

ABSTRAK

Kabupaten Simeulue merupakan salah satu daerah kepulauan yang memiliki beragam keindahan alam yang masih terjaga. Keindahan alam ini menjadi aset penting bagi daerah dalam mempromosikan citra daerah yang lebih baik. Keragaman budaya dan bahasa juga menjadi suatu daya tarik yang tidak kalah hebat. Kehidupan masyarakat yang sederhana, bertika, dan memiliki nilai-nilai moral yang tinggi menjadikan Kabupaten Simeulue sebagai salah satu daerah yang spesial. Dalam membangun dan menjaga kelestarian kekayaan alam yang dimiliki perlu adanya suatu bentuk *branding* agar bisa memberikan informasi mengenai Kabupaten Simeulue dengan cara yang lebih modern. Bentuk *branding* yang tepat ialah maskot. Maskot Kabupaten Simeulue yang cocok untuk ditampilkan adalah komoditi yang dimiliki Kabupaten Simeulue, salah satunya adalah lobster. Lobster merupakan komoditi yang dijaga dan dipelihara kearifannya sehingga menjadi satu bentuk promosi untuk citra Kabupaten Simeulue. Untuk merancang maskot yang tepat dalam mempromosikan Kabupaten Simeulue diperlukan data-data yang kuat mengenai pariwisata, budaya, dan juga nilai-nilai yang dimiliki kehidupan masyarakat Kabupaten Simeulue. Dengan adanya komoditi dan mengangkat nilai-nilai budaya, akan menghasilkan suatu *branding* yang mampu memperkenalkan kekayaan alam daerah, budaya, dan nilai-nilai kemasyarakatan yang dimiliki. Metode perancangan maskot untuk merancang maskot sebagai identitas pariwisata Kabupaten Simeulue menggunakan metode *Design Thinking* yang bisa mengumpulkan data, mengolah data, dan menerapkan data itu dalam perancangan sesuai dengan nilai-nilai yang dimiliki Kabupaten Simeulue. *Design Thinking* dibagi dalam 5 tahap yaitu, *emphatize, define, ideate, prototype, dan test*.

Kata Kunci : Kabupaten Simeulue, Pariwisata, Maskot, *Design Thinking*.

ABSTRACT

*Simeulue Regency is an island area that has a variety of natural beauty that is still preserved. This natural beauty is an important asset for the region in promoting a better regional image. Cultural and linguistic diversity is also an attraction that is no less great. The people's lives are simple, ethical and have high moral values, making Simeulue Regency a special area. In developing and preserving the natural wealth we have, we need to have a form of branding so that we can provide information about Simeulue Regency in a more modern way. The right form of branding is a mascot. The Simeulue Regency mascot that is suitable to be displayed is a commodity owned by Simeulue Regency, one of which is lobster. Lobster is a commodity whose wisdom is protected and maintained so that it becomes a form of promotion for the image of Simeulue Regency. To design the right mascot to promote Simeulue Regency, strong data is needed regarding tourism, culture and also the values of the lives of the people of Simeulue Regency. By having commodities and promoting cultural values, it will produce branding that is able to introduce the region's natural wealth, culture and social values. The mascot design method for designing a mascot as a tourism identity for Simeulue Regency uses the Design Thinking method which can collect data, process data, and apply that data in design in accordance with the values of Simeulue Regency. Design Thinking is divided into 5 stages, namely, *emphatize, define, ideate, prototype, and test*.*

Keywords: *Simeulue Regency, Tourism, Mascot, Design Thinking.*

PENDAHULUAN

Salah satu daerah di Indonesia tepatnya di Kabupaten Simeulue Provinsi Aceh, memiliki keunikan dan ciri khasnya sendiri. Sebagai daerah kepulauan, Simeulue memiliki banyak destinasi laut yang masih alami dan diminati para wisatawan. Dengan keindahan alamnya, Kabupaten Simeulue menjadi daerah yang sangat kaya akan wisata lautnya. Nurul Wariyin Erzak, dkk., dalam Jurnal Ilmiah "Strategi Pemerintah Kabupaten Simeulue Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Bahari" (2022), pada tahun 2020 hingga saat ini wisatawan yang berasal luar dari mengalami penurunan (Tempo,2021).

Kabupaten Simeulue masih memiliki banyak destinasi laut yang menjadi andalan wisatanya. Namun, dengan memiliki kekayaan tersebut Kabupaten Simeulue masih belum memiliki maskot sebagai identitas untuk membantu memperkenalkan kelebihan tersebut. Menurut Surianto Rustan (2017:54) pedoman identitas adalah pegangan bagi perusahaan atau entitas apapun, dalam menerapkan konsistensi identitas. Namun selain fungsi tersebut, ia sebetulnya memiliki peran yang lebih mendasar sebagai alat yang memvisualkan citra bersama (seluruh personil) dalam satu entitas yang utuh. Maskot mampu memberikan wajah yang baik guna memperkenalkan kekayaan tersebut. Dengan kekayaan laut itu, Kabupaten Simeulue juga memiliki hasil laut yang banyak. Keragaman hasil laut tersebut juga menjadi bagian dari keunikan Kabupaten Simeulue karena masih terdapat jenis-jenis hewan laut tertentu yang habitatnya masih bisa ditemukan dengan mudah disana. Salah satu jenis hewan laut yang menjadi kebanggaan dan andalan masyarakat Simeulue adalah lobster.

Kabupaten Simeulue masih memiliki banyak destinasi laut yang menjadi andalan wisatanya. Namun, dengan memiliki kekayaan tersebut Kabupaten Simeulue masih belum memiliki maskot sebagai identitas untuk membantu memperkenalkan kelebihan tersebut. Menurut Surianto Rustan (2017:54) pedoman identitas adalah pegangan bagi perusahaan atau entitas apapun, dalam menerapkan konsistensi identitas. Namun selain fungsi tersebut, ia sebetulnya memiliki peran yang lebih mendasar sebagai alat yang memvisualkan citra bersama (seluruh personil) dalam satu entitas yang utuh. Maskot mampu memberikan wajah yang baik guna memperkenalkan kekayaan tersebut. Dengan kekayaan laut itu, Kabupaten Simeulue juga memiliki hasil laut yang banyak. Keragaman hasil laut tersebut juga menjadi bagian dari keunikan Kabupaten Simeulue karena masih terdapat jenis-jenis hewan laut tertentu yang habitatnya masih bisa ditemukan dengan mudah disana. Salah satu

jenis hewan laut yang menjadi kebanggaan dan andalan masyarakat Simeulue adalah lobster.

Kabupaten Simeulue memiliki slogan "*Simeulue Ate Fulawan*" yang artinya Simeulue Berhati Emas. Pada dasarnya Kabupaten Simeulue memang kaya akan hasil alamnya, budayanya, serta keanekaragaman adatnya, sehingga Simeulue disebut berhati emas yang maksud dan tujuannya adalah Simeulue merupakan daerah yang mengutamakan nilai-nilai adat, ramah-tamah, dan juga saling menghargai perbedaan. Dengan ciri khas, kekayaan alam, lobster, laut, dan nilai filosofi yang dijunjung tinggi ini akan menjadi identitas yang kuat.

Menurut Swasty (2016:47) maskot/karakter merupakan tipe khusus dari simbol merek, ada yang mengambil karakteristik manusia atau makhluk hidup lainnya. Karakter merek yang dikenal dengan istilah maskot umumnya diperkenalkan melalui iklan dan memainkan peran dalam kampanye iklan dan desain dari suatu kemasan. Dengan begitu perancangan maskot sebagai identitas pariwisata Kabupaten Simeulue mengambil karakter lobster yang memiliki hati emas dalam memvisualkan identitas Kabupaten Simeulue. Maskot ini mampu merepresentasikan bagaimana karakter dari Kabupaten Simeulue.

METODE PENELITIAN

Design Thinking merupakan metode kolaborasi mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi. Pada penggunaannya, *Design Thinking* tidak hanya berfokus dari pengalaman pengguna (*user*) saja. *Design Thinking* digunakan untuk mencari solusi yang paling efektif dan efisien dalam memecahkan suatu masalah yang kompleks (Ford, 2010). Dalam perancangan maskot pariwisata Simeulue ini, perancang menggunakan metode *Deign Thinking* yang dimana metode ini nantinya akan membantu perancang untuk memecahkan permasalahan yang ada dan memberikan solusi yang tepat untuk merancang identitas visual pariwisata Simeulue. *Design Thinking* menurut *Stanford University – Hasso Plattner Institute of Design* (2010) dibagi menjadi 5 tahap dalam Carrol (2015:60-61) yaitu :

a. *Empathize (Empati)*

Tahap *empathize* merupakan tahap yang utama dalam perancangan maskot pariwisata Simeulue, karena permasalahan yang timbul berpusat pada manusia. Metode ini berupaya untuk memahami masalah pada identitas visual pariwisata Simeulue, supaya perancang dapat memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah tersebut. Pada metode ini, perancang melakukan beberapa cara

dalam pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b. Define (Penerapan)

Define merupakan tahapan proses menganalisis dan memahami hasil yang telah dilakukan pada proses *empathize*. Dalam proses menganalisa dilakukan penyimpulan dan penyaringan wawasan yang didapatkan sehingga dapat berfokus pada permasalahan identitas visual pariwisata Simeulue, dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah dan menjadikannya sebagai *point of view* atau perhatian utama pada perancangan.

c. Ideate (Ide)

Tahapan ide merupakan proses untuk menganalisa ide. Pada tahapan ini, akan terjadinya proses transisi dari rumusan masalah menuju penyelesaian masalah, kemudian akan disebut sebagai konsep perancangan identitas visual pariwisata Simeulue. Pada tahapan ini dilakukan proses pengembangan produk dengan membuat rancangan, sampel, atau model dengan tujuan pengujian konsep atau proses kerja dari produk yang akan dibuat. Tujuan utama dari tahap ini adalah menghasilkan model maskot yang mampu merepresentasikan karakteristik Kabupaten Simeulue. Model maskot ini akan menjadi media promosi yang efektif dalam memperkenalkan potensi yang ada di daerah tersebut kepada masyarakat luas.

d. Prototype (Prototipe)

Tahapan prototipe merupakan tahapan yang akan memperlihatkan hasil dari perkembangan ide perancangan maskot. Pada tahap ini karya telah selesai dibuat dan diujicoba diterapkan di berbagai media, baik itu media online maupun media cetak.

e. Test

Tahapan *test* merupakan tahap dimana karya yang telah menjadi prototipe disampaikan kepada audiens melalui survei kepuasan terhadap karya rancangan maskot. Karya rancangan yang dites mendapatkan respon balik dari masyarakat dan mampu untuk mencapai tujuan dibuatnya rancangan maskot sebagai identitas pariwisata Kabupaten Simeulue.

HASIL DAN PEMBAHASAN

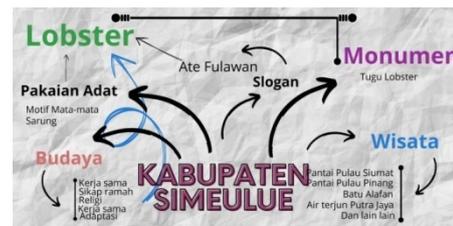
- a. Proses perancangan maskot dimulai pada pengumpulan data dan pengkonsepan ide/gagasan yang dihasilkan melalui data yang dikumpulkan sebagai sumber inspirasi karya maskot yang dirancang. Beberapa unsur yang dimasukkan dalam perancangan karya maskot ini yaitu : Tugu Lobster (sumber inspirasi),

lobster, baju adat Aceh, selempang motif mata-mata, dan sarung.



Gambar 1 : Ide/Gagasan perancangan maskot
Sumber : Rain Nauli, 2023

- b. Hasil dari *brainstorming* yang dilakukan, dievaluasi, dan dipilih beberapa konsep yang tepat untuk diterapkan pada rancangan maskot. Konsep-konsep ini kemudian akan diadaptasi menjadi bentuk-bentuk dan elemen-elemen visual yang sesuai dengan tujuan perancangan. *Brainstorming* yang telah mendapatkan konsep yang tepat akan mempermudah proses selanjutnya dan pengujian lebih lanjut mengenai maskot sebagai identitas pariwisata Simeulue. Dengan adanya *brainstorming*, perancang dapat menggali lebih dalam mengenai bentuk, elemen, warna, dan karakter yang tepat untuk mewakili nilai-nilai yang dimiliki ke dalam



maskot yang dirancang.

Gambar 2 : *Brainstorming*
Sumber : Rain Nauli, 2023

- c. Setelah mendapatkan bentuk dan elemen visual yang dibutuhkan, kemudian masuk pada tahap sketsa untuk mengaplikasikan konsep pada bentuk maskot yang dibutuhkan. Menurut Surianto Rustan (2017:47), untuk menentukan karakteristik bentuk yang sesuai dengan entitasnya, desainer sangat dianjurkan mempelajari hubungan antara bentuk-bentuk dasar dan sifat yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, karakteristik dari bentuk maskot ini menggambarkan bentuk lobster yang di deformasi seperti tubuh manusia dan menggunakan atribut kedaerahan Kabupaten Simeulue untuk menampilkan sifat serta karakter dari masyarakat Kabupaten Simeulue.



Gambar 3 : Sketsa bentuk maskot
Sumber : Rain Nauli, 2023

- d. Setelah mendapatkan bentuk maskot melalui sketsa, kemudian memasuki tahap digitalisasi menggunakan *software* Adobe Illustrator agar memudahkan proses perancangan memasuki tahap pewarnaan dan penentuan media.

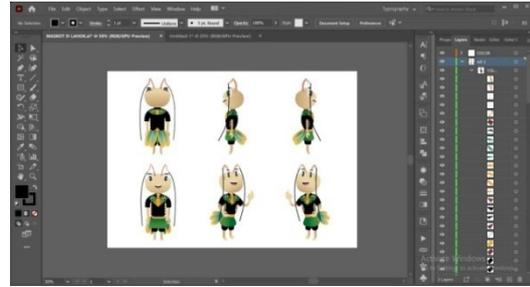


Gambar 4 : Tahap digitalisasi sketsa maskot
Sumber : Rain Nauli, 2023

- e. Setelah sketsa diubah dalam bentuk digital, selanjutnya tahap pewarnaan. Tahapan pewarnaan dilakukan dengan warna yang dapat mengeksplor warna pada budaya dan filosofi Kabupaten Simeulue seperti warna kuning keemasan, hijau, hitam, biru muda, dan merah gelap. Kuning keemasan melambangkan kemurnian dan optimisme, warna hijau melambangkan kemakmuran dan kesejahteraan, warna hitam melambangkan kekuatan dan ketegasan, dan biru muda melambangkan kejujuran dan kepercayaan, serta merah gelap yang melambangkan keberanian dan kegembiraan.



Gambar 5 : Pallet warna
Sumber : Rain Nauli, 2023



Gambar 6 : Penerapan warna pada maskot
Sumber : Rain Nauli, 2023

- f. Tahap selanjutnya pemilihan tipografi pada nama maskot menggunakan 2 jenis tipe font, yaitu *Playlist Script* digunakan untuk penulisan kata Si Lahok, dan font *Raleway* digunakan untuk penulisan kata Ate Fulawan. Perancang menggunakan 2 jenis font untuk penulisan nama maskot Si Lahok Ate Fulawan agar kesan kelembutan dan ketegasan dari maskot dapat direpresentasikan. Perpaduan 2 jenis font ini bertujuan untuk dapat memberikan kesinambungan dan mewakili sifat maskot Si Lahok Ate Fulawan. Penggunaan warna emas pada nama maskot juga menyesuaikan dengan kepribadian maskot Si Lahok Ate Fulawan, yaitu berhati emas.



Gambar 7 : Tipografi nama maskot
Sumber : Rain Nauli, 2023



Gambar 8 : Maskot Si Lahok Ate Fulawan
Sumber : Rain Nauli, 2023

PENUTUP

Perancangan ini merupakan ide dan dan gagasan untuk merancang sebuah identitas terhadap pariwisata Kabupaten Simeulue, dengan itu rancangan ini bertajuk Perancangan Maskot Sebagai Identitas Pariwisata Simeulue. Perancangan ini diharapkan dapat memaksimalkan inovasi dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Simeulue dalam segmentasi pasar. Karakteristik, budaya lokal, serta destinasi wisata alam divisualisasikan melalui karakter maskot. Diharapkan kebutuhan urgensi terhadap perancangan maskot ini dapat direalisasikan dengan maksimal dan sesuai dengan konsep dan ide perancangan. Manfaat yang bisa diambil dapat dirasakan langsung baik secara teroris maupun praktis kepada masyarakat dan pemerintah Kabupaten Simeulue.

Maskot merupakan salah satu media promosi yang mampu menampilkan karakteristik masyarakat Kabupaten Simeulue. Visual yang ditampilkan dikelola berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada pihak-pihak yang ahli pada bidangnya, *brainstorming*, dan juga berbagai strategi dalam membentuk visual yang terinspirasi Tugu Lobster yang ada di Simeulue. Proses simulasi diterapkan pada proses perubahan bentuk lobster menjadi karakter maskot Si Lahok Ate Fulawan. Penambahan unsur budaya juga diterapkan pada maskot Si Lahok Ate Fulawan agar dapat memberikan identitas ke-daerah-an dan

kebudayaan yang ada di Kabupaten Simeulue. Pada perancangan maskot Si Lahok Ate Fulawan, metode yang digunakan adalah metode *design thinking* yang diadaptasi untuk menjadi landasan dalam perancangan. Metode *design thinking* terdiri dari *emphatize, define, ideate, prototype, dan test*.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurul Wariyin Erzak, Mukhrijal, Afrijal. 2022. *Strategi Pemerintah Kabupaten Simeulue Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Bahari*. Universitas Syiah Kuala.
- M.Lahandi Baskoro. Bayyinah Nurul Haq.2020. *Penerapan Metode Design Thinking Pada Mata Kuliah Desain Pengembangan Produk Pangan*. 87. Universitas Trilogi.
- Dimas Kukuh Pradeno, Asep Kadarisman. 2019. *Perancangan Identitas Visual Kawasan Wisata Sumber Karya Indah Tajur Katalumpa Bogor*. 37282-3789.
- Pemerintah Kabupaten Simeulue. simeuluekab.go.id. Diakses 17 Februari 2023. Dari <https://simeuluekab.go.id/>.Tanpa Penulis.
- Rustan, Surianto. (2017). *Mendesain Logo*. (90-91).Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2017). *Mendesain Logo*. (46-47).Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.