

PERANCANGAN MASKOT DESTINASI WISATA DANAU RANU GRATI

Lailatul Istiana, Shochibul Hujjah, S.Sos.I, M.I.Kom

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komunikasi
Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan
Jl. Raya Warung Dowo, Kec. Pohjentrek, Kab. Pasuruan, Telp. 03435617767
lailatulistiana05@gmail.com , shohibulhujjah@gmail.com

ABSTRAK

Kepariwisata di Kabupaten Pasuruan dari tahun ke tahun telah mengalami peningkatan, Namun demikian, tidak semua kepariwisataan di Kabupaten Pasuruan setelah masa pandemi Covid-19, beberapa pariwisata justru mengalami penurunan wisatawan dan perlu adanya pengembangan. Salah satu objek wisata yang harus dikembangkan lebih jauh adalah Wisata Alam Ranu Grati di Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan. Wisata Danau Ranu Grati telah membranding diri melalui berbagai media, baik media sosial maupun media cetak seperti banner, brosur, dll . Namun hingga sekarang belum ada media yang dapat menjadi brand khas Danau Ranu Grati ini. Pada penelitian ini, penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi visual merasa perlu membuat rancangan maskot sebagai ikon khas yang dapat membantu mendongkrak promosi.

Penelitian pengembangan menghasilkan desain Maskot Danau Ranu Grati dengan metode *Research and Development* atau R&D mengacu pada model Borg and Gall (Sugiyono 2019) yang dibatasi 8 tahapan meliputi potensi dan masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi desain, revisi desain, uji coba produk, revisi hasil uji coba produk. Uji lapangan awal produk dilakukan dengan cara memvalidasi produk oleh ahli media. Produk sebelum diuji cobakan secara terbatas kepada peserta didik divalidasi terlebih dahulu oleh dosen ITSNU Pasuruan sebagai ahli media dan Pihak Destinasi wisata Danau Ranu Grati sebagai ahli materi kemudian diuji cobakan kepada masyarakat Pasuruan. Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian ahli media, produk yang dikembangkan mendapatkan skor dengan persentase 76,5% dalam kategori valid. Dan penilaian ahli maret, mendapatkan skor dengan persentase 88,5 % dalam kategori sangat valid. Selanjutnya, pada hasil uji coba berdasarkan penilaian responden, produk yang dikembangkan mendapatkan skor dengan persentase 84,4 % dalam kategori sangat layak.

Kata Kunci : *Penelitian, Pengembangan, Wisata, Maskot*

ABSTRACT

Tourism in Pasuruan Regency has increased from year to year, however, not all tourism in Pasuruan Regency after the Covid-19 pandemic, some tourism has actually experienced a decrease in tourists and needs development. One of the attractions that must

be developed further is Ranu Grati Nature Tourism in Grati District, Pasuruan Regency. Ranu Grati Lake Tourism has branded itself through various media, both social media and print media such as banners, brochures, etc. But until now there has been no media that can become a distinctive brand of Lake Ranu Grati. In this study, the author as a visual Communication Design student felt the need to make a mascot design as a distinctive icon that could help boost promotion.

Development research resulted in the design of Lake Ranu Grati Mascot with the *Research and Development* or R&D method referring to the Borg and Gall model (Sugiyono 2019) which is limited to 8 stages including potential and problems, data collection, product design, design validation, design revision, product trials, revision of product trial results. The initial field test of the product is carried out by validating the product by media experts. Products before being tested on a limited basis to students were validated first by ITSNU Pasuruan lecturers as media experts and Lake Ranu Grati tourist destinations as material experts and then tested to the Pasuruan community. The results of the validity test in this study showed that based on the assessment of media experts, the product developed received a score with a percentage of 76.5% in the valid category. And the expert assessmentm areti, getting a score with a percentage of 88.5% in the very valid category. Furthermore, in the trial results based on respondents' assessments, the products developed received a score with a percentage of 84.4% in the very decent category.

Keywords : *Research, Development, Tourism, Mascot*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang berlangsung sekarang ini , pariwisata menjadi salah satu fokus yang paling diperhatikan oleh semua lapisan masyarakat. Jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik yang berkunjung ke Kabupaten Pasuruan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selain itu, pariwisata memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat setempat, khususnya Kabupaten Pasuruan. Meski begitu, tidak semua industri pariwisata di Kabupaten Pasuruan berkembang pascapandemi virus Covid-19 beberapa waktu yang lalu, bahkan beberapa industri pariwisata justru mengalami penurunan jumlah wisatawan dan perlu adanya pengembangan.

Salah satu wisata alam paling populer yang perlu dikembangkan lebih lanjut di Jawa Timur adalah Wisata Alam Ranu Grati, sebuah danau vulkanik yang merupakan satu-satunya danau di Kabupaten Pasuruan. Danau ini memiliki luas permukaan 107 ha ini terletak diantara tiga desa Gratitunon, Sumberdawesari, dan Ranuklindungan dengan pegunungan Bromo memberikan latar belakang yang indah. Berpotensi besar untuk dikembangkan, Wisata Danau Ranu Grati telah membranding diri melalui berbagai media, baik media sosial maupun media cetak seperti banner, brosur, dll . Namun hingga sekarang belum ada media yang dapat menjadi *brand* khas Danau Ranu Grati ini. *Brand*

kelas yang dimaksud adalah gambar atau bentuk yang unik, misalnya maskot yang dianggap mampu mengangkat kembali dibenak wisatawan dan dapat menarik keinginan untuk datang kembali ke Danau Ranu Grati. Dalam hal ini bertujuan untuk masyarakat di sadarkan akan potensi wisata Danau Ranu Grati yang terkesan objek wisata baru yang memiliki keindahan.

Pada penelitian kali ini, penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual merasa perlu membuat rancangan maskot sebagai *brand awareness*. Yang nantinya *Brand awareness* ini diharapkan mampu mengangkat dan memunculkan ingatan mengenai Danau Ranu Grati di benak wisatawan. Sehingga selain dapat mendongkrak jumlah wisatawan yang datang sehingga dapat menaikkan pendapatan juga menjadikan wisata Danau Ranu Grati ini lebih di kenal oleh masyarakat luas.

METODE

Model penelitian dan pengembangan R&D (*research & Development*) berdasarkan model pengembangan Borg and Gall digunakan (Sugiyono, 2019) merupakan model penelitian yang di pakai pada penelitian ini. Desain penelitian dan pengembangan ini meneliti dengan menciptakan produk baru yang teruji, dicapai dengan menggunakan level 4. Membuat produk baru berarti membuat produk asli, original atau belum ada yang membuatnya. Pada Penelitian ini, dibatasi 8 tahapan meliputi 1) Potensi dan Masalah, 2) Pengumpulan data, 3) Desain Produk, 4) Validasi Desain, 5) Revisi Desain, 6) Uji Coba Produk, 7) Revisi Hasil Uji Coba Produk, 8) Hasil Akhir.

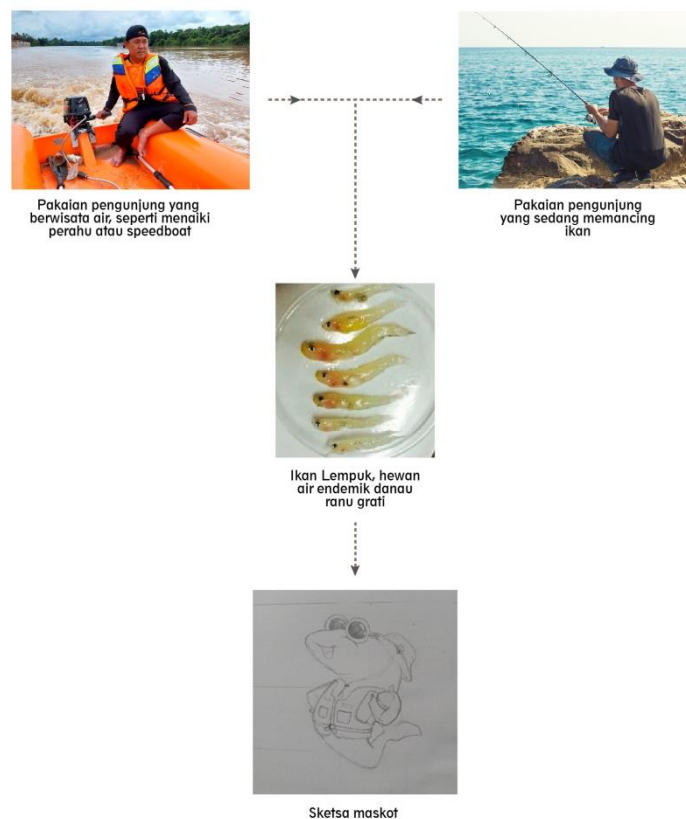
Pengumpulan data selain didapatkan dari identifikasi masalah dan potensi yang diperoleh dari observasi dan wawancara peneliti, juga didapatkan dari *Library Research* dan internet. Kemudian data-data tersebut dijadikan acuan dalam perancangan maskot Danau Ranu Grati. Produk sebelum diuji cobakan kepada masyarakat Pasuruan divalidasi terlebih dahulu oleh dosen ITSNU Pasuruan sebagai ahli media dan Pihak Destinasi wisata Danau Ranu Grati sebagai ahli materi. Produk akhir yang dihasilkan berupa Desain maskot yang telah dikembangkan berdasarkan latar belakang masalah destinasi wisata Danau Ranu Grati yang telah teruji kualitas dan keefektifannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penyajian Produk Perancangan

Penelitian ini memiliki 4 proses penyajian produk yang dimulai dari Analisis Masalah, Konsep Perancangan, Digitalisasi dan juga Penerapan Produk pada Media. Sebelum perancangan dilakukan, penelitian ini telah melalui analisis kebutuhan destinasi wisata, adapun hal-hal yang dibutuhkan oleh penulis dalam melakukan pengembangan ini adalah menentukan ide yang nantinya akan divisualisasikan. Dalam analisis yang dilakukan penulis menemukan beberapa kata kunci yaitu : wisata, memancing, dan ikan lempuk.

Dari Tiga kata kunci yang didapatkan dari data hasil observasi, Maskot digambarkan dengan seekor ikan lempuk yang digambarkan seakan-akan memiliki jenis kelamin laki-laki, terlihat dari kostum memancingnya yang memakai topi dan menggambarkan pemancing di Danau Ranu Grati yang biasanya didominasi laki-laki. Selanjutnya maskot diberi nama asli ikan endemik Danau Ranu Grati, yaitu Si Lempuk. Pemakaian nama asli ikan lempuk ini didasari oleh asingnya kata “Lempuk” ditelinga masyarakat luar daerah Grati. Bahkan dari hasil observasi wawancara penulis masih ada sebagian kecil masyarakat grati yang belum tau lempuk ini. Berikut adalah skema perancangan maskot yang dibuat oleh penulis :



Gambar 1 Skema Perancangan Maskot

Setelah membuat sketsa pada *sketch book*, selanjutnya penulis mewujudkan rancangan maskot melalui digitalisasi. Dalam tahap ini digunakan *software* seperti *Adobe Illustrator* sebagai perangkat digitalisasi. Maskot dibuat dengan desain visual *cartoon* ikan Lempuk sebagai *icon* Danau Ranu Grati. Selanjutnya, maskot dikembangkan pada perangkat digital dengan teknik pewarnaan gambar flat dua dimensi yang dapat terlihat menjadi tampak tiga dimensi.



Gambar 2 Maskot Sketsa Digital



Gambar 3 Maskot Setelah Proses Pewarnaan



Gambar 4 Maskot Sketsa Digital dari berbagai sisi

Dari tiga tahap perancangan diatas diciptakan hasil akhir bentuk maskot si Lempuk yang selain diharapkan menjadi *icon* khusus Danau Ranu Grati diharapkan juga nantinya bersama media promosi lainnya dapat memajukan destinasi Danau Ranu Grati. Sehingga selain dapat mendongkrak jumlah wisatawan yang datang sehingga dapat menaikkan pendapatan juga menjadikan wisata Danau Ranu Grati ini lebih di kenal oleh masyarakat luas. Berikut penulis sajikan contoh penerapan desain maskot di beberapa media :



Gambar 5 Penerapan Maskot pada Atribut Petugas Danau Ranu Grati



Gambar 6 Penerapan Maskot pada Media Promosi



Gambar 7 Penerapan Maskot pada Kemasan

2. Penyajian Data Validasi

Dalam penelitian ini, produk melalui dua kali validasi, pertama kepada dosen ITSNU Pasuruan sebagai ahli media. Data Validasi yang disajikan pada tabel di bawah ini :

Indikator	Jumlah tiap bagian	Skor Maksimal	Persentase	Kriteria
Kesesuaian	20	30	66,7%	Sangat valid
Kesederhanaan	12	15	80%	Sangat valid
Harmonisasi	18	20	90%	Sangat valid
Kualitas Informasi	12	15	80%	Sangat valid
Overall impression	10	15	66,7%	Sangat valid
Jumlah skor			72	
Skor maksimal			95	
Persentase			76,5%	
Keterangan			Sangat valid	

Data tabel hasil ahli media, di lakukan semua perhitungan tiap bagian seperti berikut :

$$\text{Kelayakan} = \frac{\text{skor yang didapatkan}}{\text{skor maksimal yang dapat diperoleh}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \text{Kelayakan} &= \frac{72}{95} \times 100 \% \\ &= 76,5 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai tersebut, dapat dijumlah dan di persentasikan secara keseluruhan dengan jumlah 76,5%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Perancangan Maskot dinyatakan valid dan dapat di gunakan dengan sedikit revisi.

Selanjutnya, pada validasi kedua dilakukan oleh pihak pengelola destinasi wisata Danau Ranu Grati sebagai ahli materi. Data Validasi yang disajikan pada tabel di bawah ini :

Indikator	Jumlah tiap bagian	Skor Maksimal	Persentase	Kriteria
Kebenaran Konsep	18	20	90%	Sangat valid
Kesesuaian perumusan	22	25	88%	Sangat valid
Kebermanfaatan	19	20	95%	Sangat valid
Kemenarikan	9	10	90%	Sangat valid
Kualitas desain	12	15	80%	Sangat valid
Overall impression	13	15	86,7%	Sangat valid
Jumlah skor			93	
Skor maksimal			105	
Persentase			88,5%	
Keterangan			Sangat valid	

Data tabel hasil ahli media, di lakukan semua perhitungan tiap bagian seperti berikut :

$$\text{Kelayakan} = \frac{\text{skor yang didapatkan}}{\text{skor maksimal yang dapat diperoleh}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \text{Kelayakan} &= \frac{93}{105} \times 100 \% \\ &= 88,5 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai tersebut, dapat dijumlah dan di persentasikan secara keseluruhan dengan jumlah 88,5%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Perancangan Maskot dinyatakan sangat valid dan dapat di gunakan tanpa revisi.

3. Penyajian Data Uji Coba

Data uji coba produk diperoleh dari hasil pengisian kuisioner kepada responden yang dilakukan di menggunakan *google form*. Responden dalam uji coba produk

berjumlah 65 orang, yaitu 7 orang masyarakat Kota Pasuruan dan 58 masyarakat Kabupaten Pasuruan. Data hasil uji coba produk disajikan pada tabel di bawah ini :

Pertanyaan	Jumlah tiap bagian	Skor Maksimal	Persentase	Kriteria
Kemenarikan maskot	319	325	98,2%	Sangat valid
Kejelasan visual	281	325	86,4%	Sangat valid
Ketepatan konsep	266	325	81,9%	Sangat valid
Mikik wajah maskot	282	325	86,8%	Sangat valid
Gestur maskot	235	325	72,3%	valid
Kostum maskot	264	325	81,2%	Sangat valid
Kesesuaian konsep	267	325	82,1%	Sangat valid
Kesederhanaan	275	325	84,8%	Sangat valid
Kelayakan	276	325	84,9%	Sangat valid
Kebermanfaatan	279	325	85,5%	Sangat valid
Jumlah skor			2.744	
Skor maksimal			3.250	
Persentase			84,4%	
Keterangan			Sangat valid	

Data tabel hasil uji coba, dilakukan semua perhitungan tiap bagian seperti berikut :

$$\text{Kelayakan} = \frac{\text{skor yang didapatkan}}{\text{skor maksimal yang dapat diperoleh}} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned} \text{Kelayakan} &= \frac{2.744}{3.250} \times 100 \% \\ &= 84,4 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai tersebut, dapat dijumlah dan di persentasikan secara keseluruhan dengan jumlah 84,4 %. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Perancangan Maskot dinyatakan sangat valid dan layak pakai.

KESIMPULAN

Penelitian pengembangan menghasilkan desain maskot wisata Danau Ranu Grati dengan metode *Research and Development* atau R&D mengacu pada model Borg and Gall (Sugiyono 2019) yang dibatasi 8 tahapan meliputi potensi dan masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi desain, revisi desain, uji coba produk, revisi hasil uji coba produk. Uji lapangan awal produk dilakukan dengan cara memvalidasi produk oleh ahli media dan ahli materi. Produk sebelum diuji cobakan kepada masyarakat Pasuruan divalidasi terlebih dahulu oleh dosen ITSNU Pasuruan sebagai ahli media dan Pihak Destinasi wisata Danau Ranu Grati sebagai ahli materi kemudian diuji cobakan kepada masyarakat Pasuruan.

Desain Maskot Destinasi Wisata Danau Ranu Grati, mendapatkan hasil akhir dari tim ahli yaitu pada validasi ahli media memperoleh skor 76,5% dalam kategori valid. Selanjutnya pada validasi ahli materi memperoleh skor persentase 88,5 % dalam kategori sangat valid. Produk yang sudah divalidasi dan direvisi, selanjutnya di uji cobakan kepada

masyarakat Pasuruan. Berdasarkan hasil uji coba menunjukkan persentase 84,4% dalam kategori sangat baik atau sangat layak. Dengan respon baik dan sangat baik tersebut, maka Desain Maskot Destinasi Wisata Danau Ranu Grati sangat layak untuk digunakan. Kelemahan dari perancangan ini adalah Maskot hanya terdiri dari satu model atau satu gaya saja.

Supaya produk pengembangan modul sistem respirasi pada masyarakat berbasis inkuiri terbimbing ini dapat dimanfaatkan secara maksimal, maka Bagi pihak Destinasi Danau Ranu Grati diharapkan untuk memanfaatkan desain maskot ini untuk mengenalkan kembali destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lia. Nathalia, Kirana. 2014. *Desain Komunikasi Visual Dasar – Dasar Panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Hendi Hendratman. 2008. *Tips n Trix Computer Graphics Design!* Bandung: Informatika Bandung
- M. Suyanto. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*, Yogyakarta: Andi.
- Purwadaminta, W.J.S. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rakhmat Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi Visual –Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi
- Sudiarta, I Nyoman. (2021.) *Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah ?*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tyas, Ary Utamaning. (2014). *Perancangan Maskot Si Sopat Sebagai Media Branding Pondok Bakso Sempurna Kranggan Temanggung Jawa Tengah*. Tugas Akhir Karya Seni (Taks). Yogyakarta
- Danau Ranu Grati.2022 “*Danau Ranu Grati Pasuruan*” Di akses tanggal 17 Desember 2022. Dari sikidang.com, website :<https://sikidang.com/danau-ranu-grati/>
- Sapariah Saturi. (2022, April 18). “*Ranu Grati, Pesona Danau dari Timur Pasuruan*”. Di akses tanggal 18 Desember 2022, dari Mongabay.co.id website: <https://www.mongabay.co.id/2022/04/18/ranu-grati-pesona-danau-dari-timur-pasuruan/>