustrasi pada konteks ini juga dapat berupa maskot. Maskot diterapkan dalam feeds Instagram sekolah untuk meningkatkan keterlibatan di media sosial. Setiap postingan menampilkan maskot dalam berbagai situasi, seperti menghadapi kegiatan sekolah, merayakan acara khusus, atau hanya berinteraksi dengan siswa. Dengan menggunakan maskot dalam konten Instagram, sekolah dapat menyampaikan informasi dengan cara yang menyenangkan dan menarik. Maskot membantu menarik perhatian pengikut dan meningkatkan interaksi, seperti like, komentar, dan shares, sehingga memperluas jangkauan promosi dan memperkuat koneksi dengan audiens



Gambar 3 Feeds Instagram TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)

## MERCHANDISE

Bahwa representasi maskot dan logo tidak hanya memperkuat identitas visual, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai media termasuk merchandise untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat (Hidayati et al., 2019). Prinsip ini juga dapat diterapkan dalam konteks taman kanak-kanak, di mana maskot dapat digunakan sebagai elemen branding yang efektif pada berbagai media komunikasi visual untuk memperkuat identitas dan menarik minat komunitas sekitar. Maskot TK Al-Khairiyah diterapkan pada berbagai jenis merchandise untuk memperkuat branding sekolah. Merchandise ini meliputi kalender yang menampilkan kegiatan maskot yang berbeda-beda setiap bulan, disesuaikan dengan kegiatan akademik sekolah, sehingga memberi nuansa segar dan relevan sepanjang tahun. Selain itu, maskot juga dicetak pada tas jinjing, t-shirt, pin, dan tumbler. Tas jinjing dan t-shirt dengan desain maskot memungkinkan siswa dan orang tua menunjukkan dukungan mereka terhadap sekolah dengan cara yang stylish dan praktis. Pin dan tumbler dengan gambar maskot juga menambah elemen fun dan fungsional pada merchandise, menjadikannya barang-barang yang dapat digunakan sehari-hari sambil tetap memperkenalkan identitas sekolah. Penerapan maskot pada berbagai merchandise ini membantu menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat

dengan siswa dan orang tua serta meningkatkan visibilitas sekolah.



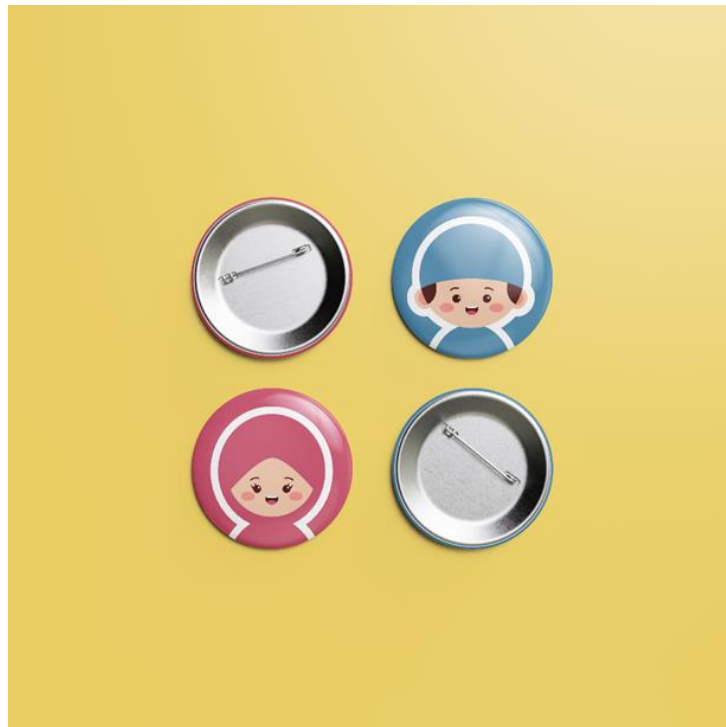
Gambar 4 Merchandise Kalender TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)



Gambar 5 Merchandise Tas Jinjing TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)



Gambar 6 Merchandise T Shirt TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)



Gambar 7 Merchandise Pin TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)



Gambar 8 Merchandise Tumbler TK Al-Khairiyah  
(Sumber foto: Dokumentasi penulis, 2024)

## SIMPULAN

Setelah menyelesaikan penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa kurangnya daya tarik terhadap TK Al-Khairiyah salah satunya disebabkan oleh minimnya pembaharuan dan inovasi pada media komunikasi visual sekolah. Faktor-faktor seperti kurangnya pembaruan identitas visual dan media komunikasi yang menarik ikut memengaruhi penurunan popularitas dan keterlibatan masyarakat. Penelitian ini menawarkan solusi dalam bentuk perancangan maskot sebagai media komunikasi visual yang diharapkan dapat memperkuat identitas visual. Maskot yang dirancang menggunakan pendekatan kreatif dan inovatif, dengan menerapkan metode kualitatif yang melibatkan wawancara dengan pihak sekolah, survei kepada orang tua murid, serta studi literatur tentang desain maskot. Proses ini mengajarkan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang objek perancangan, konsep visual yang tepat, serta penggunaan data konkret untuk menghasilkan solusi yang efektif. Perancangan maskot ini diterapkan pada berbagai media komunikasi seperti brosur, flyer, poster, serta platform digital. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan menarik perhatian terhadap TK Al-Khairiyah, sekaligus meningkatkan citra dan daya tarik sekolah di mata calon peserta didik dan orang tua.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Salahudin, U. (2023). Redesain Maskot untuk Meningkatkan Identitas Visual Kabupaten Bojonegoro. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 3(9), 1321–1338. <https://doi.org/10.17977/um064v3i92023p1321-1338>
- Permana, L., Ramadhan, N., & Lawrenche, F. (2021). Upaya Pengembangan Media Cetak Promosi Kesehatan pada Pekerja Formal dalam Menerapkan Protokol Kesehatan di Tempat Kerja Kota Samarinda. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 129-136. <http://logista.fateta.unand.ac.id/index.php/logista/article/view/621/314>
- Anggraeni, D., & Dewi, M. (2021). PELATIHAN MEDIA PEMBELAJARAN MENGGUNAKAN MICROSOFT POWERPOINT 2010 UNTUK GURU TAMAN KANAK-KANAK. In *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JPSTM>
- Bakar, A., & Halim, B. (2023). Komunikasi Visual Penjenamaan Dalam Upaya Membangun Citra Visual Identitas Baru Kota Palembang. 8(2). <https://charmingpalembang.com/virtual-tour>
- Bella Cintya, H. A., Hairunnas, H., Kurniawan, T., & Afandi, M. Z. (2023). RANGKA KERJA PERANCANGAN MODEL MASKOT UNTUK SEKOLAH ALAM DEPOK. *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 8(2), 169. <https://doi.org/10.25124/demandia.v8i2.5736>
- Hidayati, A. N., Hadiprawiro, Y., & Dawami, A. K. (2019). Representasi City Branding Jakarta melalui Identitas Merek Asian Para Games 2018. *Jurnal Desain*, 6(03), 186. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.3652>
- Ilmawan Ronggowarsito, B., Ramdhan, Z., & Taufik Afif, R. (n.d.). DESAIN KARAKTER VIRTUAL YOUTUBER SEBAGAI MASKOT PEMBELAJARAN MENGGAMBAR. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/index>
- Kongdee, N., Prapawong, S., & Jintapitak, M. (2020). The designing of institute's educational mascots for brand identity. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems*, 5(6), 1759–1777. <https://doi.org/10.25046/AJ0506210>
- Landa, Robin. (2014). *Graphic design solutions*. Wadsworth, Cengage Learning.
- Hasbullah, Santosa, H, Swandi, W,. MAKNA DESAIN KARAKTER "SI METON" PADA MASKOT PILKADA NTB TAHUN 2018. (n.d.). <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- Yulius, Y. (2016). PERANAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENDUKUNG MEDIA

<https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/132>