

KAJIAN SEMIOTIKA KARAKTER MASKOT “OSI DAN JI” SEBAGAI REPRESENTASI IDENTITAS DAERAH KOTA MALANG

Gabriel Rico Adhitya

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

e-mail: grico431@gmail.com

Ni Wayan Mudiasih

Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia

Denpasar e-mail: wayan.mudiasih@gmail.com

Abstrak

Maskot merupakan salah satu produk sebagai upaya untuk mempromosikan suatu acara atau daerah untuk bersaing dalam era globalisasi saat ini. Maskot dapat mencerminkan karakteristik dari suatu daerah dengan visual yang menarik serta memiliki makna yang mendalam. Sebagai inovasi serta alat komunikasi dalam promosi kota Malang, daerah tersebut meresmikan maskotnya yang berjudul “Osi dan Ji” pada bulan Desember tahun 2017 lalu. Maskot tersebut adalah hasil dari lomba yang diselenggarakan oleh Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Malang. Adapun topik pembahasan dalam kajian ini, yakni membahas tentang desain maskot “Osi dan Ji” sebagai sebuah identitas visual yang mewakili kota Malang. Dalam pembahasan ini, dilakukan melalui sebuah tahap pengkajian, yakni melalui sebuah kajian dengan menggunakan metode semiotika yang merupakan teori dari Roland Barthes dengan menitikberatkan pada tanda-tanda.

Kata Kunci : maskot, visual, desain, semiotika

Abstract

Mascot is one product of efforts to promote an event or an area to compete in the current era of globalization. Mascots can reflect the characteristics of an area with attractive visuals and have deep meanings. As an innovation and communication tool in the promotion of the city of Malang inaugurated its mascot named "Osi and Ji" in December 2017, the mascot was the result of a competition held by the regional planning and development agency of the city of Malang. How the design of the "osi and ji" mascot can become a visual identity that represents the city of Malang will be discussed in this study. To understand more deeply, this study uses the semiotic method of the theory proposed by Roland Barthes by paying attention to signs.

Keywords : mascot, visual, design, semiotics

PENDAHULUAN

Maskot adalah karakter yang didesain melalui teknik visualisasi dari suatu karya desain. Maskot merupakan suatu bentuk karakter yang dirancang sebagai identitas dari suatu perusahaan atau daerah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), orang, binatang, atau benda yang diperlakukan oleh suatu kelompok sebagai lambang pembawa keberuntungan atau keselamatan. Tujuan dari penyimbolan tersebut adalah demi membawa keberuntungan atau keselamatan, keceriaan dan kesukaan. Maskot sering digunakan untuk menyemarakkan suasana dan membuat menarik bagi promosi atau *event* yang diadakan. Menurut Manjusha (2013) maskot merupakan karakter fiktif bisa berupa orang, binatang, atau tokoh kartun yang diyakini dapat memberikan keuntungan bagi *brand*. Maskot benar-benar mewakili atau merepresentasi sebuah *brand* (Jhalugilang, 2018).

Maskot merupakan bentuk atau benda (orang, binatang, objek lainnya yang berwujud tokoh yang mewakili suatu lembaga/perusahaan. Maskot ini juga merupakan tokoh rekaan/fantasi yang bisa berwujud 2 Dimensi (2D) atau 3 Dimensi (3D). Dalam perkembangannya maskot juga dapat digunakan untuk kepentingan *branding* ataupun promosi karena maskot yang menarik akan lebih mudah diingat oleh masyarakat. Maskot yang dibuat akan diberikan nama panggilan yang sesuai dengan karakter dari maskot itu sendiri.

Menurut W.B. Saunders, karakter ialah suatu penggambaran tokoh, sifat nyata dan berbeda yang ditunjukkan oleh individu, meskipun karakter tokoh ciptaan ini merupakan hasil imajinasi yang tidak dapat diterima secara rasio. Karakter ini mencoba melogikakan sesuatu yang imajinatif dengan mencoba memberikan penekanan ekspresi tertentu agar tampak lebih mudah dipahami dan mudah diingat oleh masyarakat. Penggambaran karakter itu sendiri haruslah menarik dan sesuai dengan ciri khas karakter tersebut. Setiap karakter akan lebih kuat, bermakna dan hidup apabila dipahami segala sesuatu tentang karakter tersebut seperti fisik, sifat, latar belakang, ataupun historinya. Sehingga dapat dideskripsikan dengan baik bentuk karakter yang akan dikembangkan.

Karakter merupakan suatu teknik penggambaran dan pengolahan karakter baik 2 dimensi (2D) maupun 3 dimensi (3D) sehingga karakter tersebut tampak seakan hidup. Sebelum membentuk karakter 3 dimensi terlebih dahulu melihat sifat dari bentuk dari objek tersebut, jika bentuknya seperti manusia maka diharuskan memiliki tangan, kaki, hidung dan lainnya yang berkaitan dengan organ tubuh manusia.

Maskot “Osi dan Ji” merupakan maskot yang diperoleh melalui sayembara logo yang diadakan oleh Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bapeda) yang bekerja dengan ADGI kota Malang yang diresmikan pada tanggal 16 Desember 2017. “Osi dan Ji” adalah maskot yang terdiri dari 2 (dua) karakter, yang pertama adalah singa berwarna hijau bernama “Osi” dan yang kedua adalah seekor burung Manyar yang dinamakan “Ji”. Kedua karakter ini merepresentasikan identitas atau

krakteristik dari daerah Kota Malang itu sendiri.

Maskot “Osi dan Ji” merupakan personifikasi dari karakter binatang singa dan manyar. Menurut W.B. Saunders, karakter adalah penggambaran tokoh, sifat nyata dan berbeda yang ditunjukkan oleh individu. Karakter dalam maskot ini mencoba untuk melogikakan sesuatu yang imajinatif dengan memberikan penekanan-penekanan ekspresi tertentu sebagai pendukung visualisasi untuk lebih mudah diingat dan lebih menarik perhatian masyarakat.

Pentingnya penelitian ini adalah untuk menggali makna yang terkandung pada kode-kode yang ada pada desain karakter. Semiotika merupakan salah satu bidang ilmu yang menitikberatkan pada tanda – tanda. Ilmu ini sudah ada sejak abad ke-20. Atau dengan bahasa lain, semiotika pada dasarnya adalah cabang ilmu studi yang mempelajari tanda atau sesuatu yang bermakna (Djoko Rachmat 1999:1). Semiotika ini akan digunakan dalam membahas atau mengkaji makna yang terkandung dalam maskot karakter “Osi dan Ji” teori yang digunakan merupakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, dan Roland Barthes yang berhubungan dengan ikon, indeks, dan simbol pada maskot dan juga membongkar makna konotasi yang terkandung dalam maskot.

METODE

Metodologi penelitian kualitatif, metode ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pengamatan yang mendalam. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Penafsiran tanda yang terdapat pada desain karakter “Osi dan Ji” tidak dapat terlepas dari landasan teori yang digunakan yakni teori kode Roland Barthes. Barthes menganut semiotika Ferdinand de Saussure yang menyatakan simbol adalah tanda-tanda yang tidak sepenuhnya *arbitrer* sedangkan tanda-tanda yang *arbitrer* adalah *sign* atau tanda saja (Budiman, 2011). Barthes menghasilkan konstruksi lima macam kode berbeda, atau yang disebut secara lebih populer yaitu; kode hermeneutik, semantik, simbolik, proairetik dan kultural (Piliang, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diutarakan dalam tulisan ini dibagi atas 3 (tiga) kategori, antara lain analisis maskot “Osi dan Ji” karakter berbentuk hewan burung manyar dan singa, makna penggunaan warna “Osi dan Ji” dan, gestur semiotika maskot yang digunakan pada maskot “Osi dan Ji”.

a. Analisis Maskot “Osi Dan Ji” Karakter Berbentuk Hewan Burung Manyar dan Singa

Sebagai maskot terpilih, karakter Osi Si Singa dan Ji Si Burung Manyar diharapkan menjadi media yang efektif untuk mendukung tata tertib kota Malang, mewujudkan potensinya, dan membangun citra positif bagi Kota Malang. Dengan memperhatikan regulasi yang

disusun bersama oleh Bapeda, ADGI dan beberapa SKPD terkait, maskot Kota Malang yang terpilih dapat digunakan secara luas di masa mendatang. Terdapat 3 (tiga) konsep dasar yang menjadikan “Osi dan Ji” ini diangkat sebagai maskot Kota Malang, yaitu pendidikan (banyak kampus), Kota Malang terkenal sebagai kota pendidikan karena merupakan salah satu pusat pendidikan di Jawa Timur. Tercatat 36 Universitas/Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Kota Malang. Gelar sebagai pusat pendidikan didukung dengan jumlah sekolah yang cukup tinggi serta peningkatan jumlah pelajar setiap tahunnya. Kota Malang menjadi salah satu kota yang menjadi pilihan bagi pelajar untuk melanjutkan sekolah, terutama bagi mahasiswa untuk melanjutkan ke perguruan tinggi. Dengan potensi pelajar yang terus bertambah, maka muncul kebutuhan akan fasilitas pengembangan pendidikan di kota Malang (Dharoko, 2018:15).

Konsep kedua, yakni asri (taman dan adipura), pemandangan bagus atau panorama yang cantik bisa dinikmati di Kota Malang. Kecantikan daratan tinggi Malang tidak perlu diragukan lagi, pegunungan yang menyuguhkan pemandangan indah yaitu Gunung Bromo. Malang juga dianugerahi penghargaan Adipura Kencana bersama 5 (lima) kota besar lainnya. Penghargaan ini adalah penghargaan tertinggi bidang lingkungan yang membuktikan bahwa adanya wujud nyata kerja keras dan kebersamaan semua komponen masyarakat yang ada di kota Malang.

Adapun konsep terakhir, yaitu Singa (Arca Candi Kidal dan Arema). Figur singa dipilih karena Ketika masa Hindia-Belanda, lambang Kota Malang pada masa Belanda adalah singa. Terdapat beberapa figur singa ditemukan di candi- candi yang ada di kota Malang seperti candi Badut dan candi Kidal. Selanjutnya figur singa pada tahun 1987 digunakan sebagai maskot salah satu tim sepak bola dari Malang yaitu Arema. Osi adalah seekor singa berambut daun, sedangkan Ji adalah seekor burung manyar yang bersarang dirambut si Osi. Nama Osi berasal dari kata “iso” (*iso* = bisa) yang diucapkan menggunakan “ejaan *Ngalam*” khas kota Malang, yang bermakna kemampuan dalam meraih cita-cita (kota Malang). Sedangkan Ji berasal dari kata “*siji*” (*siji* = satu) yang bermakna persatuan (kerukunan warga Malang), yang apabila digabungkan “*iso siji*” bisa bermakna *iso* dadi *siji* (bisa bersatu) dan *iso nomer siji* (bisa menjadi nomor satu).



Gambar 1. Maskot “Osi dan Ji”

“Osi dan Ji” mengalami personifikasi atau disebut *anthropomorphic* yang digambarkan sebagai manusia dengan bagian tubuhnya mampu digunakan dan difungsikan seperti manusia. Atau bisa dikatakan penggambaran hewan, tetapi tingkah laku menyerupai manusia. Hasil analisis semiotika makna maskot “Osi dan Ji” karakter berbentuk hewan burung manyar dan singa: singa dalam makna denotasinya adalah hewan buas yang berada di puncak rantai makanan yang hidup di hutan dan juga manyar merupakan jenis burung yang memakan biji-bijian yang menyukai habitat terbuka seperti padang rumput burung manyar terkenal sebagai burung yang bisa membangun sarang yang indah keberhasilan seorang pejalan untuk menarik betina dapat dilihat dari “kesempurnaan” sarang yang dibangun. Bentuk singa, Singa seringkali disebut sebagai raja hutan dengan identik dengan simbol kepemimpinan, bentuk burung manyar bisa menyimbolkan kesempurnaan dalam pembangunan. Tubuh Osi yang tampak seperti bocah berusia 15 – 18 tahun dan juga tubuh Jiyang terlihat kecil menyimbolkan antusiasme, mudah bergaul dan menyimbolkan keaktifan.

Kode simbolik, singa di Kota Malang telah menjadi simbol sejak masa dahulu dibuktikan dengan adanya beberapa candi dengan figur singa dan juga pada masa penjajahan belanda singa sudah menjadi simbol pelindung dari Kota Malang, burung manyar juga telah menjadi simbolik fauna khas kota Malang berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur Nomor 5225/16774/032/1996. Kode kebudayaan atau kultural, singa pada kebudayaan di daerah Malang memiliki kaitan erat dengan masa penjajahan Belanda, lambang singa dijadikan sebagai lambang daerah pada saat itu, bentuk singa yang ada dalam visualisasi karakter “Osi” merupakan salah satu bentuk kebudayaan yang tidak lepas dari ciri khas Kota Malang dapat ditemukan patung berbentuk singa di beberapa candi seperti candi Badut dan Candi Kidal. Dan pada tahun 1987 singa menjadi logo dari *club* kebanggaan masyarakat kota Malang yaitu Arema, pengungkapan makna melalui kode kebudayaan ini merupakan jalan yang mendekatkan pemahaman masyarakat bagi bentuk bentuk kearifan lokal. Dengan begitu maksud dan tujuan pembuatan maskot “Osi dan Ji” sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan daya tarik kota Malang



dapat tercapai.

Gambar 1.2 Patung Singa Candi Kidal

Singa digambarkan dengan surai seperti daun dan setengah dari tubuhnya berwarna hijau menggambarkan keasrian. Manjar dengan warna merah menyimbolkan semangat pembangunan. Kode simantik, penggunaan gender laki-laki pada karakter singa pada maskot tersebut merupakan simbol keberanian serta berkaian dengan kejantanan.

b. Gestur Semiotika Maskot yang digunakan Maskot “Osi dan Ji”

Analisa gestur bisa juga disebut juga sebagai kode proairetik atau kode aksi. masyarakat umumnya membaca atau memahami kode dalam karya desain, penerapan kode sebagai bahasa komunikasi dalam maskot sering dilakukan. Gestur atau gerakan tubuh menunjukkan gerakan anggota tubuh untuk mengomunikasikan berbagai makna. Pada gestur, karakter maskot ini sangat penting karena dapat memperjelas apa yang sedang karakter lakukan. Gestur tersebut akan semakin kuat dan akan menjadi kepribadian karakter jika didukung dengan ekspresi wajah dari karakter tersebut.



Gambar 1.3 Gestur Maskot “Osi dan Ji”

Pada gambar di atas maskot “Osi dan Ji” digambarkan dengan kedua tangan yang terbuka yang memiliki makna keterbukaan, keramahan dan kejujuran, surai dari Singa yang menandakan mahkota pada maskot ini digambarkan dengan warna hijau muda mempunyai makna kesuburan, keasrian, dan penghijauan. Hal tersebut menandakan bahwa Malang sebagai kota yang berhiaskan akan lingkungan yang bersih dan asri. Posisi kedua tangan yang terbuka menunjukkan ciri khas orang yang berlapang dada atau jika di Jawa dikenal dengan “*nrimo ing pandum*”. Gestur ini menunjukkan sikap hidup yang pasrah atas segala keputusan Tuhan. Orang Jawa memang meyakini bahwa kehidupan ini ada yang mengatur dan tidak dapat ditentang begitu saja.



Gambar 1.4 Gestur Maskot “Osi dan Ji”

Pada gambar 1.3 maskot “Osi dan Ji” menunjukkan sifat penuh semangat, mewakili perasaan masyarakat kota Malang yang penuh semangat serta antusias dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1.5 Gestur Maskot “Osi dan Ji”

Gestur yang terakhir adalah memiliki posisi seolah olah menunjukkan sikap rendah hati, ramah sesuai dengan suku Jawa yang identik dengan sikap sopan, segan, dan menjaga etika. Dalam keseharian orang Jawa sifat itu disebut “*adhap asor*”. Melalui penerapan kode aksi dalam maskot dapat dikatakan sebagai salah satu transmisi dari pesan-pesan yang ingin disampaikan. Menurut pendapat K. Anderson, sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan (Putri, 2016).

c. Makna Penggunaan Warna “Osi dan Ji”

Warna hijau muda yang lebih dominan pada rambut/surai Osi menandakan bahwa, Osi merupakan sosok yang masih muda, dalam masa perkembangan, yang juga melambangkan Osi siap untuk berkembang seiring dengan Kota Malang, dan berjiwa muda, identik dengan kota Malang yang penuh akan generasi muda. Surai dari Singa yang menandakan mahkota pada maskot ini digambarkan dengan warna hijau muda mempunyai makna kesuburan, keasrian, dan penghijauan. Menandakan bahwa Malang sebagai kota yang berhiaskan akan lingkungan yang bersih dan asri. Selain itu, warna biru pada bola mata Osi menandakan bahwa Osi merupakan sosok

yang punya ketertarikan akan ilmu pengetahuan, dan mempunyai sifat bijaksana. Kemudian dasi Pramuka pada Osi mempunyai makna bahwa Osi sosok yang saling menolong, tangguh, dapat diandalkan, dan peduli sesama. Sosok Ji digambarkan memiliki bentuk mata yang bulat besar, menandakan bahwa Ji merupakan teman dari Osi yang setia, berjiwa besar, dan peduli. Mampu menjadi teman yang memberikan nasihat dan mendukung Osi. Selanjutnya, tiga bulu pada sayap Ji, mempunyai makna akan keseimbangan. Di mana Ji mempunyai peran mendampingi dan menyeimbangkan peran dari Osi.

d. Sudut Pandang Kajian Seni

Berdasarkan kajian dari estetika Djelantik yang memiliki korelasi dengan kajian sebuah karya seni rupa yang menitikberatkan pada aspek bentuk, yang memiliki sub-aspek antara lain titik, garis, lapang, ruang, gerak, sinar, dan warna. Titik dalam kajian ini memiliki belum memiliki arti estetis, namun titik sangat diperlukan untuk dapat memudahkan proses dalam membentuk suatu garis. Kedua yakni garis, garis yang digunakan dalam maskot ini didominasi oleh garis yang melengkung sehingga mampu menimbulkan kesan fleksibel, lemah lembut, dan dan luwes. Selanjutnya adalah lapang, hal tersebut tercipta dari beberapa gabungan garis yang membentuk suatu bidang datar yang divisualkan dalam gambar yakni pada pembuatan wajah. Selanjutnya adalah ruang, yang memiliki makna berupa penggabungan dari bidang datar atau yang disebut juga dengan lapang sehingga mampu menimbulkan kesan hidup pada gambar yang dibuat dan menjadi lebih bervolume dan mampu menghadirkan filosofi-filosofi tertentu. Setelah adanya ruang pada gambar tersebut, warna menjadi komponen yang sangat penting karena mampu memberikan kesan-kesan yang lebih spesifik seperti yang telah dijelaskan di atas dengan corak, nada, dan integritas warna yang tepat sehingga menghasilkan gambar berupa maskot Osi dan Ji.

SIMPULAN

Maskot Kota Malang, Osi dan Ji mempunyai makna yang cukup kuat sebagai representasi identitas dari sebuah Kota Malang, sosok karakter singa dan burung manyar menjadi perwakilan dari Kota Malang pada maskot "Osi dan Ji" ini, bentuk visual yang ditampilkan mampu mewakili visi dan misi dari Kota Malang. Tampilan yang menarik serta kekinian mengikuti perkembangan zaman bisa lebih merangkul semua kalangan di Kota Malang. Bentuk gestur dan ekspresi yang dipakai pada maskot ini mempunyai makna budaya Jawa yang kental menunjukkan bahwa Kota Malang berada di Pulau Jawa. Dominasi warna hijau muda pada maskot ini menunjukkan bahwa Kota Malang adalah kota yang cinta lingkungan dengan dibuktikan oleh pencapaian Kota Malang yang meraih penghargaan Adipura.

Daftar Pustaka

- Budiman, M. A. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Djoko, R. (1999). Semiotika"Teori, Metode, Dan Penerapannya Dalam Pemaknaan Sastra. *Humaniora No 10,76*.
- Farantika, A. (2015). Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website . *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. Vol.01 No.01*, 45-53.
- Hasbullah. (2020). Makna Desain Karakter “Si Meton”. *Andharupa, Vol.06 No.02*, 174-184.
- Jhalugilang, P. (2018). Maskot Asian Games 2018 Sebagai Sebuah Brand. *Jurnal komunikologi*, 15.
- Representasi Gay Melalui Penggunaan Warna (Analisis Semiotika Video Klip Color Mnek). (2018). *Koneksi Vol.2 No.2*, 417-425.
- Sukarwo, W. (2011). Semiotika Visual: Penelusuran Konsep dan. *Jurnal desain*, 70.
- Uttara, S. (2021). Analisis Desain Karakter Pada Maskot Asian Games. *Bhagirupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual, Volume 1, No.1*.
- Yoga, I. N. (2019). Kajian Karakter Maskot Sebagai Representasi Identitas Universitas Bumigora. *Sasak : Desain Visual Dan Komunikasi*, 59-60.