

PERAN DAN PENGARUH DESAIN GRAFIS DALAM PERANCANGAN MASKOT SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PT COLAR CREATIV INDUSTRI (LIVING)

Safira Andini Maslahah & Pungky Febi Arifianto., S.Sn., M.Sn.

Universitas Pembangunan Nasional, Surabaya, Indonesia 60284

21052010005@student.upnjatim.ac.id

ABSTRACT

In the current digital era, the entertainment, food, service and trade industries are mostly carried out digitally or online, which has a big influence on brands, institutions and agencies. The development of this digital era is also growing more and more rapidly, this is due to the public's desire that everything they do can be achieved concisely and efficiently.

Graphic design has a very important role in mascot design. Mascots are visual characters used to represent a brand, institution, or agency. One of the roles and influences of graphic design in mascot design is to help create a strong and recognizable identity for a brand. Mascot graphic design must reflect the image and values of the brand, institution, and agency it represents and must be consistent with its message and purpose. Mascots must also be designed with good graphic design in order to have visual appeal that can attract the attention of the target audience. Graphic design can help develop a mascot's personality and character. Whether the mascot is friendly, bold, funny, or serious, everything can be reflected through its graphic design. Graphic design should be flexible and adaptable to a variety of media and formats, including digital prints, merchandise, and so on.

Mascot is a brand personification in the form of a certain character with traits and characteristics that represent a particular brand. The mascot design for PT Colar Creativ Industri (Living) is one part of the Colar Living brand identity itself. Apart from being a need for visual identity, it also functions as a communication tool that is able to bridge Colar Living with audience for memorability.

Keywords: mascot, brand, graphic design, Colar Living

ABSTRAK

Dalam era digital seperti saat ini, industri hiburan, makanan, jasa, maupun perdagangan sebagian besar dilakukan secara digital ataupun *online* yang sangat berpengaruh pada suatu *brand*, lembaga maupun instansi. Perkembangan era digital ini juga semakin lama semakin berkembang pesat, hal ini diakibatkan oleh keinginan masyarakat juga agar semua yang dilakukan bisa dicapai dengan ringkas dan efisien.

Dalam mendukung upaya tersebut, diperlukan implementasi sistem promosi yang efektif melalui media sosial, dengan fokus khusus pada desain grafis. Mulai dari perencanaan, perancangan, penetapan tujuan, hingga tahap proses desain. Penerapan desain grafis yang terstruktur menjadi kunci keberhasilan pemasaran produk, terutama bagi brand yang baru seperti Colar Living, sangat tergantung pada peran penting desain grafis dalam platform sosial media, seperti Instagram, yang tidak hanya menyediakan berbagi foto dan video tetapi juga memberikan beragam fitur untuk interaksi kreatif dan dinamis

Maskot ialah personifikasi *brand* dalam wujud karakter tertentu dengan sifat dan ciri khas yang mewakili *brand* tertentu. Perancangan maskot bagi PT Colar Creativ Industri (Living) merupakan salah satu bagian dari *brand identity* Colar Living itu sendiri. Selain sebagai kebutuhan identitas visual, juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang mampu menjembatani Colar Living dengan para audiensnya agar mudah diingat.

Kata Kunci: maskot, *brand*, desain grafis, Colar Living

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat dalam dunia pemasaran dan *branding* menuntut strategi kreatif yang efektif untuk membedakan sebuah perusahaan dari pesaingnya. Identitas visual perusahaan, sebagai elemen kunci dalam komunikasi perusahaan, menjadi semakin penting. Salah satu elemen yang telah menarik perhatian dalam beberapa tahun terakhir adalah penggunaan maskot sebagai representasi visual perusahaan. Penggunaan maskot dalam identitas visual perusahaan memiliki potensi untuk menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan konsumen, meningkatkan pengenalan dan membentuk persepsi positif. Oleh karena itu, peran desain grafis dalam perancangan maskot menjadi esensial untuk mencapai tujuan ini.

Desain grafis tidak hanya sekadar elemen visual, ia merupakan pondasi dari identitas visual yang kuat bagi sebuah *brand*. Dalam era dimana komunikasi visual memegang peran krusial dalam mempengaruhi persepsi dan keterlibatan konsumen, perancangan maskot telah menjadi salah satu elemen yang memegang peranan penting dalam membentuk identitas suatu *brand*. Secara estetis gaya grafis memperindah tampilan pada media komunikasi suatu perusahaan, sedangkan secara fungsional, gaya grafis dapat memperkuat identitas visual. (Listya, 2016)

Dalam konteks ini, peran desain grafis dalam menciptakan maskot yang efektif dan bermakna sangatlah signifikan. Tidak hanya sebagai figur imut atau simbol grafis semata, maskot sebagai bagian dari identitas visual sebuah merek memiliki pengaruh yang dalam terhadap persepsi konsumen. Desain grafis, melalui kecermatan dalam bentuk, warna, ekspresi, dan karakter, memiliki peran utama dalam menghadirkan maskot yang mampu membangun identitas visual yang konsisten dan kuat bagi sebuah merek.

Maskot merupakan suatu wujud personifikasi yang dibuat sebagai representasi identitas organisasi atau produk. Perancangan maskot juga dapat diterapkan pada sebuah event, dengan tujuan sebagai media promosi dan agar citra acara lebih mudah diterima oleh audiens. “DIMAS TI”. Maskot yang kuat dan ikonik dapat memengaruhi branding *brand*, lembaga, maupun instansi secara keseluruhan. Maskot juga dapat berupa wujud hewan, antropomorfik, personifikasi objek, maupun manusia. (Supriadi & Arianti, 2021).

Pengaruh desain grafis dalam perancangan maskot sangat besar, dan seharusnya selaras dengan tujuan, pesan, dan identitas *brand*, lembaga, maupun instansi yang diwakilinya. Maka dari itu, dalam pembuatan maskot perlu memperhatikan desain grafis agar dapat menjadi aset berharga dalam membangun citra PT Colar Creativ Industri (Living) dan dapat berinteraksi dengan audiens dengan efektif. Dalam konteks akademis, memahami peran dan pengaruh desain grafis dalam perancangan maskot sebagai identitas visual suatu merek melibatkan analisis mendalam terkait proses kreatif, psikologi visual, serta dampaknya terhadap interaksi konsumen. Colar Living adalah *brand* divisi dari PT. Colar Creativ Industri yang menjual produk-produk *kitchenware* yang berbahan dasar kayu jati perhutani. Colar Living merupakan brand divisi yang baru berdiri tahun 2023 yang tergolong baru.

Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana desain grafis tidak hanya menciptakan sebuah gambaran visual, tetapi juga membawa makna dan nilai yang mendalam bagi Colar Living melalui maskotnya. Dalam jurnal ini peneliti juga melakukan praktik secara langsung pada Colar Living untuk melakukan *branding* diperlukan adanya pembuatan maskot.

Penelitian ini akan merumuskan aspek-aspek kunci yang menjelaskan peran dan pengaruh desain grafis dalam menciptakan maskot sebagai identitas visual, serta bagaimana

maskot tersebut memengaruhi persepsi, keterlibatan, dan keputusan konsumen terhadap keberadaan Colar Living. Dengan demikian, hal ini menjadi landasan untuk memahami peran desain grafis dalam membentuk citra dan identitas Colar Living melalui maskotnya.

Meskipun penggunaan maskot telah menjadi strategi umum dalam *branding*, belum banyak penelitian yang mendalam mengenai peran dan pengaruh desain grafis dalam perancangan maskot. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh desain grafis pada persepsi konsumen terhadap perusahaan yang menggunakan maskot, menyelidiki dan menganalisis bagaimana peran desain grafis dapat membentuk identitas visual melalui maskot terkhusus Colar Living, untuk menentukan sejauh mana desain grafis berpengaruh dalam perancangan maskot Colar Living sebagai identitas visual, menilai pengaruh desain grafis pada maskot terhadap ikatan emosional dan pengenalan Colar Living serta keterlibatan konsumen.

Penelitian ini didasarkan pada konsep identitas visual Colar Living, peran desain grafis dalam menciptakan citra Colar Living, dan dampak psikologis maskot Colar Living terhadap persepsi konsumen. Landasan konseptual penelitian ini juga didasarkan pada pemahaman bahwa desain grafis pada maskot tidak hanya menjadi elemen dekoratif, tetapi juga memiliki makna mendalam yang dapat berinteraksi dengan audiens. Landasan ini akan memberikan pemahaman konseptual tentang elemen-elemen desain grafis yang memengaruhi persepsi dan respon konsumen terhadap maskot sebagai identitas visual Colar Living.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Dalam rangka mencari tahu peran dan pengaruh desain grafis dalam perancangan maskot PT Colar Creativ Industri (Living), penelitian ini akan mengadopsi pendekatan wawancara melalui pertanyaan kuisisioner sebagai metode penelitian utama. Metode kuisisioner dipilih karena memungkinkan peneliti untuk secara menyeluruh menganalisis fenomena atau permasalahan tertentu dalam konteks nyata, dalam hal ini, desain grafis yang digunakan dalam proses perancangan maskot Colar Living sendiri.

Pertama, peneliti akan mencari tahu siapa responden yang relevan untuk diwawancarai (yaitu warga PT Colar Creativ Industri sendiri, mahasiswa Desain Komunikasi Visual, dan masyarakat umum), dengan melemparkan pertanyaan yang membuat responden mempertimbangkan peran dan pengaruh desain grafis yang relevan dalam perancangan maskot Colar Living.

Berikut adalah daftar pertanyaan dari proses pendekatan penelitian ini :

1. Nama :
2. Umur :
3. Instansi :
4. Sejauh mana anda setuju bahwa peran dan pengaruh desain grafis penting dalam perancangan desain maskot?
5. Menurut anda, apa peran utama desain grafis dalam perancangan suatu maskot?
6. Apakah menurut anda maskot Colar Living sudah sesuai dengan kaidah desain grafis?
7. Apakah maskot Colar Living saat ini dapat dikatakan berhasil menjadi identitas visual Colar Living itu sendiri?

8. Apakah maskot Colar Living berhasil mempresentasikan karakter Colar Living itu sendiri?
9. Apakah maskot Colar Living ini berhasil menarik perhatian anda?
10. Apa yang anda pikirkan ketika melihat maskot Colar Living ini?

Prosedur Penelitian

Pada prosedur penelitian ini, terdapat beberapa tahap dan langkah dalam proses pengumpulan data, langkah-langkah tersebut sebagai berikut :

a. Perumusan Masalah

Prosedur ini dilakukan dengan mencari tahu titik masalah dari peran dan pengaruh desain grafis dalam perancangan sebuah maskot sebagai identitas visual Colar Living. Sehingga, agar banyak masyarakat yang mengenal dan mengetahui *brand* Colar Living itu sendiri.

b. Riset

Pada tahap ini dilakukan untuk menentukan kata kunci yang nantinya dijadikan sebagai pedoman brainstorming alternatif sketsa dari maskot Colar Living. Maka pada tahap ini, yang harus kita lakukan ialah mencari tahu seperti apa karakteristik Colar Living serta seperti apa bentuk dari maskot *brand* lainnya yang sudah terlebih dahulu dibuat. Namun, Maksud dari riset ini bukan untuk meniru/*plagiat* yang sudah mereka buat, namun untuk mencari tahu ciri khas yang biasanya digunakan untuk pembuatan maskot pada suatu identitas visual suatu *brand*.

Riset kali ini, didapatkan karakteristik dari *brand* Colar Living yaitu kayu, colortone dominan coklat, sederhana, unik, dan bersahabat.

c. Identifikasi Variabel Desain

Identifikasi variabel desain dalam penelitian ini ialah untuk mengevaluasi peran dan pengaruh desain grafis dalam perancangan maskot sebagai identitas visual Colar Living yang bermakna.

Berikut ialah beberapa variabel desain yang dapat diidentifikasi :

- Elemen Visual
Variasi elemen visual yang ditemukan dan dapat mempresentasikan karakteristik Colar Living yaitu berupa elemen utama kayu ataupun hewan yang hidup berdampingan dengan kayu.
- Elemen Interaktif
Variasi elemen interaktif yang akan digunakan yaitu sesuatu yang dapat berkaitan ataupun berhubungan dengan kayu dan hewan itu sendiri, seperti elemen daun dan sebagainya.
- Warna Desain
Variasi warna yang digunakan dalam desain maskot Colar Living yaitu palet warna coklat dan hijau.
- Gaya Desain
Gaya desain yang akan kami gunakan yaitu *cartoon* yang sederhana dan unik. Gaya desain *cartoon* dipilih karena dianggap lebih bersahabat dan lebih bisa diterima oleh audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Perancangan Maskot sebagai Identitas Visual Colar Living

a. Proses Briefing dengan Pembimbing Lapangan

Proses pertama yang dilakukan yaitu proses briefing yang diberikan oleh pembimbing lapangan. Tahap ini beliau menjelaskan karakteristik dari Colar Living. Beliau juga meminta saya untuk membuat alternatif sketsa dengan kata kunci kayu jati, dilengkapi dengan hewan yang bisa mempresentasikan kekrabannya dengan kayu jati tersebut. Serta pewarnaannya yang dominan coklat dan dipadukan dengan hijau.

b. Proses Pembuatan Alternatif Sketsa



Gambar 12. Alternatif Sketsa Maskot Colar Living

Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

Setelah proses briefing, maka proses pembuatan sketsa dilakukan. Terdapat 10 alternatif yang sudah digambar dan dibuat seperti humanoid kayu maupun hewan yang hidup berdampingan dengan kayu.

c. Proses Outline



Gambar 13. Outline Maskot Colar Living

Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

Dari 10 alternatif sketsa yang sudah digambar tersebut, pembimbing lapangan memilih gambar kedua untuk dijadikan maskot Colar Living. Setelah terpilih, maka proses penggambaran outline dilakukan. Jika sudah selesai, maka ditunjukkan kembali ke pembimbing lapangan untuk mengkonfirmasi desainnya.

d. Proses Coloring



Gambar 14. Coloring Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

Apabila proses outline telah terkonfirmasi maka lanjut ke proses coloring dengan menambahkan sedikit shadow.

e. Proses Pengembangan Pose & Ekspresi

Terdapat 10 pose dan 10 ekspresi yang digambar sesuai dengan permintaan pembimbing lapangan yaitu sebagai berikut :

- Senyum



Gambar 15. Pose & Ekspresi Senyum Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Senang



Gambar 16. Pose & Ekspresi Senang Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Ketawa



Gambar 17. Pose & Ekspresi Ketawa Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Marah



Gambar 18. Pose & Ekspresi Marah Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Sedih



Gambar 19. Pose & Ekspresi Sedih Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Kaget



Gambar 20. Pose & Ekspresi Kaget Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- *Flat/Datar*



Gambar 21. Pose & Ekspresi *Flat/Datar* Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Kagum



Gambar 22. Pose & Ekspresi Kagum Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Malu



Gambar 23. Pose & Ekspresi Malu Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

- Semangat



Gambar 24. Pose & Ekspresi Semangat Maskot Colar Living
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

Analisis Data

Sebelumnya, sudah diketahui bahwa maskot Colar Living yang digunakan dalam proses pendekatan penelitian sama seperti penjelasan sebelumnya yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Logo Colar Living Saat Ini
Sumber: Dokumen Perusahaan PT Colar Creativ Industri (Living) - (2023)

Data dari jawaban para responden yang didapatkan dari hasil kuisioner yaitu rata-rata dari mereka ialah berumur 20-an tahun yang berasal dari mahasiswa Desain Komunikasi Visual UPN Veteran Jawa Timur serta masyarakat umum. 66% dari mereka beranggapan bahwa desain grafis sangatlah penting terhadap perancangan maskot, yaitu sebagai representasi sebuah *brand*, mengkomunikasikan *brand*, memperkuat *branding* sebuah perusahaan, memengaruhi estetika dan filosofi maskot, menciptakan sesuatu yang melekat pada ingatan audiens, serta memengaruhi warna dan visualisasinya.

Mereka juga beranggapan bahwa maskot yang ada saat ini sudah sesuai dengan kaidah-kaidah desain grafis dan sudah dapat dikatakan berhasil mempresentasikan serta menjadi identitas visual Colar Living sendiri. 88% dari mereka juga mengakui bahwa maskot Colar Living berhasil menarik perhatian mereka karena dianggap unik, lucu, dan membuat mereka tahu bahwa Colar Living menjual barang (*kitchenware*) yang terbuat dari kayu serta ramah lingkungan.

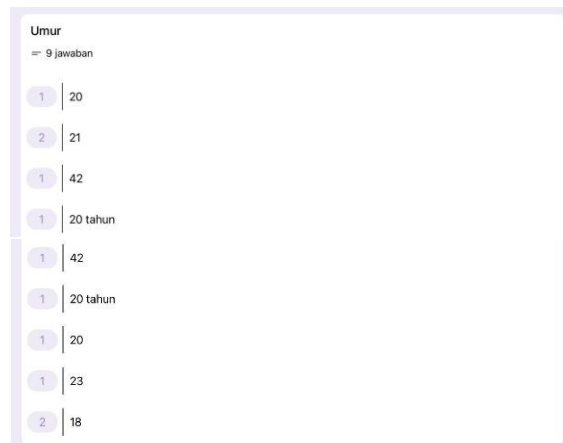
Berikut lampiran bukti dari jawaban para responden seperti yang sudah saya jabarkan diatas :

a) Nama Responden

Nama	
1	Kanaya
1	Karin Jessica
1	Yedistya Aulia Ramadhan
1	Putri Maulida
1	Devan
1	Nisrina Syauci
1	Okta
1	Ghalida Tsurayya
1	Yusniawati Fitroh

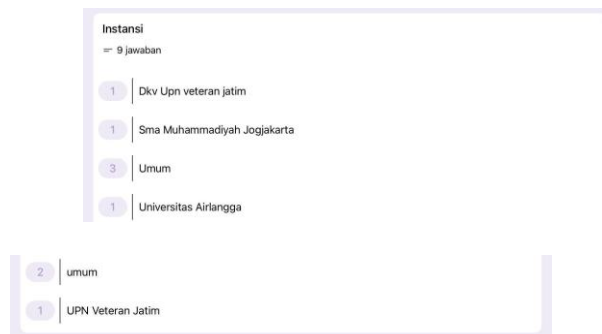
Gambar 2. Data Nama Responden
Sumber: Data Pribadi (2023)

b) *Umur Responden*



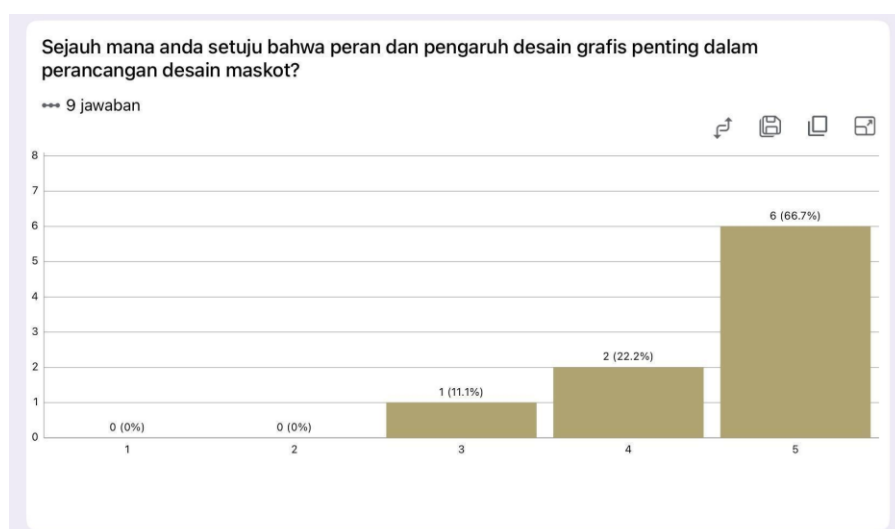
Gambar 3. Data Umur Responden
Sumber: Data Pribadi (2023)

c) *Instansi Responden*



Gambar 4. Data Instansi Responden
Sumber: Data Pribadi (2023)

d) *Pentingnya Desain Grafis dalam Perancangan Maskot*



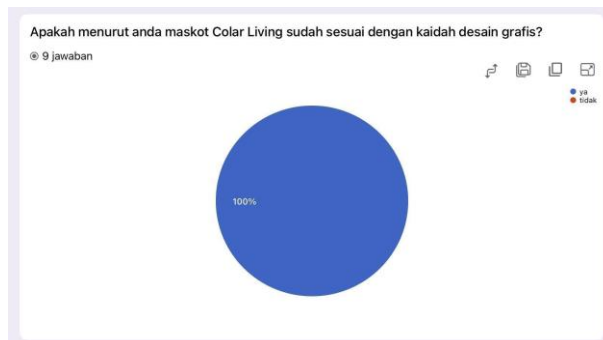
Gambar 5. Data Pendapat Responden Akan Pentingnya Desain Grafis dalam Perancangan Maskot
Sumber: Data Pribadi (2023)

e) *Peran Utama Desain Grafis dalam Perancangan Maskot*



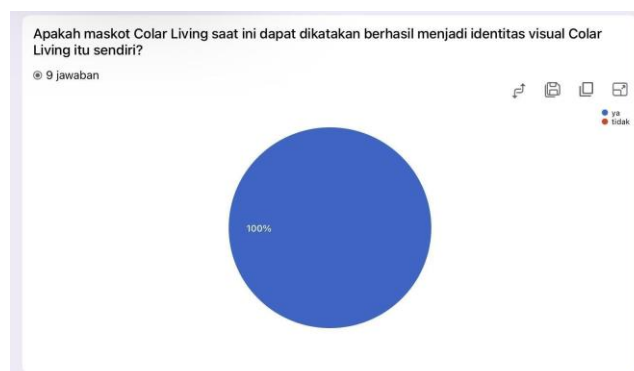
Gambar 6. Data Pendapat Responden Terkait Peran Utama Desain Grafis dalam Perancangan Maskot
Sumber: Data Pribadi (2023)

f) *Kesesuaian Maskot Colar Living dengan Kaidah Desain Grafis*



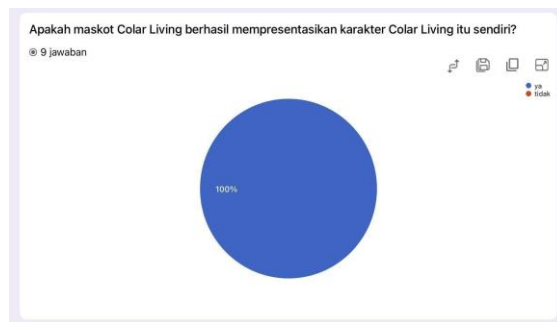
Gambar 7. Data Pendapat Responden Terkait Kesesuaian Maskot Colar Living dengan Kaidah Desain Grafis
Sumber: Data Pribadi (2023)

g) *Keberhasilan Maskot Colar Living dalam Menjadi Identitas Visual*



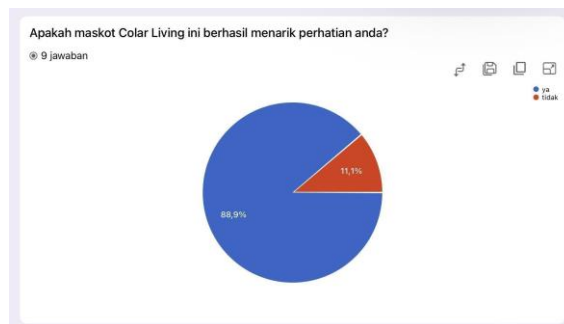
Gambar 8. Data Pendapat Responden Terkait Keberhasilan Maskot Colar Living dalam Menjadi Identitas Visual
Sumber: Data Pribadi (2023)

h) *Keberhasilan Maskot Colar Living dalam Mempresentasikan Colar Living*



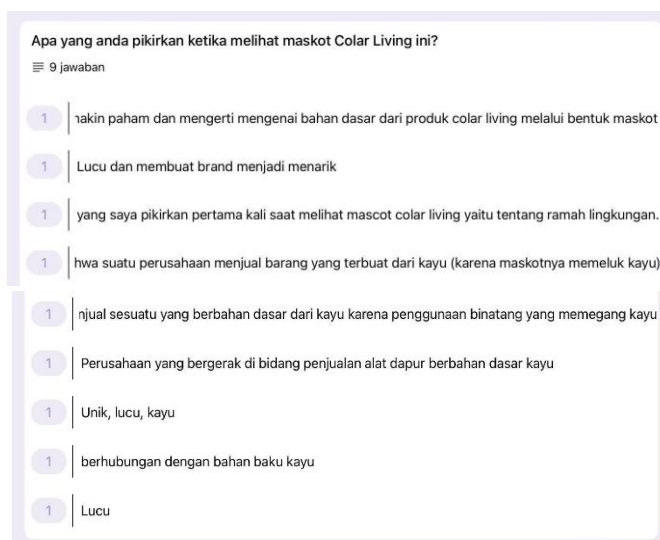
Gambar 9. Data Pendapat Responden Terkait Keberhasilan Maskot Colar Living dalam Menjadi Identitas Visual
Sumber: Data Pribadi (2023)

i) *Keberhasilan Maskot Colar Living dalam Menarik Perhatian Audiens*



Gambar 10. Data Pendapat Responden Terkait Keberhasilan Maskot Colar Living dalam Menarik Perhatian Audiens
Sumber: Data Pribadi (2023)

j) *Pemikiran Audiens ketika Melihat Maskot Colar Living*



Gambar 11. Data Pendapat Responden ketika Melihat Maskot Colar Living
Sumber: Data Pribadi (2023)

PENUTUP

Dalam penelitian ini, kita telah menjelajahi secara mendalam peran dan pengaruh desain grafis dalam perancangan maskot sebagai identitas visual suatu perusahaan khususnya Colar Living. Desain grafis, sebagai elemen kunci dalam penciptaan maskot, ternyata memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek identitas perusahaan Colar Living dan persepsi audiens.

Desain grafis bukan hanya sekadar elemen estetika; namun, ia bertindak sebagai bahasa visual yang mampu menyampaikan nilai-nilai, kepribadian, dan pesan merek kepada konsumen. Maskot yang dirancang dengan cermat tidak hanya menciptakan pengenalan merek yang kuat, tetapi juga dapat membangun ikatan emosional yang mendalam antara merek dan konsumen.

Perancangan maskot dengan desain grafis yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan membedakan merek dari pesaingnya. Konsistensi desain grafis dengan brand guidelines membantu menciptakan kesan dan nilai merek yang konsisten, memperkuat citra merek di mata konsumen.

Ucapan Terimakasih

Pada kesempatan kali ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, arahan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak cukup sulit bagi penulis untuk menyelesaikan jurnal ini, maka dari itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Yth. Bapak Pungky Febi Arifianto., S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama pelaksanaan magang dilakukan.
2. Yth Ibu Masnuna, S.T., M.Sn. selaku koordinator program studi Desain Komunikasi Visual UPN Veteran Jawa Timur.
3. Yth. Bapak Roynald Oktaviano Kalele selaku pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan dan mengarahkan kami selama melakukan kegiatan di lapangan.
4. Yth Bapak Eko Anggi, SM. selaku manager PT Colar Creativ Industri.
5. Orang tua yang terkasih yang selalu mendukung dan mendoakan.
6. Seluruh teman-teman yang telah mendukung dan menemani selama proses penulisan jurnal berlangsung.
7. One Direction yang telah memberikan semangat melalui lagu-lagunya.
8. Diri saya sendiri yang sudah berjuang sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan jurnal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima guna menyempurnakan penulisan selanjutnya. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Itsaini, F. M. (2021, April Jumat). *Pengertian Desain, Fungsi, dan Tujuannya*. detikedu. Retrieved November 20, 2023, from <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5534213/pengertian-desain-fungsi-dan-tujuannya>
- Kurniawan, F. L. (2018). *PERANCANGAN MASKOT KOTA KEDIRI UNTUK MEMPERKUAT IDENTITAS HARMONI KEDIRI*, (RD 141558), 5,7. https://repository.its.ac.id/51348/1/3411100122-Undergraduate_Theses.pdf
- Lauwrentius, S. (2015). *PENCIPTAAN CITY BRANDING MELALUI MASKOT SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN KABUPATEN LUMAJANG*, 1,9. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/4707/1/11420100012-2015-STIKOMSURABAYA.pdf#:~:text=Maskot%20merupakan%20salah%20satu%20elemen,antara%20brand%20dengan%20target%20audiens.>
- Telkom University. (2021). *KAJIAN VISUAL DESAIN KARAKTER "DIMAS-TI"*, 8(1), 65. https://www.researchgate.net/publication/352658142_KAJIAN_VISUAL_DESAIN_KARAKTER_MASKOT_DIMAS-TI/fulltext/60d20e44299bf19b8d9d6d0a/KAJIAN-VISUAL-DESAIN-KARAKTER-MASKOT-DIMAS-TI.pdf?origin=publication_detail
- Universitas Negeri Makassar. (n.d.). *Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain*. 8(1), 65. [10.26858/tanra.v8i1.19917](https://doi.org/10.26858/tanra.v8i1.19917)
- Website Resmi DIMAS-TI. (2021).
Lihat: <https://dimas-ti.id>
- Listya, A. (2016). Bukan Sekadar Hiasan: Gaya Grafis Khas Sebagai Identitas Visual Korporat. *Jurnal Desain*, 3, 107–117. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/593/584
- Supriadi, O. A., & Arianti, A. S. (2021). Kajian Visual Desain Karakter Maskot “Dimas-Ti.” *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8(1), 65. <https://doi.org/10.26858/tanra.v8i1.19917>

Halaman ini sengaja dikosongkan