

Bidang Unggulan: Ekonomi Kreatif dan Pariwisata

LAPORAN KEMAJUAN PENELITIAN



JUDUL:

***MANGA MATRIX: SEBUAH PENDEKATAN DALAM PERANCANGAN
VISUALISASI KARAKTER PADA PROJECT INTEGRATED INTERNATIONAL
EXHIBITION INDONESIA-JAPAN SEBAGAI PERWUJUDAN STANDAR
IDENTITAS MASCOT***

KETUA	: WURI CAHYA HANDARU, S.ST., M.Ds.	NIK 2021119103162001
ANGGOTA	: 1. JAMIATUS SHOLEKA	NIM 214140201111012
	2. SHAFIYAH DHIYA` SALSABILA	NIM 214140207111007

**BADAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Skema : Penelitian
2. Judul : Manga Matrix: Sebuah Pendekatan Dalam Perancangan Visualisasi Karakter Pada Project Integrated International Exhibition Indonesia-Japan Sebagai Perwujudan Standar Identitas Mascot
3. Bidang Ilmu : Desain Komunikasi dan Visual
4. Ketua Penelitian
 - a. Nama : Wuri Cahya Handaru, S.ST, M.Ds.
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIDN : 0016039106
 - d. Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk. I/III/b
 - e. Jabatan/Fungsional : Asisten Ahli
 - f. Departemen/Program Studi : Industri kreatif dan Digital / D4 Desain Grafis
 - g. Bidang Keahlian : Desain Komunikasi Visual
5. Anggota Penelitian
 - a. Nama Anggota 1 Dosen : -
 - b. Nama Anggota 2 Dosen : -
6. Mahasiswa
 - a. Nama Mahasiswa 1 : Jamiatus Sholeka (214140201111012)
 - b. Nama Mahasiswa 2 : Shafiyah Dhiya' Salsabila (214140207111007)
7. Waktu Pelaksanaan : Maret – Oktober 2024
8. Biaya yang diperlukan :
 - a. Sumber Dana Internal : Rp. 10.000.000.-
 - b. Sumber lain (sebutkan) :
 - c. Total : Rp. 10.000.000,-Terbilang : Rp. 10.000.000,-
(Sepuluh Juta Rupiah)

Malang, 10 Oktober 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Vokasi

Ketua Peneliti,



M. Kholid Mawardi, S.Sos., M.A.B., Ph.D
NIP 197512202005011002

Wuri Cahya Handaru, S.ST, M.Ds.
NIK 20211191103162001

RINGKASAN

Penelitian ini berfokus pada pengembangan identitas mascot dalam konteks proyek Integrated International Exhibition Indonesia-Japan. Identitas mascot menjadi elemen kunci untuk merayakan dan mengkomunikasikan kekayaan budaya kedua negara. Dalam menghadapi tantangan global saat ini, proyek pameran internasional menjadi jembatan penting untuk memperkuat hubungan bilateral dan mempromosikan keragaman budaya. Identitas mascot yang kuat dan terkait dengan budaya dapat menjadi daya tarik utama, menciptakan pengalaman berkesan bagi pengunjung pameran. **Tujuan Penelitian** ini adalah mengembangkan pendekatan baru dalam perancangan identitas mascot dengan memanfaatkan elemen-elemen Manga. Pendekatan ini akan merangkul kreativitas visual Manga sebagai medium untuk menyampaikan nilai-nilai budaya Indonesia-Jepang secara menyeluruh. Dengan menggabungkan desain karakter yang inovatif dan akar budaya yang kuat, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan identitas mascot yang dapat membangun kedekatan emosional dengan pengunjung dan memperkuat pesan proyek pameran. **Tahapan Metode Penelitian** ini menggunakan *design thinking* yang mencakup beberapa tahap utama, yaitu (1) analisis mendalam terhadap elemen-elemen Manga dan kajian literatur terkait akan dilakukan untuk memahami aspek estetika dan naratif yang dapat diintegrasikan dalam perancangan karakter mascot. (2) melibatkan tahap empati dengan masyarakat, seniman Manga, dan perancang karakter untuk memahami nilai-nilai budaya yang ingin diungkapkan. (3) tahap ideasi untuk menentukan proses perencanaan awal (4) prototyping akan dilakukan untuk menciptakan konsep-konsep awal dan menghasilkan model visual dari identitas mascot. (5) Uji coba dilakukan melalui presentasi simulasi kepada kelompok target untuk mengumpulkan umpan balik yang akan menjadi dasar untuk iterasi dan perbaikan. **Luaran yang Ditargetkan** dari penelitian ini diharapkan berupa panduan praktis dan kreatif untuk merancang identitas mascot dengan menggunakan elemen-elemen Manga. Selain itu, karakter mascot yang dihasilkan akan diimplementasikan dalam proyek pameran Indonesia-Japan, meningkatkan daya tarik acara dan meresap dalam budaya kedua negara. Publikasi ilmiah dan presentasi dalam konferensi seni budaya juga menjadi luaran penting guna berbagi temuan dan kontribusi penelitian ini pada bidang perancangan karakter dan identitas mascot. **Uraian TKT Penelitian** adalah menggabungkan elemen-elemen Manga dalam merancang karakter mascot yang dapat memadukan esensi budaya Indonesia-Jepang dan memenuhi standar identitas proyek pameran internasional. Selain itu kontribusi inovatif

dimana penerapan pendekatan Manga Matrix untuk menciptakan identitas mascot yang unik dan menarik, menghadirkan sesuatu yang berbeda dalam desain karakter tradisional. Sehingga TKT yang ditargetkan adalah TKT 6 dengan HKI desain seni perancangan karakter.

Kata Kunci: *Identitas Mascot; Manga Matrix; Desain Karakter; Pameran Internasional; Budaya Indonesia-Jepang.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
RINGKASAN.....	3
DAFTAR ISI	5
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 Latar Belakang.....	7
1.2 Tujuan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Design Thinking	11
2.2 Desain Karakter	14
2.3 Teori Folklor.....	16
2.4 Digital Culture	17
BAB III METODOLOGI	20
3.1 Lokasi Penelitian	20
3.2 Waktu Penelitian.....	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Sistematika Penelitian.....	23
3.5 Teknik Pengambilan Data	24
3.5.1 Wawancara	24
3.5.2 Observasi	24
3.5.3 Kuesioner.....	25
3.6 Teknik Analisa Data	25
3.6.1 Analisa Data Kualitatif	25
3.6.2 Analisa Data Kuantitatif.....	26
BAB IV HASIL DAN CAPAIAN LUARAN	28
4.1 Indikator Keberhasilan	28
4.2 Penyajian Data	28
4.2.1 Data Hasil Wawancara	28
4.2.2 Data Hasil Obeservasi	29
4.3 Perancangan.....	29
4.3.1 Konsep Karakter	30
4.3.2 Color Moodboard	32

4.3.3 Penerapan marga matrik pada karakter “SWEN”	32
4.3.4 SWEN breakdown	41
4.3.5 Pasca Produksi	42
4.3.6 Uji Coba.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN	52
Lampiran 1. Rincian Anggaran Penelitian	52
Lampiran 2. Biodata Ketua Pengusul.....	53
Lampiran 3. Rekam Jejak Pengusul	55
Lampiran 4. Surat Pernyataan Pengusul.....	56
Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan.....	57
Lampiran 6. Luaran	58

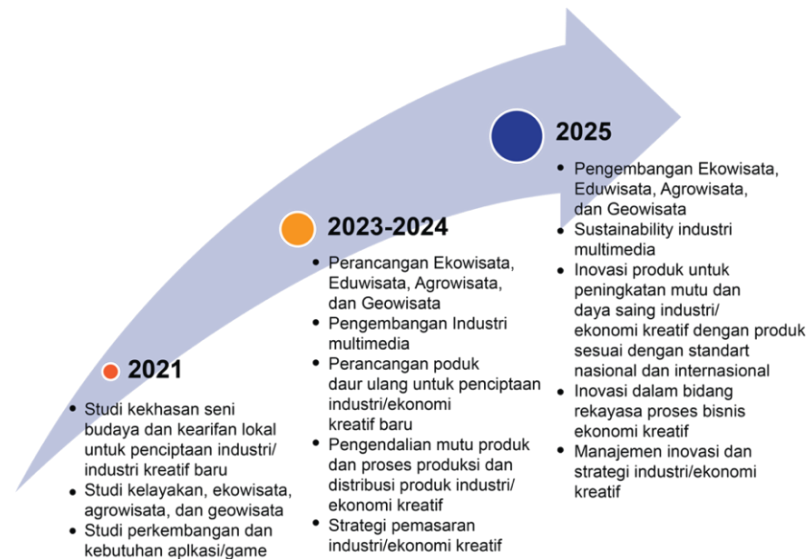
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

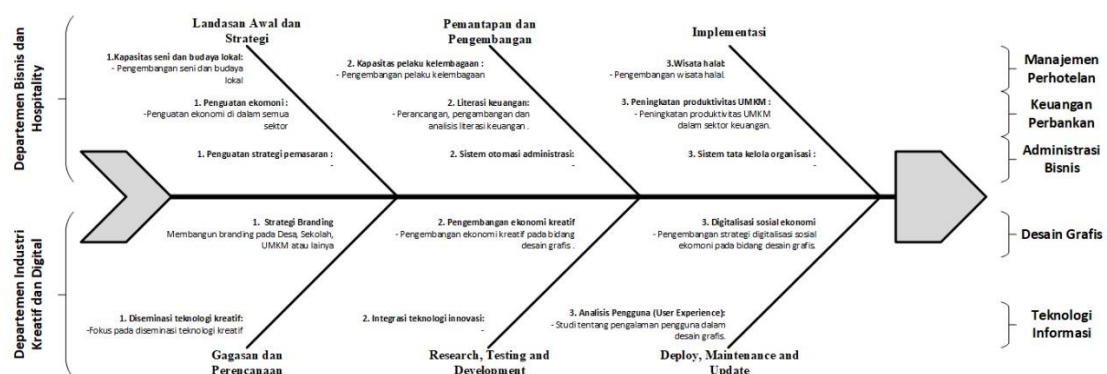
Pada era globalisasi ini, perhelatan pameran internasional menjadi semakin penting dalam memperkuat hubungan antarnegara dan mempromosikan kekayaan budaya. Indonesia dan Jepang memiliki hubungan bilateral yang kuat, dan proyek Integrated International Exhibition Indonesia-Japan menjadi momentum penting untuk menggali potensi dan mendekatkan kedua budaya melalui medium seni dan pameran. Identitas mascot, sebagai simbol dari proyek ini, memiliki peran sentral dalam mengkomunikasikan pesan budaya dan membangun kedekatan emosional dengan pengunjung. Meskipun identitas mascot adalah elemen penting, perkembangan desain karakter terkadang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi kreatif yang tersedia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan suatu pendekatan baru dalam perancangan identitas mascot, khususnya dengan mengintegrasikan elemen-elemen Manga. Manga, sebagai bentuk seni visual Jepang yang unik, memiliki estetika dan naratif yang kuat. Pemanfaatan elemen-elemen Manga dalam merancang karakter dapat memberikan daya tarik visual yang lebih kuat dan menyeluruh. **Permasalahan yang akan diteliti** dalam penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan identitas mascot yang dapat menggambarkan dan meresapi kekayaan budaya Indonesia-Jepang secara optimal. Sementara itu, permasalahan khusus melibatkan cara mengintegrasikan elemen-elemen Manga dalam perancangan karakter mascot untuk mencapai kesan visual yang menarik dan relevan. **Tujuan** penelitian ini adalah (1) Menganalisis elemen-elemen manga dengan mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen kunci dalam manga yang dapat diadopsi dan diintegrasikan dalam perancangan karakter mascot. (2) Mengembangkan model identitas mascot, yaitu dengan membangun model konseptual untuk mengembangkan identitas mascot yang menggabungkan estetika Manga dengan nilai-nilai budaya Indonesia-Jepang. (3) Implementasi dalam proyek pameran adalah dengan menerapkan hasil penelitian dalam proyek Integrated International Exhibition Indonesia-Japan untuk memperkuat daya tarik budaya dan visual dari identitas mascot. **Studi kelayakan** penelitian ini diukur melalui keterkaitan dengan skema penelitian yang ada dan Rencana Induk Penelitian (RIP) LPPM UB 2021-2025. RIP UB dikembangkan dengan mempertimbangkan RIRN dan visi misi Universitas Brawijaya itu sendiri. Dalam lima tahun ke depan, RIP UB menetapkan 10 riset unggulan, seperti Sosial, Humaniora,

Good Governance, dan Seni Budaya, Energi Terbarukan, Ekonomi Kreatif dan Pariwisata, Transportasi, Kelautan, Ketahanan dan Kemandirian Pangan, Kesehatan, Gizi, Obat, dan Jamu, Kebencanaan dan Lingkungan, serta agroforestri. RIP UB menjadi pedoman bagi pengembangan riset di tingkat universitas. Berikut merupakan roadmap penelitian yang berada dalam RIP Universitas Brawijaya (RIP UB) :



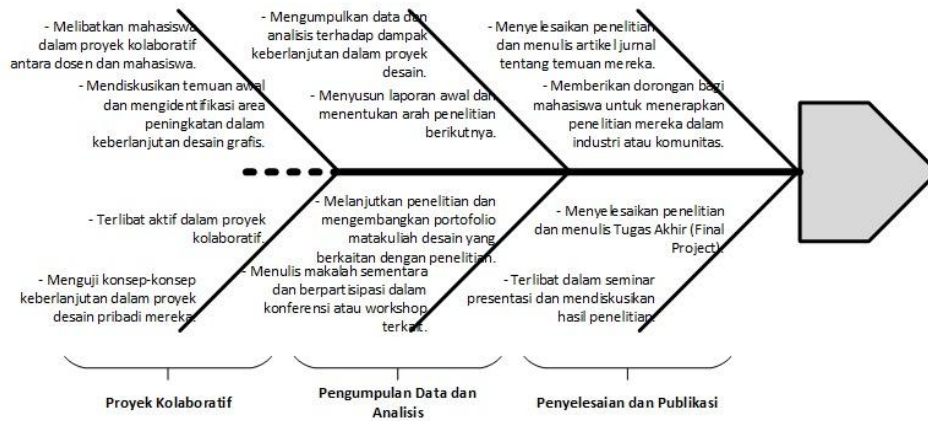
Gambar 1.1 Roadmap Fakultas Vokasi dan Roadmap sesuai tema Program Studi

Rencana Induk Penelitian (RIP) Fakultas Vokasi disusun sebagai hasil selarasan dengan RIP Universitas Brawijaya (UB). RIP FV-UB memperhatikan visi-misi dan keunggulan kompetensi fakultas dalam pengembangan keilmuan. Kesepuluh riset unggulan yang ditetapkan dalam RIP UB tetap menjadi acuan bagi pengembangan RIP FV-UB. Dokumen ini merinci lebih spesifik sesuai dengan kapasitas dan visi-misi fakultas, membentuk dasar bagi pelaksanaan kegiatan penelitian di tingkat fakultas vokasi. Berikut merupakan roadmap penelitian UPPS.



Gambar 1.2 Roadmap UPPS

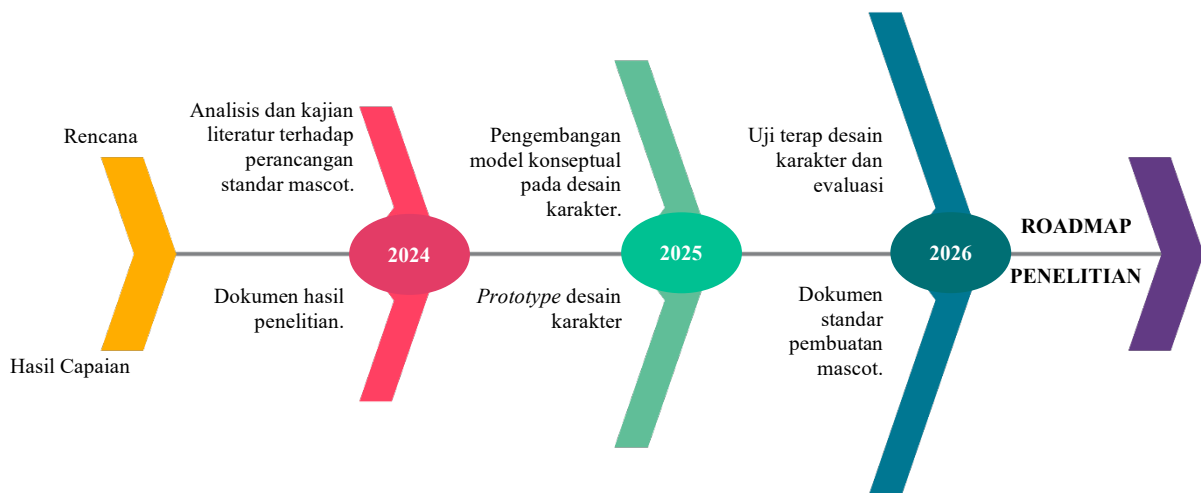
Dari kebijakan RRIN diturunkan kepada kebijakan Universitas melalui RIP UB dan diturunkan Kembali kepada kebijakan UPPS melalui RIP Fakultas dan roadmap UPPS serta lebih spesifikasi lagi kedalam PS Sarjana Terapa Desain Grafis melalui *roadmap* Penelitian RIP UB sesuai tema program studi:



Gambar 1.3 Roadmap Penelitian PS Sarjana Terapan Desain Grafis

Penelitian ini secara erat terkait dengan **Bidang Fokus Ilmu, Seni, dan Pariwisata**, melalui **Bidang Unggulan PT Ekonomi Kreatif dan Pariwisata**, serta **topik unggulan PT Topik Industri Multimedia Digital**. Identitas mascot yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi produk seni yang unggul dan dapat diimplementasikan secara luas dalam berbagai konteks, termasuk pameran internasional. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan upaya mendukung *World Class University* dan *International Research Collaboration* yang menjadi fokus RIP LPPM UB. Dengan menggabungkan elemen-elemen pendekatan manga matrix dalam identitas mascot, penelitian ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam menciptakan hubungan lintas budaya yang lebih kuat antara Indonesia dan Jepang. Gambar 4 merupakan model roadmap penelitian yang telah disesuaikan dengan pengembangan Program Studi bahwa pada tahun pertama: Analisis dan Kajian Literatur, yaitu melakukan analisis mendalam terhadap elemen-elemen Manga yang dapat diaplikasikan dalam perancangan karakter serta mengumpulkan literatur terkait desain karakter, identitas mascot, dan seni visual untuk membangun dasar teoritis. Setelah itu pada tahun kedua: Pengembangan Model Konseptual yaitu mengidentifikasi dan merumuskan elemen-elemen kunci yang akan diintegrasikan dalam model konseptual identitas mascot serta membangun model konseptual yang melibatkan keterlibatan pengguna untuk memastikan kesesuaian dengan harapan dan nilai budaya. Pada tahun ketiga: implementasi

dan Evaluasi yaitu menerapkan model identitas mascot dalam proyek pameran Indonesia-Japan serta melakukan evaluasi terhadap respons pengunjung dan hasil implementasi untuk melakukan iterasi dan perbaikan jika diperlukan. Dengan roadmap ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berkelanjutan dalam pengembangan identitas mascot yang unik dan memperkaya tampilan seni budaya dalam proyek pameran internasional.



Gambar 1.4 Roadmap Penelitian

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menerapkan pendekatan Manga Matrix dalam perancangan visualisasi karakter maskot untuk Project Integrated International Exhibition Indonesia-Japan, guna menciptakan standar identitas maskot yang menarik dan representatif, yang mencerminkan nilai-nilai budaya kedua negara dan meningkatkan interaksi serta keterlibatan pengunjung dalam pameran.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Design Thinking

Di dalam penelitian ini digunakan metode yang bernama “*Design Thinking*”. Tujuan digunakannya metode ini agar terjadi proses desain yang dapat menyelesaikan problematika secara akurat. Semua proses yang terdapat di metode ini digunakan mulai dari proses analisis fenomena hingga proses *playtesting*. Metode Design Thinking dijelaskan dalam buku karangan Tim Brown dan Barry Katz (2009) berjudul *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovations*; dan jurnal Harvard Business Review berjudul *Design Thinking* yang juga ditulis oleh Tim Brown (2008). Tim Brown memulai dengan menggambarkan bahwa pemikiran yang komprehensif dan berpusat pada manusia (*human centered*) menuju suatu inovasi berkelanjutan adalah apa yang dibutuhkan saat ini. Ia mengatakan bahwa cara berpikir seperti inilah yang disebut *design thinking*. Cara berpikir ini akan tetapi bukan lagi cara berpikir yang mutlak milik seseorang (*lone genius*). Brown mengatakan bahwa cara berpikir ini, apalagi apabila hendak menyandarkan diri pada inovasi berkelanjutan hanya dapat terjadi melalui kolaborasi. Seorang *Design Thinker* harus memiliki: *empathy, integrative thinking, optimism (as value), experimentalism (in heart) and (love) collaboration*.

Brown kemudian memetakan 3 ruang dasar agar inovasi dapat berjalan atau terjadi, yaitu: *inspiration*, permasalahan atau kesempatan yang mendorong terjadinya pemecahan permasalahan; *ideation*, proses membiak-kan, mengembangkan dan menguji ide; dan *implementation*, perancangan skema produksi hingga digunakan oleh masyarakat luas. Brown memberikan 3 batasan yang dapat digunakan seseorang saat berada di dalam 3 ruang inovasi, yaitu pertimbangan atas *desirability* (faktor yang membuat sesuatu itu diinginkan), *viability (lifecycle dari sesuatu)* dan *feasibility* (kemungkinan atau rasionalitas dari sesuatu). Brown juga mengatakan bahwa semua interaksi yang terjadi dalam ruang inovasi tak pernah berjalan dalam proses yang linear.

Brown memulai perjalanan *design thinking* dengan kembali mengingatkan bahwa *design thinking* hadir karena kebutuhannya untuk berinovasi secara cepat, tepat dan akurat dengan mengembalikan segala sesuatu pada manusianya (*human-centered*). Maka yang pertama kali

harus dilakukan adalah dengan mengumpulkan *insight*, melakukan observation (memerhatikan apa yang orang tidak lakukan, mendengarkan apa yang orang tidak katakan), berempati (merasakan dan mencoba berganti posisi menjadi orang lain), menangkap pola (*pattern*) dan kemudian mencoba memikirkan melampaui itu, *beyond individual*. Sehingga kemudian kita dapat menarik dan membuat *point of view*.

Ketiga proses design thinking yang dikemukakan oleh Brown ini kini berkembang dan dijabarkan kembali menjadi 5 proses design thinking, pada dasarnya proses design thinking ini mirip dengan yang dikemukakan oleh Brown namun terdapat beberapa penekanan pada proses-proses yang dianggap penting, berikut ini adalah proses-prosesnya:

1. *Empathize*

Empati adalah titik utama dari proses desain yang berpusat pada manusia (*human-centered design process*). Tujuan utama dari proses ini adalah untuk memahami manusia, dalam konteksnya dengan tujuan desain. Dalam proses ini kita diajak untuk memahami bagaimana manusia melakukan sesuatu dan mengapa mereka melakukannya, apa saja kebutuhan fisik dan emosional masyarakat, bagaimana mereka berpikir tentang dunia dan apa maknanya bagi mereka.

Dalam sebuah proses desain, umumnya permasalahan yang coba kita selesaikan adalah permasalahan orang lain. Untuk dapat melakukan proses desain bagi mereka, kita harus dapat mendapatkan dan mengetahui hal-hal apa sajakah yang penting bagi mereka. Di dalam perancangan ini proses empati dilakukan dengan cara mengamati taman-taman tematik secara langsung, pengamat juga melakukan interaksi dengan warga yang berkunjung ke taman tersebut, tujuan dari dilakukannya pengamatan ini adalah agar mengetahui rutinitas warga untuk mengunjungi taman, tujuan mereka mengunjungi taman, dan juga untuk mengetahui makna taman bagi masyarakat tersebut. Setelah proses pengamatan dilakukan, maka proses selanjutnya yang harus ditempuh adalah mengolah data-data yang sudah didapatkan dari pengamatan. Proses mengolah data-data ini dinamakan proses "*Define*".

2. *Define*

Setelah melakukan observasi dalam proses empati maka kita sudah mendapatkan beberapa informasi penting yang dibutuhkan untuk melaksanakan proses desain. Pada tahap ini desainer diajak untuk berpikir dan memaknai hal-hal apa saja yang sebenarnya terjadi, tujuan akhirnya adalah agar desainer mendapatkan

insight dari fenomena-fenomena tersebut. Tujuan utama dari proses ini adalah agar desainer memiliki sudut pandang terhadap permasalahan tersebut. Sudut pandang ini berperan penting dalam proses design thinking karena dengan sudut pandang yang dimiliki desainer dapat menentukan permasalahan apa saja yang dapat diselesaikan dan dengan cara apa masalah tersebut diselesaikan.

3. *Ideate*

Ideate adalah salah satu proses desain dimana desainer berfokus untuk mengembangkan berbagai macam ide. Proses ini menjadi sangat penting karena pada tahapan ini berbagai macam kemungkinan solusi untuk menyelesaikan masalah akan muncul, desainer harus berpikir secara “liar” dan tidak dibatasi agar didapatkan ide-ide yang variatif untuk menyelesaikan sebuah masalah. Beberapa cara yang dapat digunakan oleh desainer untuk mendapatkan ide yang maksimal adalah yang pertama, jangan membatasi ide-ide yang muncul. Yang kedua buka kemungkinan ide dari siapapun. Yang ketiga adalah hindari untuk berusaha menemukan sebuah ide pasti yang dapat menyelesaikan masalah, seleksi ide akan dilakukan pada proses selanjutnya. Yang keempat adalah hindari untuk berpikir secara konvensional, tujuannya adalah agar muncul ide-ide baru yang berbeda dari sebelumnya. Tujuan akhir dari proses *ideate* ini adalah mendapatkan berbagai macam alternatif solusi yang akan diseleksi dan diujicobakan pada proses selanjutnya.

4. *Prototype*

Prototype adalah sebuah proses dimana ide-ide yang sudah didapatkan dibangun menjadi sebuah bentuk desain dengan skala yang lebih kecil. Tujuan dari proses ini adalah agar pengguna dapat membayangkan secara langsung solusi desain yang akan mereka terima, sebab akan lebih mudah bagi desainer untuk menjelaskan idenya dengan bentuk *prototype* dibandingkan dengan kata-kata. Tujuan lain dari proses ini adalah agar desainer dan pengguna dapat secara bersama mencoba desain tersebut, dan apabila terjadi sebuah kegagalan atau kesalahan, desainer dapat mengetahuinya lebih awal, dengan melakukan hal ini maka desainer dapat menekan waktu dan biaya pembuatan desain.

5. *Test*

Pada proses ini desainer mengujicobakan desainnya dan mendapatkan umpan balik baik dari pengguna maupun dari orang lain yang menggunakan. Cara melakukan proses ini adalah dengan mengajak pengguna untuk menggunakan proses desain

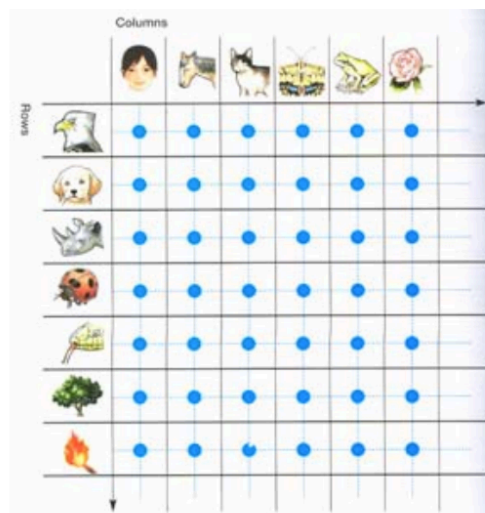
tersebut dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Desainer tidak boleh menginterferensi pengguna ketika mereka sedang menggunakan produk tersebut, tujuannya adalah agar desainer mendapatkan umpan balik yang jujur dan benar-benar berasal dari pengalaman pengguna.

2.2 Desain Karakter

Desain karakter merupakan peranan penting dalam pengimplementasian sebuah karya melalui film, animasi, game, maupun karakter itu sendiri. Dalam penerapan desain karakter yang kuat dapat menggunakan teori Manga Matrix. Manga Matrix merupakan sebuah metode pembuatan karakter dengan menggunakan matrix. Matrix yang digunakan hampir sama dengan matrix dalam ilmu matematis, yaitu:

” rectangular layout of several numbers or letters, which are arranged in a table of rows and columns.” (Manga Matrix – Hiroyoshi Tsukamoto).

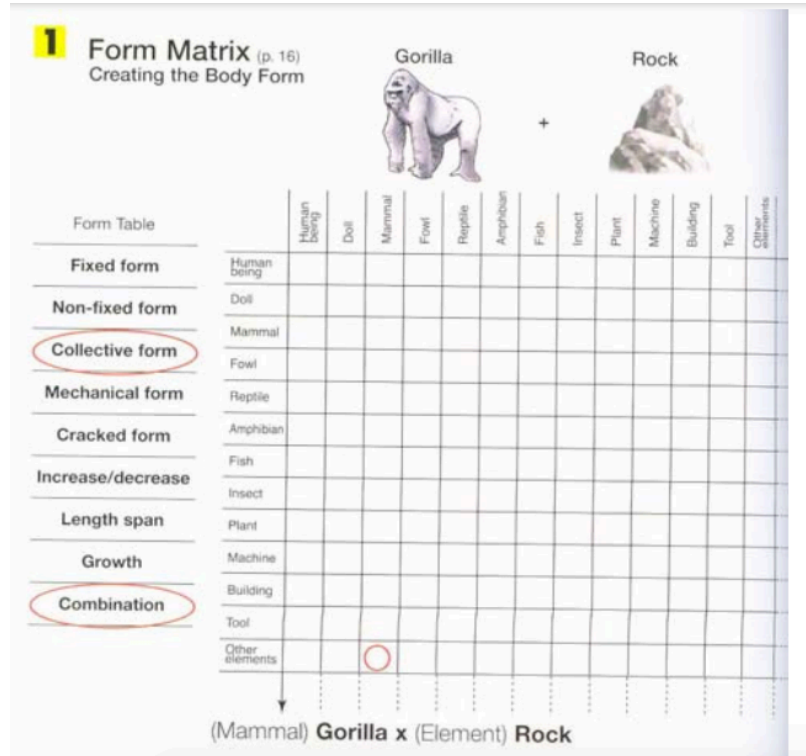
Semua elemen dan objek di dunia dapat digunakan untuk membentuk karakter dengan menempatkan mereka dalam kolom dan baris sebagai sebuah simbol. Kombinasi ini bahkan digunakan untuk membuat karakter monster multi bentuk. Metoda ini dapat digunakan untuk menghasilkan variasi karakter yang tidak terbatas.



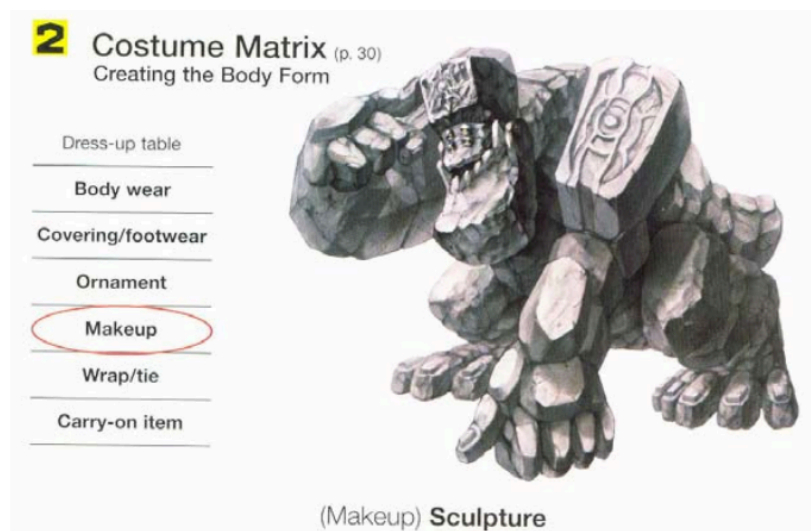
Gambar 2.1 Diagram Manga Matrix
Sumber: Manga Matrix - Hiroyoshi Tsukamoto, 2006

Metode pembuatan karakter ini terdiri atas:

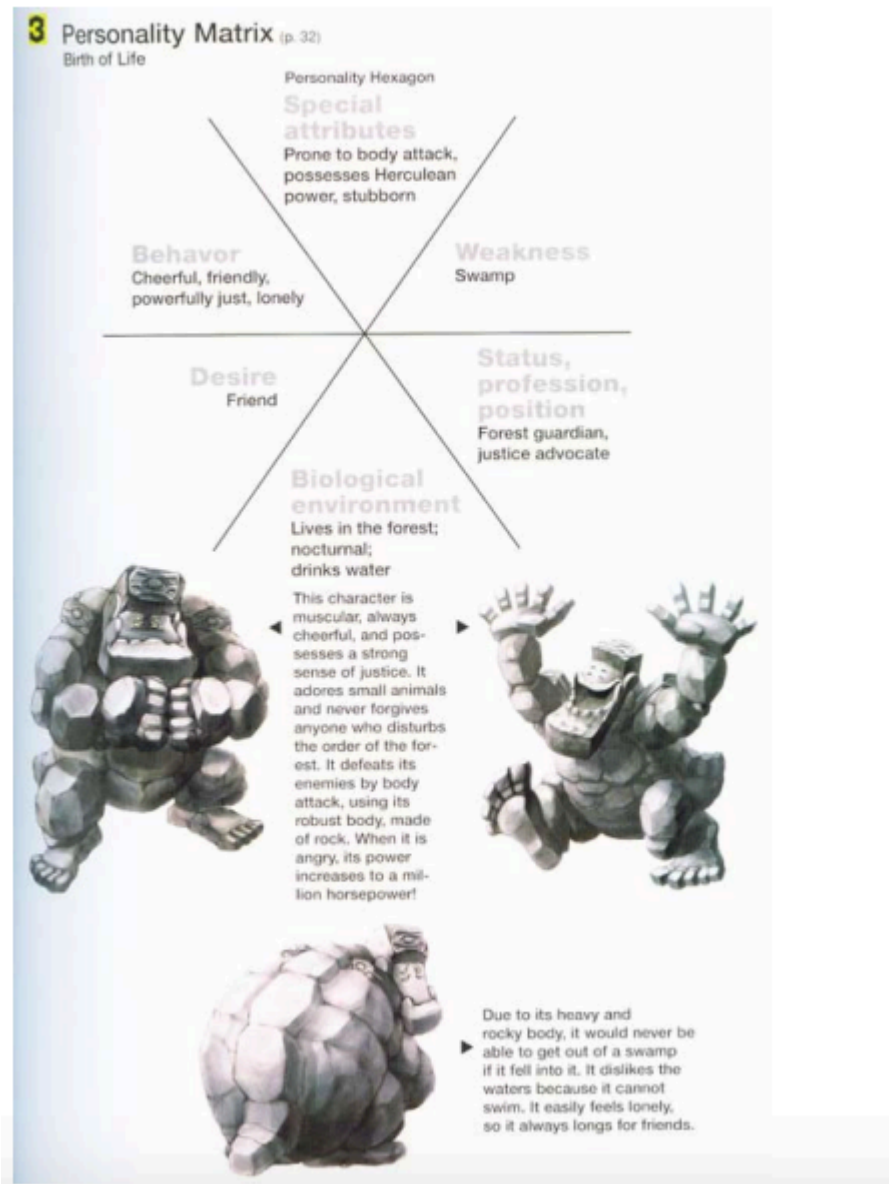
1. *Form Matrix*, digunakan untuk membentuk struktur tubuh dan bentuk dari sebuah karakter.
2. *Costume Matrix*, digunakan untuk membentuk pakaian atau aksesoris karakter.
3. *Personality Matrix*, digunakan untuk membentuk kepribadian karakter.



Gambar 2.2 Diagram Form Matrix
Sumber: Manga Matrix - Hiroyoshi Tsukamoto, 2006



Gambar 2.3 Diagram Costume Matrix
Sumber: Manga Matrix - Hiroyoshi Tsukamoto, 2006



Gambar 2.4 Diagram Personality Matrix
Sumber: Manga Matrix - Hiroyoshi Tsukamoto, 2006

2.3 Teori Folklor

Folklor berasal dari pengindonesiaan kata dalam bahasa Inggris, Folklore yang terdiri dari 2 kata yakni folk, dan lore. Folk berarti sekelompok orang yang memiliki ciri-ciri pengenal fisik, sosial dan kebudayaan, sehingga dapat dibedakan dari kelompok-kelompok lainnya. Sementara Lore berarti tradisi folk, yaitu sebagian kebudayaannya, yang diwariskan secara turun-temurun secara lisan atau melalui suatu contoh yang disertai gerak isyarat atau alat pembantu pengingat (*mnemonic device*).

Menurut James Danandjaya dalam bukunya “Folklore Indonesia”, ciri-ciri pengenal utama folklor, antara lain:

- a. Penyebaran dan pewarisannya biasanya dilakukan secara lisan dari satu generasi ke generasi lainnya.
- b. Folklor bersifat tradisional, yakni disebarkan dalam bentuk relatif tetap atau dalam bentuk standar. Disebarkan di antara kolektif tertentu dalam waktu relatif lama (paling sedikit 2 generasi).
- c. Folklor ada dalam varian-varian yang berbeda. Hal ini diakibatkan oleh cara penyebarannya yang dari mulut ke mulut. Walaupun begitu, perubahannya hanya terletak pada bagian luarnya saja, sedangkan bentuk dasarnya dapat tetap bertahan.
- d. Folklor bersifat anonim, yaitu nama penciptanya sudah tidak diketahui orang lagi.
- e. Folklor biasanya mempunyai bentuk berumus atau berpola. Dalam cerita rakyat misalnya, sering dipergunakan kata-kata klise seperti bulan ”empat belas hari” untuk menggambarkan kecantikan seorang gadis.
- f. Folklor memiliki kegunaan dalam kehidupan bersama suatu kolektif.
- g. Folklor menjadi milik bersama dari kolektif tertentu.
- h. Folklor umumnya bersifat lugu dan polos, sehingga seringkali kelihatan kasar, terlalu spontan. Hal ini dapat dimengerti mengingat folklor merupakan proyeksi emosi manusia yang paling jujur manifestasinya.

Folklor Indonesia terdiri dari Folklor Lisan, sebagian lisan, dan bukan lisan. Contoh dari folklor lisan Indonesia antara lain : bahasa rakyat, ungkapan tradisional, pertanyaan tradisional, sajak dan puisi rakyat, cerita prosa rakyat (Mite, Legenda, Dongeng), dan nyanyian rakyat. Contoh folklor sebagian lisan Indonesia antara lain kepercayaan rakyat dan permainan rakyat. Sementara makanan rakyat adalah contoh dari folklor bukan lisan Indonesia.

2.4 Digital Culture

Perkembangan teknologi digital yang dimulai pada sekitar era 90an telah mempengaruhi proses produksi dan konsumsi media secara signifikan. Internet mampu memberikan kebebasan berekspresi dan kemudahan mendapatkan informasi bagi semua orang. Hal ini didukung oleh fitur teknologi digital sebagai media yang memungkinkan fleksibilitas, distribusi, partisipasi pengguna dan kendali pengguna atas media tersebut. Teknologi digital

telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan media. Adanya pergeseran informasi melalui teknologi digital saat ini sangat mempengaruhi efektifitas dan efisiensi yang membawa dampak perubahan perilaku pencarian informasi pada generasi manusia. Sebelum internet berkembang generasi manusia menggunakan media elektronik dan media cetak seperti televisi, radio dan surat kabar sebagai media untuk membantu manusia mendapatkan dan mencari kebutuhan informasi, saat ini manusia melakukan pencarian melalui media *online* dengan mudah untuk mendapatkan kebutuhan informasi tanpa ada batasan ruang, waktu, usia, suku, agama, budaya maupun batasan-batasan lainnya yang menghambat.

Perbedaan tahun kelahiran merupakan salah satu penyebab antar generasi memiliki perilaku berbeda terhadap perubahan teknologi yang sekarang terjadi karena setiap generasi hidup pada era perkembangan jaman yang berbeda termasuk perkembangan teknologi. Hakim (2010) mengatakan bahwa setiap masa memiliki budaya, tingkat pemanfaatan teknologi yang berbeda serta gaya hidup yang berbeda.

Characteristics	Maturists (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generation X (1961-1980)	Generation Y (1981-1995)	Generation Z (Born after 1995)
Formative experiences	Second World War Rationing Fixed-gender roles Rock 'n' Roll Nuclear families Defined gender roles — particularly for women	Cold War Post-War boom "Swinging Sixties" Apollo Moon landings Youth culture Woodstock Family-orientated Rise of the teenager	End of Cold War Fall of Berlin Wall Reagan / Corbachev Thatcherism Live Aid Introduction of first PC Early mobile technology Latch-key kids; rising levels of divorce	9/11 terrorist attacks Playstation Social media Invasion of Iraq Reality TV Google Earth Glastonbury	Economic downturn Global warming Global focus Mobile devices Energy crisis Arab Spring Produce own media Cloud computing Wiki-leaks
Percentage in U.K. workforce*	3%	33%	35%	29%	Currently employed in either part-time jobs or new apprenticeships
Aspiration	Home ownership	Job security	Work-life balance	Freedom and flexibility	Security and stability
Attitude toward technology	Largely disengaged	Early information technology (IT) adaptors	Digital Immigrants	Digital Natives	"Technoholics" — entirely dependent on IT; limited grasp of alternatives
Attitude toward career	Jobs are for life	Organisational — careers are defined by employers	Early "portfolio" careers — loyal to profession, not necessarily to employer	Digital entrepreneurs — work "with" organisations not "for"	Career multitaskers — will move seamlessly between organisations and "pop-up" businesses
Signature product	Automobile	Television	Personal Computer	Tablet/Smart Phone	Google glass, graphene, nano-computing, 3-D printing, driverless cars
Communication media	Formal letter	Telephone	E-mail and text message	Text or social media	Hand-held (or integrated into clothing) communication devices
Communication preference	Face-to-face	Face-to-face ideally, but telephone or e-mail if required	Text messaging or e-mail	Online and mobile (text messaging)	Facetime
Preference when making financial decisions	Face-to-face meetings	Face-to-face ideally, but increasingly will go online	Online — would prefer face-to-face if time permitting	Face-to-face	Solutions will be digitally crowd-sourced

*Percentages are approximate at the time of publication.

Gambar 2.5 Generasi Manusia
Sumber: Robertson, 2013

Gambar 2.6. menjelaskan bahwa generasi manusia dikategorikan pada Maturist, Baby Boomer, Generasi X, Generasi Y dan Generasi Z. Generasi "tua" diwakili oleh generasi

Maturist (sebelum tahun 1945) dan Baby Boomer (tahun 1945-1960) di mana generasi tersebut ditandai dengan belum adanya teknologi digital, meskipun ada, sangat “sedikit” penggunaannya. Generasi pertengahan diwakili oleh Generasi X (tahun 1961-1980) di mana komputer, SMS dan e-mail sudah umum digunakan oleh kalangan tertentu. Generasi “muda” adalah Generasi Y (1981-1995), ditandai dengan adanya internet yang sudah digunakan oleh hampir semua manusia karena didukung dengan adanya *smartphone* yang telah dilengkapi berbagai fitur seperti SMS, sosial media dan pesan video. Sedangkan yang terakhir adalah Generasi Z (setelah tahun 1995) di mana teknologi digital sudah ada sejak manusia lahir bahkan sampai merambah pada *googleglass*, *nano-computing*, *facetime* dan lain-lain.

Robert Samuel (2010) dalam buku *New Media, Cultural Studies, and Critical Theory after Postmodernism* menyebutkan bahwa saat ini kita berada pada suatu kondisi paradoks kombinasi otomatisasi sosial dan otonomi individu. Media baru merupakan sebuah kata yang umum digunakan untuk mendeskripsikan semua bentuk media yang terkoneksi dengan internet. Keberadaan media baru ini didasarkan pada kemampuan untuk melanjutkan bentuk media tradisional, baik dari segi fungsi maupun kapasitas. Media baru memiliki lima fitur yang dapat membedakan dengan media lama (Zhang dan Chen, 2010) yaitu :

1. Digital, data ditransmisikan berupa angka-angka. Setelah disimpan menjadi angka, data *output* bisa dilihat dalam jaringan ataupun perangkat elektronik. Data juga bisa disimpan dalam CD atau *memory drive*.
2. Interaktif, pengguna dapat secara aktif mengubah konten yang mereka akses. Jika pada media lama pengguna disebut *viewer*, pada media baru disebut dengan pengguna.
3. *Hypertextual*, teks yang terdiri dari unit-unit yang berhubungan dengan unit lainnya dalam jaringan.
4. Virtual yaitu tidak secara fisik ada, tetapi dibuat oleh perangkat lunak dapat terasa nyata. Diakses atau disimpan dengan memakai komputer, terutama melalui jaringan internet.
5. Simulasi merupakan konsep yang luas yaitu proses penyusunan menghasilkan objek-objek yang baru dalam dunia maya. Misalnya saja *videogame*, memang tidak mengimitasi ruang dan objek yang nyata di dunia atau merepresentasikannya, tapi *video game* adalah sesuatu yang nyata jika dimainkan dalam personal komputer, laptop ataupun *mobile phone*.

BAB III METODOLOGI

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Malang Creative Center (MCC), yang beralamat di Jalan Ahmad Yani No. 5, Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pelaksanaan kegiatan pameran BIDEA yang berlangsung di MCC selama tiga hari, mulai dari 19 hingga 21 Juli 2024. Pameran ini merupakan ajang berkumpulnya orang-orang kreatif, sehingga MCC menjadi tempat yang ideal untuk mengamati interaksi dan inovasi dalam lingkungan kreatif.

3.2 Waktu Penelitian

Jadwal penelitian ini telah disesuaikan dengan metode pelaksanaan kegiatan dimana total waktu yang dibutuhkan adalah 8 bulan dimulai pada bulan Maret-Oktober 2024.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan/ tahapan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan proposal												
2	Studi Pustaka												
3	Survey lapangan												
4	Analisa Data Awal												
5	Pra Produksi: Studi karakter, synopsis, storyline, storyboard, sketsa karakter.												
6	Produksi: pembuatan karakter, pembuatan <i>outline</i> , <i>coloring</i> , karakter animate												
7	Pasca Produksi: editing & finishing, mastering, uji coba dan analisa, evaluasi, release												
8	HKI												

2. *Define*

Setelah memahami pengguna dan konteks, penelitian akan memetakan temuan-temuan tersebut untuk mendefinisikan tantangan yang jelas. Pertanyaan-pertanyaan kunci dapat mencakup: Bagaimana elemen-elemen Manga dapat diintegrasikan dengan baik dalam merancang karakter mascot? Apa nilai-nilai budaya yang ingin diungkapkan melalui identitas mascot dalam konteks proyek pameran?

3. *Ideate*

Tahap ideasi akan melibatkan generasi kreatif ide-ide dalam menciptakan suatu "Manga Matrix" yang memadukan elemen-elemen Manga dengan standar identitas mascot. Dalam sesi brainstorming, tim penelitian dapat menciptakan konsep-konsep awal, mengidentifikasi potensi elemen-elemen kreatif yang dapat diadopsi, dan merancang karakter mascot yang unik dan sesuai dengan konteks budaya Indonesia-Jepang.

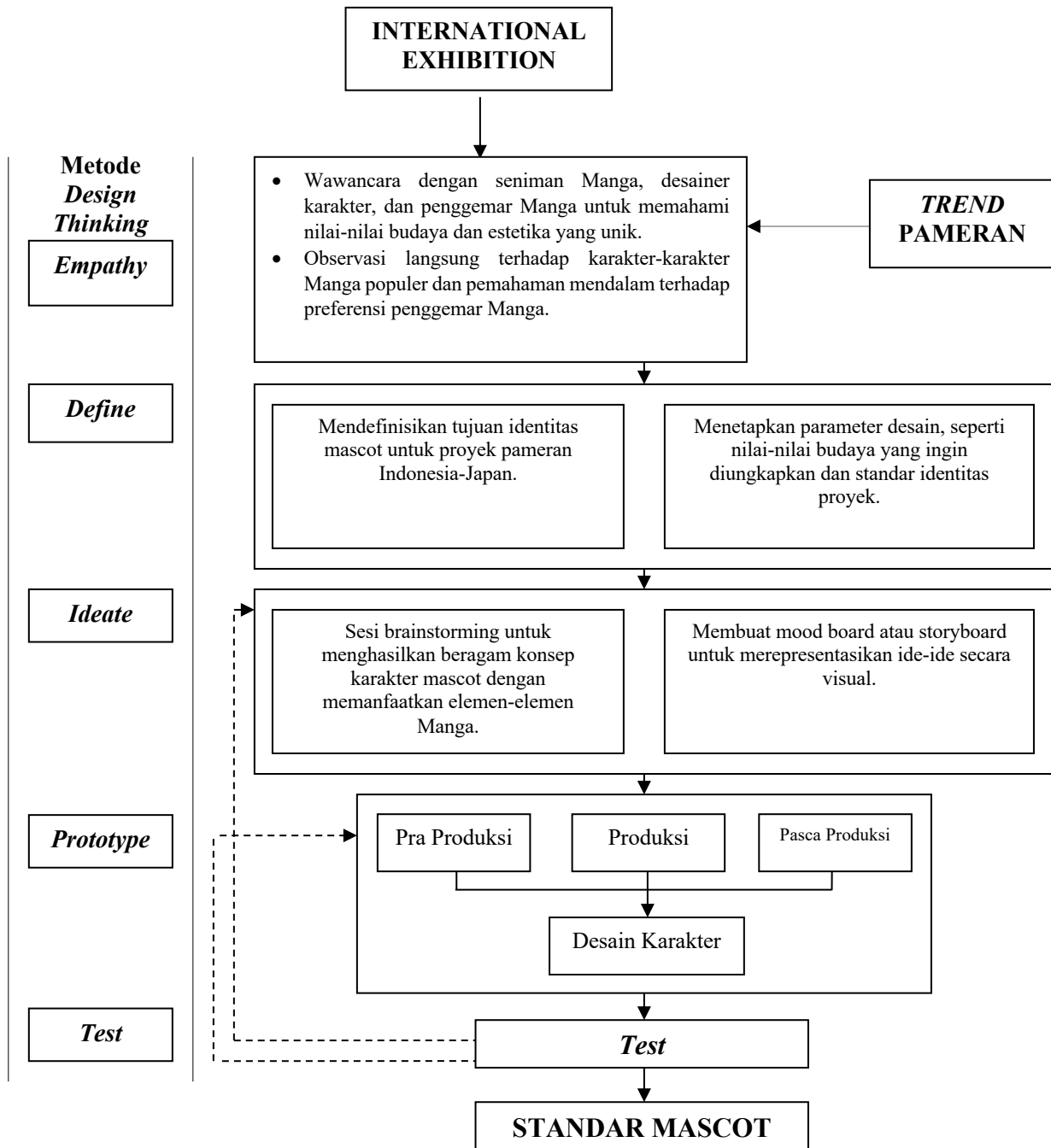
4. *Prototype*

Prototyping akan melibatkan pembuatan model atau gambaran visual dari karakter mascot yang dihasilkan dari Manga Matrix. Metode ini memungkinkan tim untuk melihat sejauh mana konsep-konsep dapat diwujudkan dalam bentuk nyata. Prototipe ini dapat diujicobakan pada kelompok target atau mendapatkan umpan balik dari ahli desain dan budaya untuk memastikan bahwa elemen-elemen Manga terintegrasi secara efektif dan sesuai dengan identitas proyek pameran.

5. *Test*

Setelah prototipe dibuat, tim penelitian akan mengujinya dalam konteks yang sesungguhnya, seperti dalam simulasi pameran atau presentasi kepada kelompok sasaran. Umpan balik dari pengguna dan pemangku kepentingan akan menjadi dasar untuk melakukan iterasi dan perbaikan. Ini memastikan bahwa karakter mascot tidak hanya estetis, tetapi juga berhasil berkomunikasi dengan audiens target dan meresap dalam konteks budaya yang diinginkan.

3.4 Sistematika Penelitian



Gambar 3.2 Skema kerangka penelitian

Sumber: dokumen pribadi

3.5 Teknik Pengambilan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini bersumber dari data kualitatif dan data kuantitatif. Kedua data tersebut diambil melalui metode berikut.

3.5.1 Wawancara

Peneliti menggunakan wawancara terstruktur yang dilakukan kepada narasumber ahli guna memperoleh data secara sistematis. Wawancara terstruktur dilakukan kepada narasumber yang ahli yaitu seorang praktisi di bidang ilustrasi karakter, hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang valid. Dalam wawancara ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang dijabarkan dalam tabel berikut ini.

No	Pertanyaan	Tujuan
1	Dapatkah anda menceritakan Desain karakter yang baik itu seperti apa?	Penulis ingin mengetahui asal usul desain karakter.
2	Apakah sebaiknya terdapat tokoh lain dalam perancangan mascot untuk kegiatan pameran?	Penulis ingin mengetahui tokoh selain yang akan diciptakan oleh penulis sebagai acuan dalam merancang karakter.
3	Apakah maskot masih dimanfaatkan sebagai identitas pada sebuah pameran?	Penulis ingin mengetahui apakah maskot masih dimanfaatkan sebagai identitas.

3.5.2 Observasi

Observasi dilakukan di Malang Creative Center (MCC) untuk mengetahui kebiasaan kegiatan pameran yang diadakan oleh insan kreatif kota Malang bahkan skala internasional. Selain itu untuk mengetahui rujukan karakter atau *trend* karakter pada mascot pameran yang ada sehingga dapat dijadikan referensi desain karakter. Selain itu, observasi juga dilakukan guna mengetahui gambaran suasana sekitar wilayah sekitar Malang seperti kebiasaan pengunjung. Hasil dari observasi ini nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam merancang media baik itu media utama maupun media pendukung.

3.5.3 Kuesioner

Penulis menggunakan instrumen kuesioner untuk mendapatkan data secara cepat dan efisien dari seluruh pengunjung pameran BIDEA yang telah mengikuti rangkaian kegiatan pameran serta FGD dan workshop pembahasan karakter desain SWEN. Kuesioner berisi beberapa pernyataan tentang kesesuaian karakter yang menjadi maskot, kesesuaian warna, dan lain sebagainya. Daftar pernyataan tersebut diuraikan dalam tabel berikut ini.

No	Pernyataan	Tujuan
1	Penggambaran desain karakter pada maskot mampu memberikan bayangan tentang SWEN.	Penulis ingin mengetahui apakah karakter yang dirancang mampu memberikan gambaran tentang maskot.
2	Pemilihan warna yang digunakan pada karakter sudah tepat.	Penulis ingin mengetahui apakah pemilihan warna untuk karakter sudah tepat.
3	Penggambaran karakter tidak cocok untuk masyarakat.	Penulis ingin mengetahui apakah pengayaan karakter yang dirancang cocok atau tidak untuk masyarakat.
4	Saya tertarik untuk mempelajari desain karakter setelah melihat penggambaran desain karakter dalam maskot SWEN di BIDEA	Penulis ingin mengetahui apakah karakter yang dirancang membuat responden tertarik mempelajari desain karakter.
5	Karakter dalam maskot SWEN di BIDEA cocok dijadikan identitas standar mascot.	Penulis ingin mengetahui apakah karakter yang dirancang cocok untuk dijadikan identitas.

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Analisa Data Kualitatif

1. Reduksi data, reduksi data adalah proses menyederhanakan, menggolongkan, memfokuskan pada informasi yang diperlukan, serta mengorganisasi data untuk memudahkan proses menarik kesimpulan.

2. Penyajian Data, data yang telah direduksi kemudian disajikan sehingga diperoleh data- data yang relevan dengan penelitian.
3. Kesimpulan, data-data relevan yang telah didapatkan dari proses reduksi data kemudian dikumpulkan menjadi satu untuk dapat ditarik kesimpulan yang dapat dijadikan acuan pada proses perancangan.

3.6.2 Analisa Data Kuantitatif

Data kuantitatif yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner pada proses uji media dikumpulkan lalu diolah menggunakan rumus Likert dengan empat skala. Pemilihan empat skala dalam instrumen kuesioner dilakukan untuk menghindari adanya jawaban netral atau ragu-ragu dari responden sehingga data yang dihasilkan dapat lebih jelas. Keempat skala jawaban tersebut ditentukan dengan format sebagai berikut

Pernyataan favorable (+)

- a. Skor 4 untuk sikap Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 3 untuk sikap Setuju (S)
- c. Skor 2 untuk sikap Kurang Setuju (KS)
- d. Skor 1 untuk sikap Tidak Setuju (TS)

Pernyataan unfavorable (-)

- a. Skor 1 untuk sikap Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 2 untuk sikap Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk sikap Kurang Setuju (KS)
- d. Skor 4 untuk sikap Tidak Setuju (TS)

Setelah data kuesioner didapatkan, hasil dari pengisian tersebut dihitung dalam langkah-langkah berikut:

- Menentukan nilai maksimum dan minimum:
 Y (Nilai maksimum) = Skor tertinggi Likert \times Jumlah responden
 X (Nilai minimum) = Skor terendah Likert \times Jumlah responden
- Menentukan Interval

$$I (\text{Interval}) = \frac{100}{\text{Banyaknya skala Likert}}$$

- Mengetahui total skor tiap poin pertanyaan kuesioner:

$$T \times Pn$$

Dengan keterangan:

T = Jumlah responden yang memilih

Pn = Bobot skor Likert

Kemudian seluruh hasil perhitungan dari setiap sikap pada poin pernyataan dijumlahkan hingga diperoleh **total skor**.

- Interpretasi indeks skor perhitungan:

$$Indeks (\%) = \frac{Total\ Skor}{Skor\ Maksimum} \times 100$$

Setelah dihitung dan diperoleh hasil indeks skor, persentase indeks kemudian dicocokkan dengan interval untuk mendapatkan pernyataan hasil interpretasi sikap responden terhadap pernyataan. Hasil analisis data kuantitatif kemudian disimpulkan melalui kalimat atau paragraf untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil interpretasi responden. Hasil analisis tersebut akan menjadi saran bagi penulis mengenai proses perancangan yang telah dilakukan.

BAB IV

HASIL DAN CAPAIAN LUARAN

4.1 Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan telah disesuaikan dengan Pertor UB No 7 Tahun 2023 Tentang Penyelenggaraan dan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Sehingga luaran berupa:

Tabel 4.1 Indikator Keberhasilan

Luaran (<i>output</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Prototipe karakter mascot berdasarkan konsep Manga Matrix diterapkan dalam proyek pameran Indonesia-Japan.• Artikel dan Bukti Submission ke Jurnal Nasional minimal terakreditasi SINTA 5 atau Seminar Nasional.
Dampak (<i>outcome</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Identitas mascot yang dihasilkan mencapai penerimaan positif dari pengunjung pameran.• Panduan praktis diadopsi oleh praktisi desain karakter.• Peningkatan daya tarik proyek pameran Indonesia-Japan secara internasional.
Luaran Tambahan	<ul style="list-style-type: none">• HKI• Publikasi Media Massa

4.2 Penyajian Data

4.2.1 Data Hasil Wawancara

Wawancara dengan Bapak Mohammad Arief Nazaruddin, seorang desainer karakter dan ilustrator, menyoroti pentingnya peran maskot dalam pameran. Menurutnya, maskot pada sebuah pameran tidak hanya menarik perhatian pengunjung, tetapi juga berfungsi sebagai simbol inovasi dan kreativitas, serta menciptakan keterhubungan emosional. Hendaknya desain karakter pada zaman sekarang mengarah kepada desain yang futuristik dengan penggunaan warna dan elemen teknologi, serta penggambaran yang terinspirasi dari budaya Indonesia. Ia juga menyarankan untuk menambahkan elemen digital seperti augmented reality agar interaksi dengan pengunjung semakin menarik. Selain itu, pengembangan cerita dibalik karakter dapat memberikan kedalaman lebih dan membangun keterkaitan yang lebih kuat dengan tema pameran.

4.2.2 Data Hasil Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa pameran yang dilaksanakan di MCC menunjukkan bahwa penggunaan karakter atau maskot dalam branding kegiatan pameran telah terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian pengunjung dan menciptakan pengalaman yang lebih interaktif. Setiap stan memanfaatkan maskot yang dirancang secara kreatif untuk mencerminkan tema dan nilai-nilai yang ingin disampaikan, menjadikan pameran lebih hidup dan menarik. Maskot tidak hanya berhasil menjadi daya tarik visual, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan pengunjung dengan inovasi dan kreativitas yang dipamerkan. Interaksi antara pengunjung dan maskot menambah kedalaman pengalaman pameran, mendorong keterlibatan yang lebih besar dan membantu pengunjung mengingat merek dan pesan dari setiap peserta. Dengan demikian, maskot menjadi elemen penting dalam strategi branding pameran, mendukung tujuan edukasi dan promosi yang diusung oleh acara tersebut. Penggunaan karakter ini juga membuka peluang bagi pengembangan narasi yang lebih kuat di balik setiap produk, membantu menciptakan hubungan emosional antara pengunjung dan merek.

4.3 Perancangan

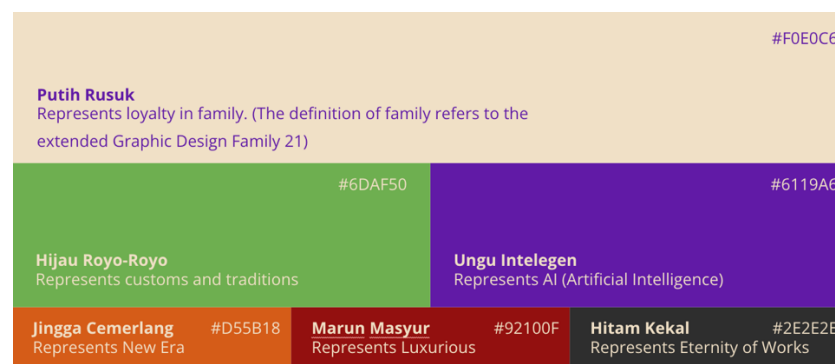
Perancangan yang terdiri atas proses penentuan studi karakter, moodboarding, dan penerapan manga matrix. Tahapan tersebut meliputi:

4.3.1 Konsep Karakter

Maskot penelitian ini dinamai 'SWEN', yang merupakan singkatan dari The Four Cardinal Directions: South, West, East, dan North. SWEN dirancang untuk merepresentasikan keberagaman budaya dan kekayaan geografis Indonesia, dengan setiap arah mata angin mengacu pada wilayah utama di Indonesia. 'South' merujuk pada Pulau Jawa, yang dikenal sebagai pusat kebudayaan dan perekonomian. 'West' merepresentasikan Sumatra, wilayah yang kaya akan sumber daya alam dan memiliki warisan budaya yang kuat. 'East' mengacu pada Papua, daerah yang kaya akan keanekaragaman hayati dan budaya unik. Sementara itu, 'North' merepresentasikan Kalimantan, yang terkenal dengan hutan tropisnya dan merupakan pusat ekosistem penting di Indonesia. Dengan adanya maskot SWEN, penelitian ini tidak hanya mengusung konsep geografis, tetapi juga simbol keterhubungan dan sinergi antara berbagai wilayah di Indonesia, yang mencerminkan semangat kreativitas dan inklusivitas yang ingin diwujudkan dalam penelitian ini.

4.3.2 Color Moodboard

Moodboard untuk maskot SWEN disusun berdasarkan sumber tertulis yang berasal dari artikel maupun jurnal ilmiah yang mengulas budaya dan karakteristik geografis wilayah-wilayah utama di Indonesia. Gambar-gambar yang disusun dalam moodboard mencakup referensi gaya visual, warna, cara berpakaian, profesi, serta gambaran kehidupan masyarakat dari empat wilayah yang diwakili oleh SWEN: Jawa (South), Sumatra (West), Papua (East), dan Kalimantan (North). Untuk wilayah Jawa, referensi gaya visual menampilkan kebudayaan yang berkembang pesat di pusat urban, dengan warna-warna cerah yang menggambarkan dinamika ekonomi dan seni. Sumatra diwakili oleh profesi terkait eksploitasi sumber daya alam, dengan warna-warna alami dan gaya berpakaian tradisional yang mencerminkan kekayaan adat istiadat. Papua, yang diwakili sebagai 'East', membawa unsur kehidupan masyarakat adat yang berfokus pada alam dan warna-warna yang terinspirasi dari lingkungan tropis serta pakaian yang kaya akan simbolisme budaya. Sementara itu, Kalimantan digambarkan dengan suasana hutan tropis, profesi yang berhubungan dengan konservasi alam, serta warna-warna hijau dan coklat yang kuat. Moodboard ini memberikan gambaran komprehensif tentang berbagai aspek visual yang menjadi inspirasi desain maskot SWEN, menggabungkan elemen-elemen yang mewakili keragaman budaya dan geografi Indonesia.



Gambar 4.1 Color Moodboard

4.3.3 Penerapan manga matrik pada karakter “SWEN”

Referensi bentuk karakter maskot SWEN, terutama dari segi pakaian dan aksesoris, banyak mengacu pada relief Candi yang telah didiskusikan dalam hasil literatur. Namun, penulis tetap menambahkan beberapa improvisasi pada karakter seperti aksesoris tambahan dan gaya berpakaian, sehingga setiap karakter akan memiliki ciri

khasnya masing-masing. SWEN, yang merupakan singkatan dari empat arah mata angin dalam bahasa Inggris: South, West, East, dan North, juga memiliki latar belakang cerita yang unik. SWEN adalah anak dari keluarga teknologi yang secara tidak sengaja terlibat dalam eksperimen kecerdasan buatan orang tuanya. Helm canggih yang dikenakan oleh SWEN memberinya kecerdasan tak terbatas. Setelah insiden tersebut, dengan tekad kuat, SWEN menyadari misinya untuk mengubah dunia melalui teknologi. Dalam proses desain SWEN, penulis mengadaptasi konsep Manga Matrix dengan tiga tahapan: Form Matrix, Costume Matrix, dan Personality Matrix. Tahapan ini diterapkan pada karakter SWEN yang mewakili empat wilayah Indonesia: South (Jawa), West (Sumatra), East (Papua), dan North (Kalimantan). Setiap karakter mencerminkan elemen visual yang unik berdasarkan wilayahnya, seperti pakaian tradisional yang dipadukan dengan elemen teknologi modern serta aksesori yang terinspirasi dari budaya lokal. Untuk karakter pendukung, penulis menerapkan dua tahapan Manga Matrix, yaitu Form Matrix dan Costume Matrix, untuk memberikan variasi visual namun tetap menjaga koherensi desain. Dengan pendekatan ini, karakter SWEN tidak hanya mewakili wilayah geografis, tetapi juga membawa pesan inovasi teknologi dan kekayaan budaya Indonesia. Implementasi Manga Matrix pada perancangan karakter dilakukan melalui tahapan berikut:

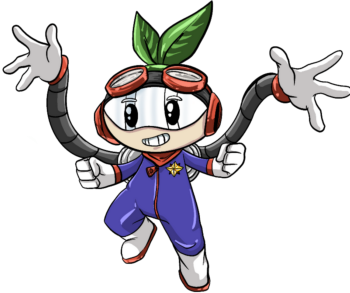


- Form Matrix SWEN


Karakter SWEN memiliki bentuk tetap yaitu manusia normal namun memiliki kombinasi pada bentuk matanya. Mata Empu Sindok merupakan gabungan dari bentuk mata wayang peten dan bentuk alis seperti mata liyepan untuk menggambarkan sifatnya yang licik namun juga merupakan raja yang bijaksana.

Tabel 4.2 Form Matrix SWEN

Form Table		Manusia	Boneka	Mamalia	Unggas	Reptil	Amfibi	Ikan	Serangga
Fixed-form	Manusia	●	●						
Non-fixed form	Boneka								

Mechanical form	Mamalia								
Cracked form	Unggas								
Increase/decrease	Reptil								
Length/span	Amfibi								
Growth	Ikan								
Combination	Serangga								

Form Table	SWEN	Referensi Bentuk
<p>Fixed Form</p> <p>SWEN memiliki bentuk tubuh sebagaimana manusia pada umumnya dengan anatomi yang lengkap.</p>		
<p>Combination</p> <p>Desain jari yang lebih sedikit dari anatomi manusia umum adalah pilihan artistik yang sering digunakan untuk menyederhanakan gambar dan menambahkan estetika khas karakter yang lucu dan mudah diingat.</p> <p>Elemen alam sering digunakan untuk menunjukkan hubungan karakter dengan</p>		

<p>lingkungan atau budaya tertentu. Daun di kepala SWEN menambahkan lapisan simbolisme yang menunjukkan keseimbangan antara teknologi dan alam.</p>		
---	--	---


- **Costume Matrix SWEN**

Kostum SWEN dibagi menjadi kostum sehari-hari sebagai mascot dan kostum perwakilan dari 4 arah mata angin di Indonesia, yaitu: Papua, Jawa, Kalimantan, dan Sumatera.

A. Kostum sehari-hari sebagai mascot



Saat menjadi maskot, SWEN mengenakan pakaian lengkap mulai dari mahkota daun, aksesoris, hingga alas kaki.




Tabel 4.3 Costume Matrix SWEN

Dress-up Table	
Body wear	
Covering	
Ornament	
Makeup	
Wrap/tie	
Carry-on item	

Detail pakaian SWEN dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Detail Costume Matrix SWEN

Dress-up Table	
<p>Body wear</p> <p>SWEN mengenakan baju teknisi berwarna ungu yang mencolok. Warna ungu melambangkan kreativitas, inovasi, dan imajinasi, sesuai dengan karakter SWEN yang berfokus pada teknologi dan pengembangan. Desain baju teknisi ini dirancang fungsional, dengan saku-saku yang cukup untuk menyimpan alat dan perangkat kecil, sekaligus memberikan kesan profesional yang sesuai dengan perannya sebagai inovator.</p>	
<p>Covering</p> <p>Di bagian kepala, SWEN memakai helm VR yang futuristik, memberikan kesan bahwa ia siap untuk berinteraksi dengan dunia digital dan teknologi canggih. Helm ini tidak hanya melindungi, tetapi juga berfungsi sebagai perangkat yang meningkatkan kecerdasan SWEN. Selain itu, sepatu luar angkasa yang dikenakan SWEN memberikan tampilan yang dinamis dan siap menjelajahi berbagai lingkungan, mencerminkan daya jelajah dan adaptabilitas karakter dalam menghadapi tantangan teknologi.</p>	
<p>Ornament</p> <p>Di punggung SWEN terdapat tabung yang terhubung ke tangan, berfungsi untuk mempercepat proses kerja dan membantu</p>	

<p>dalam melaksanakan tugas-tugas teknis. Tabung ini tidak hanya berfungsi secara praktis, tetapi juga menambah kesan futuristik pada karakter. Dengan adanya tabung ini, SWEN menunjukkan kemampuannya untuk menangani berbagai alat dan perangkat, menggambarkan efisiensi dan kecepatan dalam penyelesaian masalah.</p>	
<p>Wrap/tie SWEN mengenakan sabuk pengaman yang berfungsi untuk mengamankan peralatan dan alat-alat yang dibawanya. Sabuk ini juga memberikan kesan siap tempur, menunjukkan bahwa SWEN selalu siap menghadapi tantangan dengan cara yang terorganisir dan efisien. Selain itu, sabuk pengaman ini bisa memiliki berbagai tempat penyimpanan untuk alat desain dan teknologi, menambahkan elemen praktis yang mendukung karakter sebagai teknisi yang handal.</p>	
<p>Carry-on item Sebagai bagian dari identitasnya, SWEN selalu membawa alat-alat desain dan teknologi yang mencakup berbagai perangkat seperti tablet, laptop, atau alat pengukur digital. Alat-alat ini melambangkan semangat inovasi dan kreativitas SWEN dalam menciptakan solusi. Dengan membawa peralatan ini, SWEN siap untuk menggambar ide-ide brilian, merancang prototipe, dan menerapkan teknologi canggih dalam</p>	

berbagai proyek yang dihadapinya.



B. Kostum saat SWEN menjadi perwakilan 4 arah mata angin

Saat SWEN menjadi perwakilan dari 4 arah mata angin di Indonesia, SWEN mengenakan pakaian lengkap mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki yang meliputi hiasan kepala, penutup tubuh, perhiasan, hingga alas kaki.

Tabel 4.5 Detail Costume SWEN saat menjadi perwakilan 4 arah

Dress-up Table	
Body wear	
Covering	
Ornament	
Makeup	
Wrap/tie	
Carry-on item	

- Personality Matrix SWEN

- a. Special Attribute

Swen memiliki kecerdasan luar biasa berkat helm canggih yang terlibat dalam eksperimen kecerdasan buatan yang dilakukan oleh orang tuanya. Dengan kecerdasan ini, Swen mampu memecahkan masalah teknologi yang kompleks dan menciptakan solusi inovatif untuk berbagai tantangan global. Selain kecerdasannya, Swen juga memiliki karakter kuat dalam hal kepemimpinan, mengambil inisiatif untuk mengubah dunia melalui teknologi. Ia memiliki visi besar untuk menghubungkan dunia dan memanfaatkan teknologi untuk kebaikan umat manusia.

- b. Behavior

Sebagai karakter yang penuh tekad, Swen bersifat ramah dan berjiwa sosial, selalu berusaha untuk menggunakan kecerdasannya demi kebaikan bersama. Dia memiliki keinginan kuat untuk bekerja sama dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya, mengingat keinginannya untuk menyatukan teknologi dan kemanusiaan. Swen juga seorang pemikir strategis yang cepat beradaptasi, selalu menemukan cara untuk memecahkan masalah bahkan dalam situasi yang menantang. Meskipun memiliki kekuatan luar biasa dalam hal kecerdasan, Swen tetap rendah hati dan menghargai kerja tim.

- c. Desire

Keinginan terbesar Swen adalah menggunakan kecerdasannya yang tak terbatas untuk menciptakan dunia yang lebih baik, di mana teknologi dapat memecahkan masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan helmnya yang canggih, Swen bercita-cita menciptakan inovasi yang dapat membantu masyarakat di berbagai belahan dunia, khususnya di bidang pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur. Selain itu, Swen juga memiliki misi untuk menyebarkan pengetahuan teknologi kepada generasi muda, sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam membentuk masa depan dunia yang lebih baik.

- d. Biological Environment

Swen hidup di dunia modern yang sangat terhubung dengan teknologi canggih. Sebagai maskot yang mewakili perpaduan empat wilayah utama di Indonesia (South - Jawa, West - Sumatra, East - Papua, dan North -

Kalimantan), Swen berinteraksi dengan masyarakat dari berbagai latar belakang budaya dan ekonomi. Ia tumbuh dalam keluarga teknologi, yang membuatnya terbiasa dengan inovasi dan eksperimen ilmiah sejak kecil. Dunia Swen adalah dunia yang dinamis, dengan tantangan global yang membutuhkan solusi inovatif, dan ia terus mencari cara untuk menjembatani kesenjangan teknologi dan kemanusiaan.

e. Status

Sebelum mendapatkan kecerdasannya yang luar biasa, Swen hanyalah seorang anak biasa dari keluarga teknologi. Namun, setelah kecelakaan yang melibatkan helm kecerdasan buatan, statusnya berubah menjadi ikon dan inovator teknologi yang diakui di seluruh dunia. Swen dianggap sebagai simbol dari kemajuan teknologi yang berkelanjutan, serta pelopor dalam menjembatani teknologi dengan nilai-nilai kemanusiaan. Status Swen sebagai maskot yang mewakili empat wilayah utama Indonesia juga memberinya posisi istimewa sebagai penghubung budaya dan teknologi.

f. Weakness

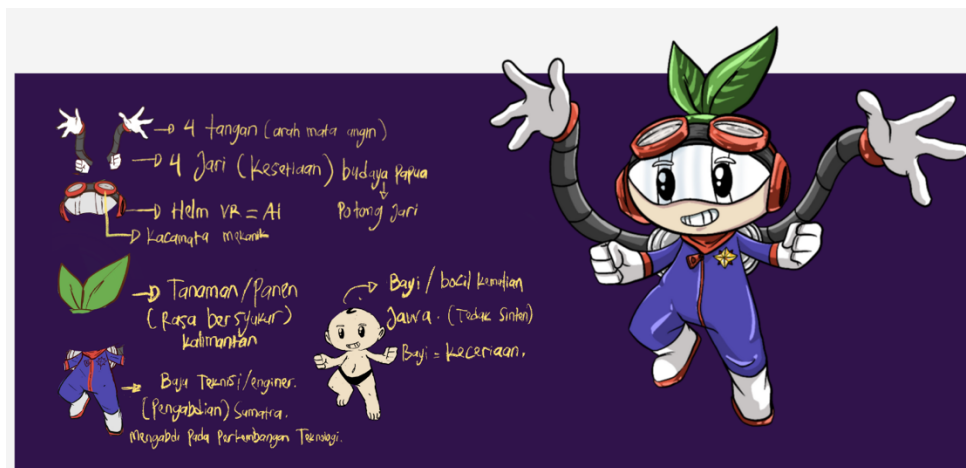
Meskipun memiliki kecerdasan tak terbatas, kelemahan Swen terletak pada emosinya yang terkadang terpengaruh oleh perasaan terlalu bertanggung jawab untuk menyelamatkan dunia. Karena kecerdasannya yang luar biasa, Swen sering kali merasa terisolasi, sulit untuk sepenuhnya berhubungan dengan orang lain yang tidak memiliki kemampuan yang sama. Kecenderungannya untuk mengambil terlalu banyak beban juga bisa menyebabkan kelelahan mental, di mana ia merasa terbebani oleh tanggung jawab besar untuk terus menciptakan solusi teknologi yang sempurna.

4.3.4 SWEN breakdown

SWEN merupakan karakter maskot yang dirancang dengan simbolisme yang mendalam, menggabungkan elemen budaya dan teknologi dalam satu kesatuan. Tangan SWEN dengan empat jari melambangkan empat arah mata angin—South (Jawa), West (Sumatra), East (Papua), dan North (Kalimantan)—yang menunjukkan peran SWEN sebagai penjaga harmoni dan keterhubungan antarwilayah. Helm VR yang dikenakan SWEN bukan hanya pelengkap visual, melainkan simbol dari kecerdasan buatan (AI) yang memberikan SWEN kemampuan untuk berpikir secara kritis dan memecahkan masalah global dengan inovasi

teknologi. Kacamata mekanik di wajah SWEN menekankan perannya sebagai pengamat canggih yang mampu memindai dan menganalisis dunia di sekitarnya dengan presisi.

Di bagian kepala, sehelai daun yang tumbuh melambangkan penghormatan terhadap alam, khususnya dari Kalimantan, yang dikenal dengan kekayaan alam dan tradisi syukur terhadap hasil panen. Ini mengaitkan SWEN dengan nilai keberlanjutan dan kepedulian lingkungan. Pakaian teknisi atau engineer yang dikenakannya menunjukkan pengabdian SWEN terhadap perkembangan teknologi dan peran aktifnya dalam membangun masa depan yang lebih baik. Meskipun dilengkapi dengan kecerdasan luar biasa, Swen tetap terlihat seperti anak kecil yang ceria, mencerminkan semangat muda, antusiasme, dan optimisme untuk masa depan. Melalui semua atribut ini, SWEN hadir sebagai simbol kemajuan, inovasi, dan rasa syukur yang seimbang dengan semangat anak muda yang penuh harapan.



Gambar 4.2 SWEN Breakdown

4.3.5 Pasca Produksi

SWEN diresmikan sebagai maskot pameran Brawijaya International Design Exhibition (BIDEA). Dalam perannya ini, SWEN tidak hanya menjadi wajah pameran, tetapi juga simbol dari visi dan misi acara yang bertujuan untuk menginspirasi, mendidik, dan mendorong kreativitas dalam desain dan teknologi. Karakter SWEN yang futuristik, dengan atribut yang mencerminkan semangat inovasi, berhasil menarik perhatian pengunjung dan menghubungkan mereka dengan tema pameran. Sebagai alat edukasi, SWEN menyampaikan informasi penting tentang teknologi dan keberlanjutan, memberikan wawasan kepada pengunjung mengenai pentingnya inovasi dalam dunia desain. Kehadirannya juga memotivasi generasi muda untuk mengejar karier di bidang desain dan teknologi, serta

menjadi alat promosi yang efektif untuk menarik perhatian media dan publik. Dengan demikian, SWEN diharapkan mampu menciptakan pengalaman berkesan yang mendidik dan menginspirasi bagi semua pengunjung pameran BIDEA, sekaligus mendorong partisipasi aktif dalam perkembangan desain dan teknologi.



Gambar 4.3 SWEN menjadi mascot di Pameran BIDEA

4.3.6 Uji Coba

Setelah proses produksi selesai, proses perancangan sampai pada tahap pascaproduksi. Pada tahapan ini dilakukan uji coba produk kepada masyarakat di MCC Uji coba dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terkait desain karakter setelah masyarakat mengikuti kegiatan rangkaian pameran di BIDEA.



Gambar 4.4 FGD Bedah Karakter SWEN

Peneliti menggunakan skala likert dalam mengolah data hasil kuesioner dengan rincian berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Coba

No	Responden	X1	X2	X3	X4	X5
1	R1	4	4	1	4	4
2	R2	4	4	1	4	4
3	R3	4	3	2	4	4
4	R4	3	4	3	3	4
5	R5	4	3	4	3	4
6	R6	4	4	1	4	4
7	R7	4	3	1	3	4
8	R8	4	4	4	4	3
9	R9	3	4	2	3	3
10	R10	3	1	2	1	2
11	R11	4	4	1	4	4
12	R12	3	4	3	4	4
13	R13	2	3	2	4	3
14	R14	3	4	4	4	3
15	R15	3	4	2	4	4
16	R16	3	4	4	4	4
17	R17	4	4	4	4	3
18	R18	3	4	3	4	3
19	R19	3	4	4	3	4
20	R20	3	4	4	4	4
21	R21	4	4	4	4	4
22	R22	4	4	1	3	4
23	R23	3	3	3	4	3
24	R24	3	4	4	3	4
25	R25	3	4	3	4	4
26	R26	4	3	3	4	3
27	R27	4	4	4	4	4

28	R28	2	4	4	2	3
29	R29	3	4	4	3	4
30	R30	3	4	3	4	4
31	R31	3	4	3	4	3
32	R32	4	3	3	1	4
33	R33	3	3	4	4	4
34	R34	3	3	4	4	4
35	R35	4	3	4	4	4
36	R36	4	3	4	4	4
37	R37	3	3	4	3	3
38	R38	3	3	4	1	3
39	R39	4	3	1	4	4
40	R40	6	4	3	4	3
41	R41	6	4	3	4	4
42	R42	6	1	3	2	4
43	R43	6	3	4	3	4

Data hasil kuesioner tersebut kemudian dianalisis melalui tahapan berikut ini:

- Nilai maksimum dan minimum

$$Y \text{ (Nilai Maksimum)} = 4 \times 43 = 172$$

$$X \text{ (Nilai Minimum)} = 1 \times 43 = 43$$

- Interval

Sesuai dengan rumus interval yang telah ditulis di bab sebelumnya, diketahui bahwa: $1 \text{ (Interval)} = 100/4 = 25$

Interval untuk sikap jawaban adalah 25%, maka rincian interval

Tabel 4.7 Interval Skor

Interval	Keterangan
1% — 25%	Tidak Setuju
26% — 50%	Kurang Setuju
51% — 75%	Setuju
76% — 100%	Sangat Setuju

- Total Skor
 - Pernyataan 1 (+)

Sikap	Skor Likert (Pn)	Jumlah Responden (T)	T x Pn
Sangat setuju	4	19	76
Setuju	3	21	63
Kurang Setuju	2	2	4
Tidak Setuju	1	1	1
Jumlah Skor			144

- Pernyataan 2 (+)

Sikap	Skor Likert (Pn)	Jumlah Responden (T)	T x Pn
Sangat setuju	4	25	100
Setuju	3	17	51
Kurang Setuju	2	0	0
Tidak Setuju	1	1	1
Jumlah Skor			152

- Pernyataan 3 (-)

Sikap	Skor Likert (Pn)	Jumlah Responden (T)	T x Pn
Sangat setuju	1	7	7
Setuju	2	6	12
Kurang Setuju	3	10	30
Tidak Setuju	4	20	80
Jumlah Skor			129

- Pernyataan 4 (+)

Sikap	Skor Likert (Pn)	Jumlah Responden (T)	T x Pn
Sangat setuju	4	29	116
Setuju	3	10	30

Kurang Setuju	2	1	2
Tidak Setuju	1	3	3
Jumlah Skor			151

e. Pernyataan 5 (-)

Sikap	Skor Likert (Pn)	Jumlah Responden (T)	T x Pn
Sangat setuju	4	29	116
Setuju	3	13	39
Kurang Setuju	2	1	2
Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah Skor			157

- Interpretasi Indeks Skor

	X1	X2	X3	X4	X5
Jumlah Skor	144	152	129	151	157
Skor Maksimal	172	172	172	172	172
Indeks ($\frac{Total\ Skor}{Y} \times 100$)	83,72%	88,37%	75%	87,79%	91,28%

Berdasarkan tabel interpretasi indeks skor, diketahui bahwa:

- Pada pernyataan 1 masyarakat sangat setuju bahwa penggambaran karakter SWEN mampu memberikan gambaran mengenai tokoh Maskot BIDEA.
- Pada pernyataan 2 masyarakat sangat setuju bahwa pemilihan warna yang digunakan pada karakter sudah tepat.
- Pada pernyataan 3 masyarakat setuju bahwa penggambaran karakter cocok untuk Maskot.
- Pada pernyataan 4 masyarakat sangat setuju bahwa masyarakat tertarik mempelajari Desain Maskot setelah melihat penggambaran karakter sehingga mengetahui tujuannya.
- Pada pernyataan 5 masyarakat sangat setuju bahwa karakter dalam Maskot BIDEA cocok dijadikan sebagai identitas Maskot.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil mengembangkan pendekatan Manga Matrix dalam perancangan visualisasi karakter maskot untuk Project Integrated International Exhibition Indonesia-Japan. Melalui metode ini, karakter maskot yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu merepresentasikan nilai-nilai budaya dan inovasi dari kedua negara. Hasilnya menunjukkan bahwa karakter yang dirancang dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengunjung selama pameran. Dengan menerapkan standar identitas maskot yang jelas dan terintegrasi, penelitian ini juga memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan pengalaman pameran yang lebih menarik dan edukatif. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perancangan karakter maskot yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang budaya, konteks pameran, dan kebutuhan audiens. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, maskot yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai simbol acara tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara penyelenggara dan pengunjung.

5.2 Saran

Metode Manga Matrix dapat diterapkan pada proyek-proyek desain karakter lainnya dalam konteks pameran maupun di industri kreatif. Keterlibatan berbagai stakeholder, seperti seniman dan masyarakat, dalam proses perancangan karakter juga sangat dianjurkan untuk meningkatkan keberagaman perspektif dan menghasilkan desain yang lebih inklusif. Selain itu, pengembangan cerita di balik karakter maskot sebaiknya menjadi fokus utama dalam proyek mendatang, karena narasi yang kuat dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengunjung. Penting juga untuk melakukan evaluasi dan mengumpulkan umpan balik dari pengunjung mengenai maskot dan desain yang digunakan selama dan setelah pameran, sehingga data ini dapat digunakan untuk perbaikan di masa depan. Terakhir, mengadakan program pendidikan dan pelatihan bagi desainer karakter dan penyelenggara pameran mengenai pentingnya desain maskot yang efektif serta penerapan metode desain yang inovatif sangatlah dianjurkan. Dengan mengikuti saran-saran tersebut, diharapkan karakter maskot yang dirancang dapat memberikan dampak yang lebih signifikan dalam konteks pameran dan meningkatkan kesadaran budaya di kalangan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Allison, A. (2000). *Permitted and Prohibited Desires: Mothers, Comics, and Censorship in Japan*. University of California Press.
- Condry, I. (2013). *The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story*. Duke University Press.
- Fujimoto, Y. (2019). *Pop Culture in Japan: Contemporary Japanese Popular Culture*. Routledge.
- Gravett, P. (2004). *Manga: Sixty Years of Japanese Comics*. Collins Design.
- Ito, K. (2019). *Tezuka is Dead: Post-Millennial Modernity in Japanese Comics*. Duke University Press.
- Kern, A. (2007). *Manga from the Floating World: Comicbook Culture and the Kibyōshi of Edo Japan*. Harvard University Asia Center.
- Kinsella, S. (2000). *Cuties in Japan*. In *Women, Media, and Consumption in Japan* (pp. 217-242). University of Hawai'i Press.
- Takeuchi, N. (2015). *Manga: A Cultural History*. Bloomsbury Academic.
- MacWilliams, M. W. (2008). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. M.E. Sharpe.
- McCloud, S. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. HarperPerennial.
- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan.
- Otmazgin, N. K., & Suter, R. (2017). *Pop Culture in Asia and Oceania*. ABC-CLIO.
- Poitras, G. (1998). *Anime Essentials: Every Thing a Fan Needs to Know*. Stone Bridge Press.
- Schodt, F. L. (1997). *Manga! Manga!: The World of Japanese Comics*. Kodansha International.
- Steinberg, M. (2012). *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. University of Minnesota Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Rekapitulasi Anggaran Penelitian

I. Rekapitulasi Biaya Yang Disetujui

No	Uraian	Jumlah	
		Rupiah	%
1	Honorarium	1,900,000.00	
2	Bahan Habis Pakai	7,000,000.00	
3	Perjalanan Melakukan Penelitian/Pengabdian	300,000.00	
4	Operasional lain	800,000.00	
	Jumlah	10,000,000.00	

II. Rincian Biaya Yang Disetujui

1. Honorarium

No	Bahan	Volume	Biaya Satuan (Rp)	Biaya (Rupiah)
1	Honorarium Character Designer	2	800,000.00	1,600,000.00
2	Honorarium Asisten Peneliti	2	150,000.00	300,000.00
	Jumlah Biaya			1,900,000.00

2. Bahan Habis Pakai

No	Jenis	Volume	Biaya Satuan (Rp)	Biaya (Rupiah)
1	Jurnal Nasional	1 Artikel	1,000,000.00	1,000,000.00
2	Cetak <i>Guide Character</i>	20 pack	100,000.00	2,000,000.00
3	Foam Maskot SWEN	1 Maskot	500,000.00	500,000.00
4	Merchandise	1 Paket	1,200,000.00	1,200,000.00
5	Konsumsi kegiatan	2 kali kegiatan x 40	25,000.00	1,000,000.00
6	ATK	1 paket	1,000,000.00	1,000,000.00
7	Banner	1 paket	300,000.00	300,000.00
	Jumlah Biaya			7,000,000.00

3. Perjalanan

No	Tujuan	Volume	Biaya Satuan (Rp)	Biaya (Rupiah)
1	Biaya transportasi ke lokasi penelitian	2 kali kegiatan	150,000.00	300,000.00
	Jumlah			300,000.00

4. Sewa

No	Uraian Kegiatan	Volume	Biaya Satuan (Rp)	Biaya (Rupiah)
1	Publikasi media massa	1 artikel	400,000.00	400,000.00
2	Sewa jasa pembuatan video kegiatan	1 video	400,000.00	400,000.00
	Jumlah			800,000.00

Lampiran 2. Biodata Ketua Pengusul

CURRICULUM VITAE KETUA PENELITIAN

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Wuri Cahya Handaru, S.ST., M.Ds.
2	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
3	Jabatan Struktural	Kalab Animasi dan Multimedia
4	NIP/ NIK/ Identitas Lainnya	2021119103162001
5	NIDN	0016039106
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Kediri, 16 Maret 1991
7	Alamat Rumah	Perum Griya Nieuw Singhasari Blok K-5
8	Nomor Telepon/Faks/HP	081233158589
9	Alamat Kantor	Fakultas Vokasi Universitas Brawijaya
10	Nomor Telepon/Faks	0341-553240
11	Alamat e-mail	cahyawuri@ub.ac.id
12	Lulusan yang telah dihasilkan	-
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Studio Desain 1
		2. Studio Desain 2
		3. Studio Desain 3
		4. Motion Graphics
		5. UI/UX

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	ITB	ITB
Bidang Ilmu	DKV - Animasi	Magister Desain
Tahun Masuk-Lulus	2012 - 2013	2014 - 2016
Judul Skripsi/ Thesis/ Disertasi	Film Animasi tentang Dampak Acara Televisi bagi Anak	Perancangan Aplikasi “Urban Juara” untuk Mensosialisasikan Kepedulian Pemilahan Sampah di Kota Bandung
Nama Pembimbing/ Promotor	Drs. Indarsjah Tirtawidjaja	Dr. Intan Rizky Mutiaz, M.Ds. Dr-techn. Ary Setijadi Prihatmanto, MT.

C. Pengalaman Penelitian

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2021	Implementasi Augmented Reality Pada Card Game ‘Pahlawan Indonesia’ Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Yang Inovatif dan Edukatif.	DIPA	18.5
2	2021	Aplikasi “Urban Juara” sebagai Inovasi dalam Membangun Efektivitas Bank	Badan Inkubator	60

		Sampah terhadap Manajemen Kebersihan Kota.	Inovasi Wirausaha	
4	2022	Card Game Augmented Reality "Heroic".	DI2B	60
5	2023	Perancangan Custom Type Famil sebagai Penunjang City Branding Kota Malang Menggunakan Pendekatan Vernakular.	DIPA	16
6	2023	Interactive Digital Braille Card Game Augmented Reality 'Heroic: Series Kerajaan Nusantara' Sebagai Upaya Optimasi Activity of Daily Living pada Lingkungan Inklusif.	DIKST	75

D. Pengalaman Pengabdian kepada Masyarakat

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1	2020	Local Going Global: Peningkatan Kualitas Pembelajaran Pendidikan Tinggi Vokasi Melalui Kemitraan Strategis Dengan Industri dan Dunia Kerja dalam Rangka Peningkatan Kompetensi Visual Digital Design berbasis Kearifan Lokal.	MF	700
2	2021	Implementasi Integrated Design Pada Produk Pendidikan Montessori Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pembelajaran Vokasional Berbasis Project Industri Kreatif.	MF	700
3	2021	Pembuatan Video Motion Graphic sebagai Media edukasi pentingnya mengenal Islam sejak dini di TK Salsabillah.	DIPA	17.5
4	2022	Interactive Digital Tourism Augmented Reality "Find Victory" Sebagai Sarana Permainan Edukatif dan Inovatif Pengenalan Hewan dan Lingkungan Pada Tempat Wisata.	MF	300
5	2022	Rekacipta Aplikasi "Naung Ilmu" sebagai Pengembangan Spatial Design dalam Kelas Virtual untuk Membentuk Ekosistem Pembelajaran Jarak Jauh.	MF	218
6	2022	Peningkatan Daya Saing BUMDes melalui Digitalisasi Marketing	Doktor Mengabdi	45
7	2022	Optimalisasi Koperasi Pegawai Republik Indonesia dengan Adopsi Teknologi Digital dalam Kegiatan Pemasaran	Doktor Mengabdi	45

8	2022	Desain Model Website Open Data Infografis Sebagai Media Informasi Dalam Membangun Manajemen Badan Inovasi Kewirausahaan Fakultas Vokasi Universitas Brawijaya.	DIPA	20
9	2023	Penguatan Mindset Nilai-nilai Entrepreneurship dan Market Days pada Desa Wisata Serang guna Mendukung Program 1 RT 1 Produk.	Doktor Mengabdikan	75
10	2023	Bank Sampah berbasis Website sebagai bentuk Manajemen Kebersihan pada Desa Sengguruh.	DIPA	12

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Dalam Jurnal

No	Nama	Judul Artikel	Volume	
			Nama Jurnal	Nomor/ Tahun
1	Wuri Cahya Handaru	Infographics Application “Citizen Daily Reporting” - Enabled Participatory Platform for Citizen and Government the case of Bandung Cities.	IEEE 2015 4th International Conference on Interactive Digital Media (ICIDM)	10.1109/IDM.2015.7516340
2	Wuri Cahya Handaru	Visualisasi Karakter dalam Animasi 3D Cerita Rakyat Air Terjun Roro Kuning menggunakan Metode Manga Matrix.	VOK@SINDO	Edisi Volume 11 No. 2 Agustus 2023 ISSN: 2338-5103 E-ISSN: 2527-340x

F. Pengalaman Penyampaian Makalah secara Oral Pada Pertemuan/ Seminar Ilmiah

No.	Nama Perusahaan	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	PPTIK-ITB	Infographics Application “Citizen Daily Reporting” - Enabled Participatory Platform for Citizen and Government the case of Bandung Cities.	ITB, Indonesia
2.	BRAVO	Designing a Motion Comic “Perjalanan Pecil” featuring Kediri’s Signature Sambal Tumpang to Showcase the Culinary Delights of Kediri.	UB, Indonesia

G. Pengalaman Penulisan Buku

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
-----	------------	-------	----------------	----------

1.	Merancang Identitas Visual untuk Pasar Tradisional	2023	106	UB Press E-ISBN 978-623-296-814-1
----	--	------	-----	---

H. Pengalaman Perolehan HKI

No	Judul/ Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1.	Aplikasi “Urban Juara” sebagai Inovasi dalam Membangun Efektivitas Bank Sampah terhadap Manajemen Kebersihan Kota.	2020	Program Komputer	000191011
2.	Sam Idur and Friends	2020	Karya Seni Lukisan	EC00202057912
3.	Aplikasi Card Game Augmented Reality "HEROIC": Seri Kerajaan Nusantara	2022	Program Komputer	EC00202290290
4.	Alur Permainan Card Game Augmented Reality "HEROIC"	2022	Buku Panduan/ Petunjuk	EC00202290293
5.	Seni Gambar Card Game Augmented Reality “HEROIC”	2022	Seni Ilustrasi	EC00202290294
6.	Abstract Of Competitiveness Improvement in BUMDes Through Marketing Digitalization.	2022	Karya Ilmiah	EC00202291771
7.	Find Victory	2022	Program Komputer	EC00202294418
8.	Desain Aplikasi Berbasis Web “Naung Ilmu” untuk Pembelajaran Online Anak Sekolah Dasar.	2022	Program Komputer	EC002022108579
9.	Seni Gambar Card Game Augmented Reality “Heroic: Kerajaan Singhasari”.	2023	Seni Gambar	EC002023129880

I. Penghargaan yang Pernah Diraih

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.	Pembimbing OLIVIA: Juara 1 Creative Poster: Financial Literacy	UNS	2023

2.	Pembimbing OLIVIA: Juara 2 Creative Video: Animasi Pendek	UNS	2023
----	--	-----	------

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Malang, 23 Februari 2024
Pengusul,



Wuri Cahya Handaru, S.ST., M.Ds.

Lampiran 3. Rekam Jejak Pengusul

Screenshot Penelitian dan Publikasi Karya

Publikasi Karya

Pastikan Kategori Kegiatan Sesuai dengan PO BKD 2021
Beberapa kegiatan mungkin tidak muncul di halaman Rekap Kegiatan jika memiliki kategori yang sudah tidak berlaku pada PO BKD 2021. Jika diperlukan, silakan lakukan penyesuaian dan pastikan kegiatan yang ingin Anda klaim memiliki kategori yang diakui pada **PO BKD 2021**.

+ Tambah Tarik Data SINTA

Sinkronisasi terakhir pada Sunday, 25 Feb 2024

No	Judul	Kategori Kegiatan	Jenis Publikasi	Quartile	Tanggal Terbit	Asal Data	Rubrik BKD	Tindakan
1	Merancang Identitas Visual untuk Pasar Tradisional	Hasil penelitian/pemikiran yang dipublikasikan dalam bentuk buku referensi	Buku referensi		12 Desember 2023	SISTER	Kategori Kegiatan sesuai dengan PO BKD 2021	
2	Designing a Motion Comic 'Perjalanan Pecil' Featuring Kediri's Signature Sambal Tumpang to Showcase the Culinary Delights of Kediri City	Hasil penelitian atau hasil pemikiran yang disajikan dalam seminar/simposium/lokakarya, tetapi tidak dimuat dalam prosiding yang dipublikasikan: Internasional	Artikel ilmiah		10 Oktober 2023	SISTER	Kategori Kegiatan sesuai dengan PO BKD 2021	
3	VISUALISASI KARAKTER DALAM ANIMASI 3D	Hasil penelitian/pemikiran			12 Agustus	SISTER	Kategori Kegiatan	

Pusat Bantuan

Universitas Brawijaya

Beranda / Tridharma / Penelitian Pengaturan Keluar

3/3/2024 - 18.12.51

Selamat datang, WURI CAHYA HANDARU
Dosen Program Studi D4 Desain Grafis

Penelitian

Pastikan Kategori Kegiatan Sesuai dengan PO BKD 2021
Beberapa kegiatan mungkin tidak muncul di halaman Rekap Kegiatan jika memiliki kategori yang sudah tidak berlaku pada PO BKD 2021. Jika diperlukan, silakan lakukan penyesuaian dan pastikan kegiatan yang ingin Anda klaim memiliki kategori yang diakui pada **PO BKD 2021**.

+ Tambah

No.	Judul	Bidang Keilmuan	Tahun Pelaksanaan	Lama Kegiatan	Rubrik BKD	Aksi
1	Perancangan Custom Type Family Sebagai Penunjang City Branding Kota Malang Menggunakan Pendekatan Vernakular		2023/2024	1 Tahun	Kategori Kegiatan sesuai dengan PO BKD 2021	

Pusat Bantuan

Lampiran 4. Surat Pernyataan Pengusul

SURAT PERNYATAAN KETUA PENGUSUL

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wuri Cahya Handaru, S.ST., M.Ds.

NIK : 2021119103162001

Tempat, tanggal lahir : Kediri, 16 Maret 1991

Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

Bidang Keahlian : Multimedia dan Komunikasi Visual

Unit Kerja : Fakultas Vokasi Universitas Brawijaya

dengan ini menyatakan bahwa Judul Proposal Penelitian di bawah ini:

“MANGA MATRIX: SEBUAH PENDEKATAN DALAM PERANCANGAN VISUALISASI KARAKTER PADA PROJECT INTEGRATED INTERNATIONAL EXHIBITION INDONESIA-JAPAN SEBAGAI PERWUJUDAN STANDAR IDENTITAS MASCOT” adalah benar **karya saya sendiri atau bukan plagiat hasil karya orang lain dan belum pernah dibiayai oleh Lembaga/sumber dana lain.** Saya siap memenuhi segala ketentuan/peraturan yang berlaku dalam pelaksanaan penelitian dan penyelesaian laporan pertanggung jawaban penggunaan dana penelitian.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas Fakultas Vokasi Universitas Brawijaya. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Wuri Cahya Handaru, S.ST., M.Ds.

NIK 2021119103162001

Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan



Lampiran 6. Luaran

3rd ICASVE

The 3rd ICASVE 2024 – INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCE FOR VOCATIONAL EDUCATION



September 17, 2024

LETTER OF ACCEPTANCE

Dear **Wuri Cahya Handaru**,

On behalf of the committee, we are pleased to confirm that your abstract,

Manga Matrix: an Approach to Designing Character Visualization in the Indonesia-Japan Integrated International Exhibition Project as a Realization of Mascot Identity Standards

has been accepted, with editorial decision:

Accepted for Oral Presentation

at *The 3rd International Conference on Applied Science for Vocational Education*.

Please note that, in order for the abstract to be included in the conference program, presenters are required to complete the registration process and payment.

Your presentation is an important part of the conference, and we are looking forward to meet you at the conference.

Sincerely,

The image shows the ICASVE logo with a handwritten signature in black ink over it. The signature appears to be 'A. Faidlal Rahman'.

Dr. A. Faidlal Rahman, SE.Par., M.Sc., CHE.
Conference chairperson