

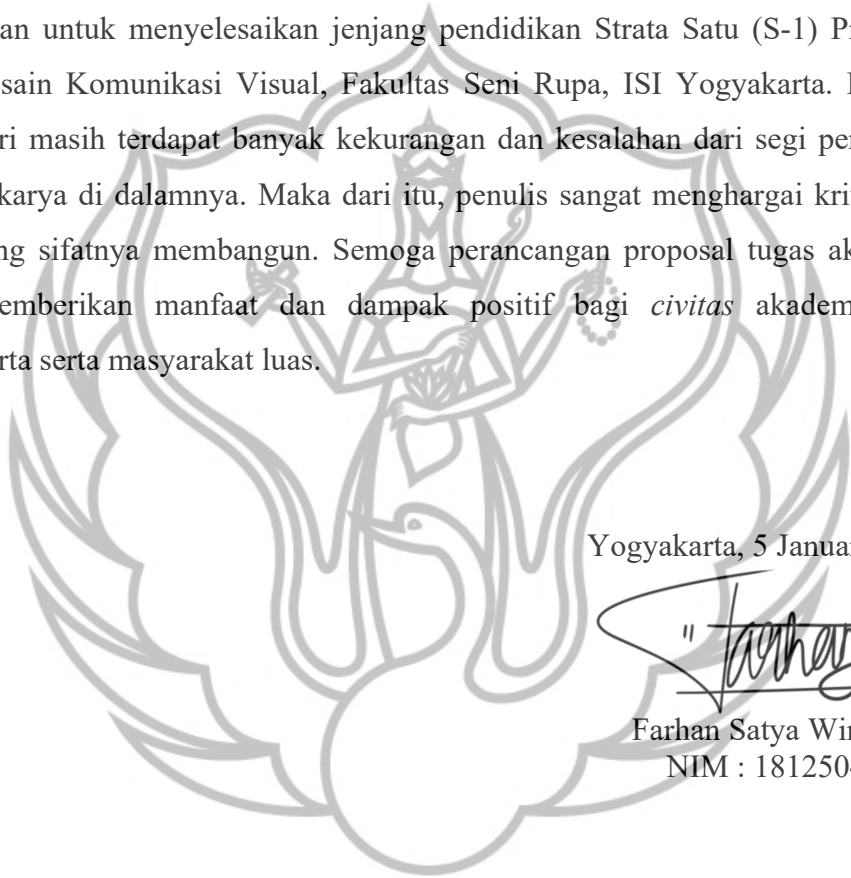
## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Identitas Visual Berupa Maskot serta Implementasinya Sebagai Media Komunikasi dan *Branding* PT Kereta Commuter Indonesia dengan lancar. Selain sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S-1) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dari segi penulisan maupun karya di dalamnya. Maka dari itu, penulis sangat menghargai kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga perancangan proposal tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi *civitas* akademik ISI Yogyakarta serta masyarakat luas.

Yogyakarta, 5 Januari 2023



Farhan Satya Wiryawan  
NIM : 1812504024



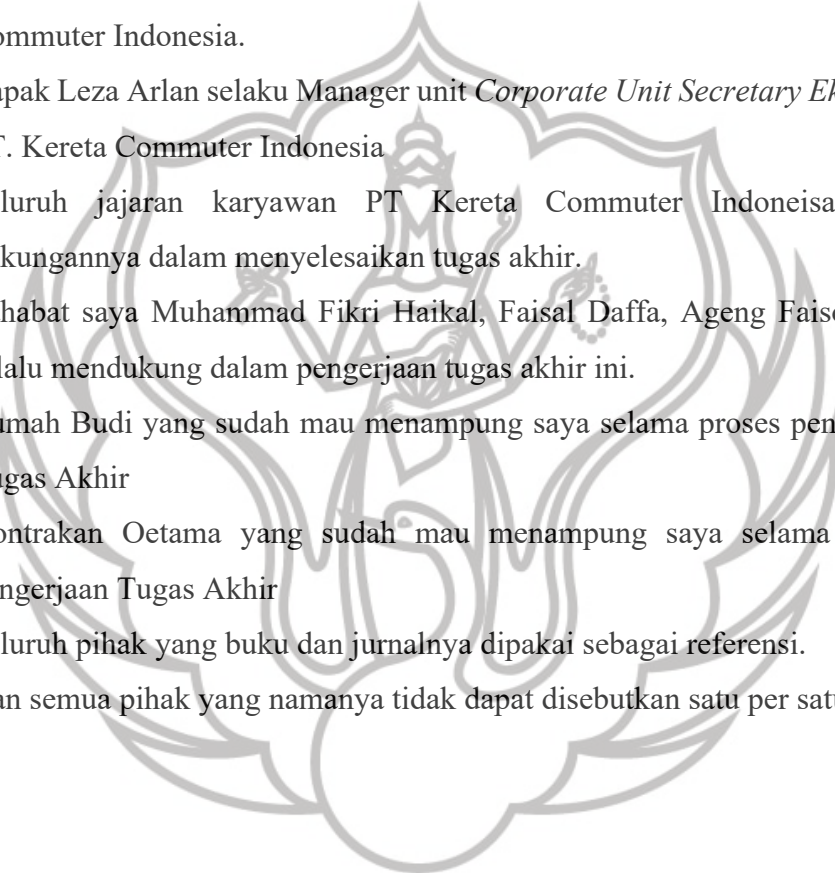
## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kasih sayang-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL BERUPA MASKOT SERTA IMPLEMENTASINYA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN *BRANDING* PT KERETA COMMUTER INDONESIA”.

Tugas akhir ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung. Maka kami ucapkan terima kasih atas keikhlasanmu dalam memberikan kenyamanan dan atas banyak ajaran dan ajaran yang tak ternilai harganya. Dengan rasa hormat dan kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum., Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MT., Ketua Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Daru Tunggal Aji, SS., M.A., Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia.
5. Hesti Rahayu, S.Sn., M.A., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan, saran dan kritiknya selama proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Aditya Utama, S.Sos., M.Sn., Dosen Pembimbing II, yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan, saran dan kritiknya selama proses penyusunan Tugas Akhir.
7. Edi Jatmiko, M.Sn., Dosen Wali atas semua bantuan dan bimbingannya.

8. Seluruh jajaran dosen dan karyawan program studi Desain Komunikasi Visual. Atas semua bimbingan ilmu pengetahuan yang diberikan selama perkuliahan.
9. Kedua orangtua Bapak Agus Dwi Windarto, S.P., dan Ibu Wiwi Widiastuti, S.H., yang dengan penuh kasih sayang, selalu mendukung, dan memotivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Ibu Anne Purba selaku Vice President *Corporate Unit Secretary* PT. Kereta Commuter Indonesia.
11. Bapak Leza Arlan selaku Manager unit *Corporate Unit Secretary Eksternal* PT. Kereta Commuter Indonesia
12. Seluruh jajaran karyawan PT Kereta Commuter Indoneisa. Atas dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir.
13. Sahabat saya Muhammad Fikri Haikal, Faisal Daffa, Ageng Faisol yang selalu mendukung dalam pengerjaan tugas akhir ini.
14. Rumah Budi yang sudah mau menampung saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir
15. Kontrakan Oetama yang sudah mau menampung saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir
16. Seluruh pihak yang buku dan jurnalnya dipakai sebagai referensi.
17. Dan semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.



## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Farhan Satya Wiryawan

NIM : 1812504024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa

Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Identitas Visual Berupa Maskot serta Implementasinya Sebagai Media Komunikasi dan *Branding* PT Kereta Commuter Indonesia. Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan, serta menampilkannya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikannya, serta menampilkannya dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan ISI Yogyakarta dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 5 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Farhan Satya Wiryawan

**ABSTRAK****Perancangan Identitas Visual Berupa Maskot serta Implementasinya  
Sebagai Media Komunikasi dan *Branding* PT Kereta Commuter Indonesia****oleh Farhan Satya Wiryawan**

Dalam sebuah perusahaan, komunikasi dan branding merupakan hal yang penting guna mempromosikan produk dari perusahaan tersebut. Salah satu media komunikasi yang efektif di antaranya adalah maskot. PT KAI Commuter Jabodetabek merupakan anak perusahaan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang didirikan pada tahun 2008. Sejak tahun 2017, PT KAI Commuter Jabodetabek resmi berganti nama menjadi PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI). Pada awalnya, PT KCI hanya mengoperasikan Kereta Rel Listrik (KRL) di wilayah Jabodetabek. Namun, pada tahun 2021, PT KCI diberi tanggung jawab untuk mengoperasikan KA lokal yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia. PT KCI sebelumnya sudah memiliki maskot yang kemudian di non-aktifkan karena hadirnya visi, misi dan budaya baru perusahaan hingga saat ini. Maka dari itu diperlukan pembaruan maskot yang tepat sesuai dengan kebaruan dari perusahaan. Tujuan dari perancangan ini ialah merancang maskot baru PT KCI yang mengikuti perkembangan citra perusahaan serta tepat bagi masyarakat khususnya para pengguna kereta komuter.

Perancang menggunakan metode analisis data SOAR (*Strength, Opportunity, Aspirations, Result*). Stavros, Cooperrider, dan Kelly (2003) mengusulkan metode analisis ini sebagai alternatif analisis SWOT yang diturunkan dari pendekatan *Appreciative Inquiry* (AI) yang dipopulerkan oleh David Cooperrider dalam bukunya yang berjudul *Introduction to Appreciative Inquiry*. Metode ini digunakan untuk memperkuat konsep desain maskot PT KCI. Perancangan ini menghadirkan visual yang mengikuti *trend* masa kini yaitu simpel dan modern, serta menarik dari segi estetika. Karakter superhero yang menjadi inspirasi desain ini dipilih karena dapat mewakili PT Kereta Commuter Indonesia, sebuah perusahaan yang dapat diandalkan bagaikan superhero dan sudah banyak membantu masyarakat dalam mobilitas antar kota.

Kata Kunci: Identitas Visual, *Branding*, Maskot, KAI Commuter.

**ABSTRACT*****Designing a Visual Identity in the Form of a Mascot and Its Implementation as a Communication Media and Branding for PT Kereta Commuter Indonesia*****by Farhan Satya Wiryawan**

*In a company, communication and branding are important to promote the company's products. One of the effective communication media is the mascot. PT KAI Commuter Jabodetabek is a subsidiary of PT Kereta Api Indonesia (Persero) which was founded in 2008. Since 2017, PT KAI Commuter Jabodetabek has officially changed its name to PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI). Initially, PT KCI only operated electric trains (KRL) in the Jabodetabek area. However, in 2021, PT KCI is given the responsibility to operate local trains spread across several provinces in Indonesia. PT KCI previously had a mascot which was later deactivated due to the presence of the company's new vision, mission and culture to date. Therefore, it is necessary to update the right mascot according to the novelty of the company. The purpose of this design is to design a new PT KCI mascot that follows the development of the company's image and is appropriate for the community, especially those who use commuter trains.*

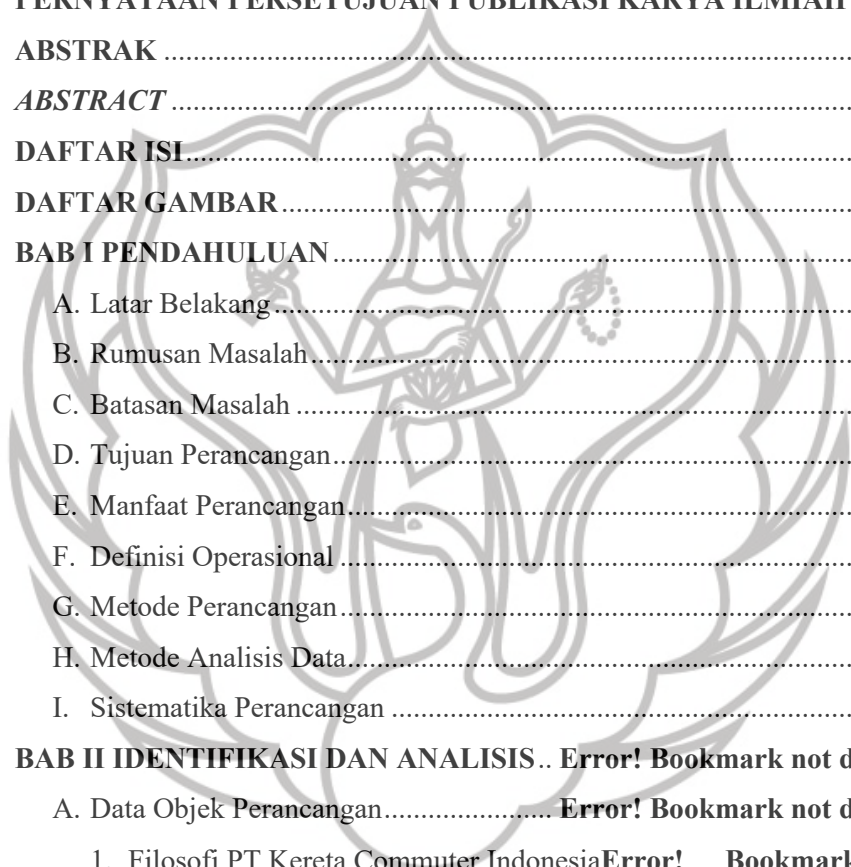
*The designer uses the SOAR (Strength, Opportunity, Aspirations, Result) data analysis method. Stavros, Cooperrider, and Kelly (2003) proposed this analysis method as an alternative to SWOT analysis derived from the Appreciative Inquiry (AI) approach popularized by David Cooperrider in his book entitled Introduction to Appreciative Inquiry. This method is used to strengthen the PT KCI mascot design concept. This design presents visuals that follow current trends, namely simple and modern, as well as attractive in terms of aesthetics. The superhero character that inspired this design was chosen because it can represent PT Kereta Commuter Indonesia, a company that is as reliable as a superhero and has helped the community a lot in inter-city mobility.*

*Keywords : Visual Identity, Branding, Mascot, KAI Commuter.*

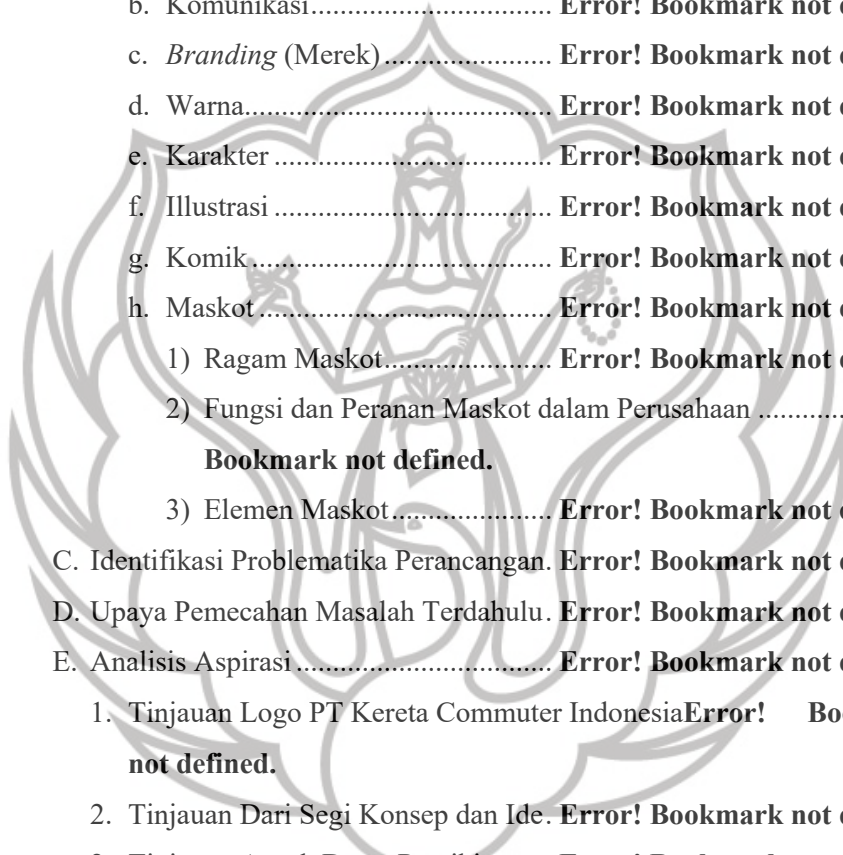
T

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah .....	4
D. Tujuan Perancangan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	4
F. Definisi Operasional .....	5
G. Metode Perancangan.....	6
H. Metode Analisis Data.....	7
I. Sistematika Perancangan .....	9
<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS..</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Data Objek Perancangan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Filosofi PT Kereta Commuter Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
2. Sejarah PT Kereta Commuter Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
3. Informasi Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Cakupan Wilayah Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Karakteristik Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Informasi Pesaing .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1) Tinjauan Aspek Bentuk dan Dimensi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
2) Tinjauan Aspek Ide Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

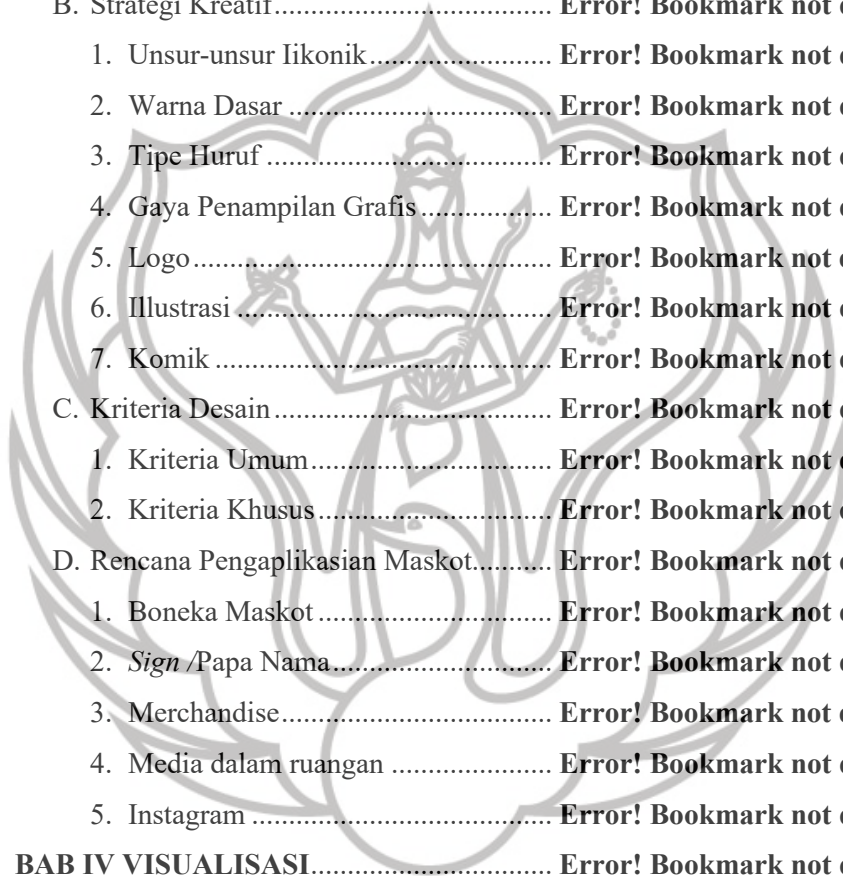


3) Tinjauan Aspek Visual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Presepsi Masyarakat Terhadap Perusahaan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Kajian Literatur.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Kajian Literatur.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
a. Identitas Visual.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
b. Komunikasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
c. <i>Branding</i> (Merek).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
d. Warna.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
e. Karakter .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
f. Ilustrasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
g. Komik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
h. Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1) Ragam Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2) Fungsi dan Peranan Maskot dalam Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
3) Elemen Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Identifikasi Problematika Perancangan.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Upaya Pemecahan Masalah Terdahulu.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Analisis Aspirasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Tinjauan Logo PT Kereta Commuter Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
2. Tinjauan Dari Segi Konsep dan Ide.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Tinjauan Aspek Dasar Pemikiran ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Tinjauan Faktor Eksternal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Tinjauan Fungsi dan Peranan Maskot sebagai Media Komunikasi dan Branding .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Analisis Profil Audiens.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. SOAR.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Analisis Prediksi Dampak Positif Perancangan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>not defined.</b>	
G. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
H. Usulan Pemecahan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

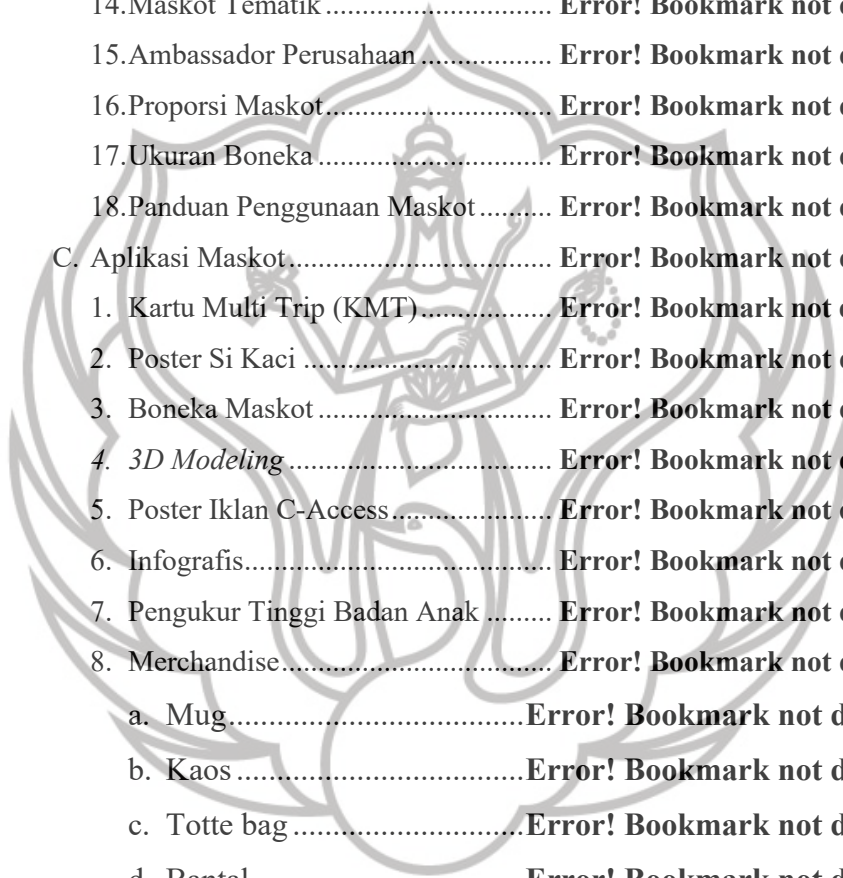




<b>BAB III KONSEP DESAIN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Konsep Kreatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Identitas yang Ingin Ditonjolkan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Citra Visual yang Ingin Ditampilkan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Konsep Media.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Media Utama .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Media Pendukung .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Strategi Kreatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Unsur-unsur Iikonik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Warna Dasar .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Tipe Huruf .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Gaya Penampilan Grafis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Logo.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Ilustrasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Komik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Kriteria Desain .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Kriteria Umum.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Kriteria Khusus.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Rencana Pengaplikasian Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Boneka Maskot .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. <i>Sign</i> /Papa Nama.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Merchandise.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Media dalam ruangan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Instagram .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV VISUALISASI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Penyajian Visual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Data Visual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Nama Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Pengembangan Bentuk Maskot .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sketsa Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Hasil Sketsa Maskot .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Sketsa Logo Maskot .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Hasil Sketsa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Maskot Utama.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Logo Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



7. Penjabaran Bentuk dan Estetika .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
8. Maskot Tampak .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9. <i>Turn Around</i> Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
10. <i>Gesture</i> Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
11. Ekspresi Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
12. Skema Warna.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
13. Pengaplikasian Hitam dan Putih .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
14. Maskot Tematik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
15. Ambassador Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
16. Proporsi Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
17. Ukuran Boneka .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
18. Panduan Penggunaan Maskot .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Aplikasi Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Kartu Multi Trip (KMT).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Poster Si Kaci .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Boneka Maskot .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. <i>3D Modeling</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Poster Iklan C-Access.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6. Infografis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7. Pengukur Tinggi Badan Anak .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
8. Merchandise.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
a. Mug.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
b. Kaos .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
c. Tote bag .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
d. Bantal.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
e. Sticker .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9. Komik .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

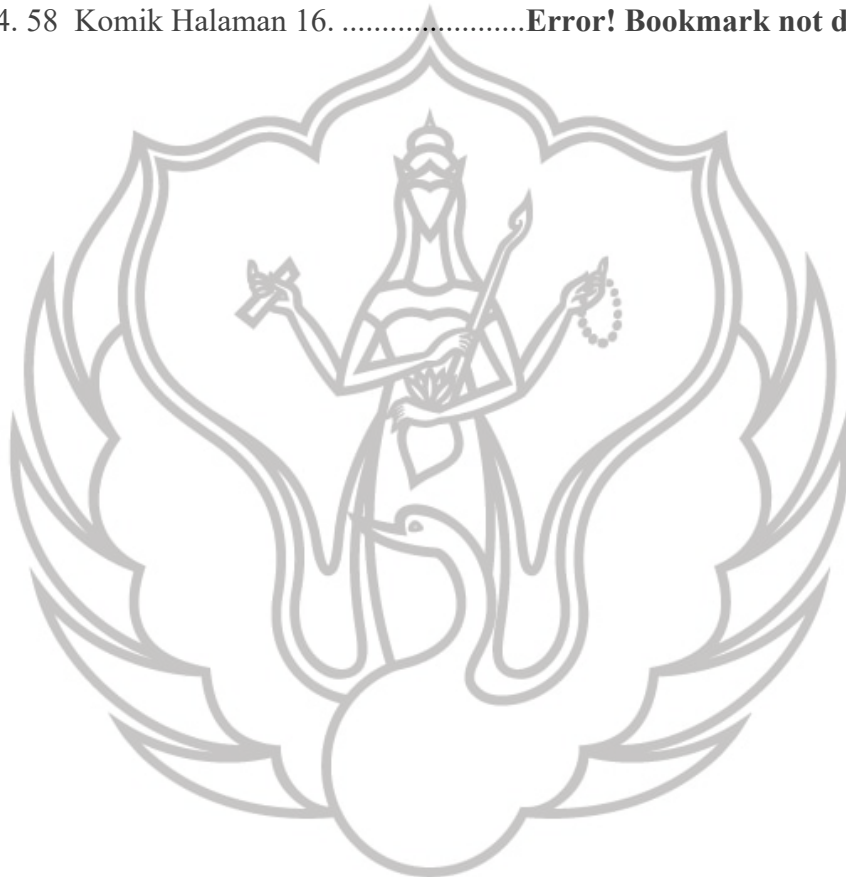


## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2. 1 Kepadatan Penumpang di Stasiun Bogor. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 2 Kepadatan Penumpang di Stasiun Bogor. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 3 KRL Yogyakarta - Solo .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 4 Bus Trans Jakarta .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 5 Kereta MRT.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 6 Boneka Maskot PT. MRT Jakarta.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 7 Boneka Maskot PT. Kereta Api Indonesia (persero).....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 8 Lokomotif CC206 PT Kereta Api Indonesia. ..</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 9Kepala Kereta MRT.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2.10 Maskot PT. MRT Jakarta.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 11 Maskot PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Error!</i>	<b>Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 12 Maskot Ronald McDonald. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 13 Maskot Si Domar. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 14 Maskot Si Cepat. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 15 Maskot Vivo. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 16 Warna RGB dan CMYK.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 17 Contoh pengaplikasian warna dalam maskot.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 18 Maskot C-Karel.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 2. 19 Logo PT Kereta Commuter Indonesia. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 3. 1 Penggunaan Warna.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 3. 2 Font Goldplay.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 3. 3 Font Montserrat .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 3. 4 Contoh Maskot Kartun .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 3. 6 Contoh Ilustrasi Flat.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 3. 7 Contoh Komik.....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 4. 1 Kereta Api .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 4. 2 Superhero. ....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Gambar 4. 3 Logo PT Kereta Commuter Indonesia .....</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Gambar 4. 4 Rel Kereta Api.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 5 Sektsa Maskot. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 6 Hasil Sketsa Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 7 Sketsa Logo Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 8 Hasil Sketsa. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 9 Maskot Utama. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 10 Logo Maskot. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 11 Makna Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 12 Maskot Tampak.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 13 <i>Turn Around</i> Maskot. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 14 Gestur Maskot. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 16 Skema Warna. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 17 Pengaplikasian hitam dan putih.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 18 Maskot Tematik Batik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 19 Maskot Tematik Hari Besar. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 20 Maskot Sebagai <i>Ambassador</i> Perusahaan. ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 21 Ukuran Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 22 Ukuran Boneka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 23 Penerapan Pada Background Hitam Putih. ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 24 Larangan Menghapus dan Menambahkan Outline Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 25 Larangan Memotong Anatomi Maskot. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 26 Larangan Merubah Anatomi Maskot. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 27 Larangan Merubah Warna Maskot..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 28 Kartu Multi Trip. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 29 Poster Maskot 1.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 30 Poster Maskot 2.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 31 Boneka Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 32 <i>3D Modeling</i> Maskot.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 33 Poster Iklan Aplikasi C-Access.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 34 Infografis Cara Naik Commuterline.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 35 Pengukur Tinggi Badan Anak. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 36 Gelas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 37 Kaos.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 38 <i>Totte bag</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 39 Bantal. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 40 Stiker. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 41 Mock Up Buku Komik. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 42 Cover Komik. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 44 Komik Halaman 2. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 45 Komik Halaman 3. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 46 Komik Halaman 4. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 47 Komik Halaman 5. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Gambar 4. 48 Komik Halaman 6. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 49 Komik Halaman 7. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 50 Komik Halaman 8. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 51 Komik Halaman 9. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 52 Komik Halaman 10. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 53 Komik Halaman 11. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 54 Komik Halaman 12. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 55 Komik Halaman 13. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 56 Komik Halaman 14. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 57 Komik Halaman 15. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 58 Komik Halaman 16. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

PT Kereta Commuter Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang beroperasi dengan nama awal PT KAI Commuter Jabodetabek berdasarkan Instruksi Presiden No.5 Tahun 2008 dan Surat Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No.S-653/MBU/2008 tanggal 12 Agustus 2008. KRL Commuterline adalah layanan kereta api listrik yang dioperasikan oleh PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI).

Pembentukan anak perusahaan tersebut merupakan hasil dari keinginan pihak-pihak yang terlibat untuk lebih fokus pada penyelesaian masalah transportasi perkotaan yang semakin kompleks, untuk menawarkan layanan yang berkualitas dan menjadi bagian dari merger.

Hingga saat ini, PT KCI mengelola layanan KRL Commuterline di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) dan pada tahun 2020 PT KCI diberikan tugas untuk mengelola layanan kereta api lokal yang tersebar di wilayah DAOP 2 di Bandung, DAOP 6 di Yogyakarta, dan DAOP 8 di Surabaya. Dalam menjalankan bisnis perkeretaapiannya PT KCI melayani hingga lebih dari satu juta pelanggan setiap harinya. Setiap harinya, penumpang menggunakan jasa kereta komuter untuk pergi beraktivitas antara lain pekerja, pelajar, mahasiswa dan elemen masyarakat lainnya. Selain harganya yang terjangkau, transportasi ini dapat menghemat waktu karena mampu melaju dengan kecepatan 95 km/jam. Oleh karena itu, alat transportasi ini diminati oleh masyarakat karena dianggap efisien.

Di era digital, semua informasi dapat disajikan dalam format digital yang dapat diakses melalui internet. Era digital adalah era dimana informasi dapat diakses dan disebarluaskan dengan mudah dan cepat menggunakan teknologi digital. Teknologi digital adalah teknologi yang membutuhkan koneksi internet dan sistem komputerisasi dalam pengoperasiannya. Program digitalisasi tersebut diterapkan dalam kegiatan perkeretaapian dalam menyampaikan informasinya seputar perusahaan dan produk yang ditawarkan. Terlebih kereta api adalah salah satu transportasi umum yang

sangat sering digunakan oleh masyarakat, sehingga informasi dari PT Kereta Commuter Indonesia sangat diminati oleh para penggunanya. Salah satu bentuk adaptasi PT Kereta Commuter Indonesia terhadap era digital adalah menyediakan informasi perkeretaapian dalam format digital yang dapat diakses melalui internet.

Dalam bisnis perkeretaapian, media informasi merupakan alat PT Kereta Commuter Indonesia untuk menyampaikan informasi secara cepat kepada masyarakat. Informasi yang dikirimkan melalui media lebih cepat dan efisien. Terlebih di era globalisasi yang modern saat ini banyak sekali alat pendukung yang dapat memudahkan masyarakat untuk lebih cepat menangkap dan mengetahui suatu berita. Di era modern seperti saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi dan berita melalui internet yang tersedia di *handphone* kapan saja dan dimana saja.

Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, informasi tersebut dikemas dengan semenarik mungkin, salah satunya dengan menghadirkan maskot untuk menarik perhatian masyarakat penggunanya. PT Kereta Commuter Indonesia mengembangkan strategi *branding* dengan menggunakan maskot sebagai sarana komunikasinya. Maskot merupakan ide dan strategi perusahaan untuk melakukan pemasaran dan sebagai juru bicara dari perusahaan. Peran maskot adalah untuk mempengaruhi konsumen dan mengingat suatu produk dengan serangkaian asosiasi bawah sadar yang berakar pada jiwa merek. (Kent 2003:83-84). Maskot tersebut dinilai efektif untuk menarik perhatian publik yang melihatnya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat..

Maskot adalah karakter yang dibuat untuk mewakili juru bicara perusahaan. Bentuk maskot dapat terinspirasi oleh orang, hewan, atau objek yang dipersonalisasi, selama itu mewakili merek perusahaan dan beresonansi dengan audiens perusahaan. Maskot berfungsi untuk membangun dan memperkuat citra dari perusahaan. Maskot juga digunakan untuk memperkenalkan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Karel adalah maskot PT Kereta Commuter Indonesia yang kepala dan wajahnya terinspirasi dari bentuk bagian depan kereta komuter. Maskot ini

didesain oleh PT Kereta Commuter Indonesia pada tahun 2015. Pada tahun 2018, Karel didesain ulang agar terlihat lebih menarik dan dinamis sebagai hasil pengembangan citra PT Kereta Commuter Indonesia. Pada tahun 2020 maskot Karel dinonaktifkan karena hadirnya visi dan budaya baru perusahaan yang membuat logo perusahaan berganti hingga saat ini. Perubahan logo tersebut merupakan bagian dari rangkaian perubahan korporasi dari berbagai perspektif. Pada tahun 2022, PT Kereta Commuter Indonesia berencana merevitalisasi maskot Karel dengan visual yang berbeda serta dengan visi dan budaya perusahaan yang baru mengikuti perkembangan citra merek dari PT Kereta Commuter Indonesia.

Maka dari itu perancang melakukan *rebranding* pada maskot Si Karel, membuat inovasi dengan cara mendesain ulang dan merancang media yang diperlukan untuk mendukung kegiatan promosi produk dan meningkatkan eksistensinya. Pada perancangan ini menghadirkan visual baru maskot PT Kereta Commuter Indonesia dengan menggunakan pendekatan kartun yang diharapkan dapat menarik perhatian para penggunanya terutama masyarakat pengguna kereta komuter. Perancangan ini menghadirkan visual maskot berkarakter superhero sebagai representasi dari PT KCI yang sudah banyak membantu masyarakat dalam hal mobilitas. Pemilihan karakter superhero di harapkan menjadi kebaruan dari perancangan maskot perusahaan kereta api yang kebanyakan visualnya menggunakan karakter fiksi atau bentuk depan dari kereta api. Karakter suprhero diharapkan dapat mendekatkan perusahaan dengan para penggunanya karena visualnya berbentuk manusia yang humanis serta dapat berinteraksi langsung dengan para audiensnya. Hal tersebut yang menjadi latar belakang dari perancangan ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang identitas visual berupa maskot serta implementasinya sebagai media komunikasi dan *branding* PT Kereta Commuter Indonesia yang tepat bagi masyarakat khususnya para pengguna jasa layanan kereta commuteline?



### C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, batasan lingkup perancangan ini adalah :

1. Merancang maskot dalam bentuk ilustrasi
2. Perancangan maskot PT Kereta Commuter Indonesia ini berfokus pada desain maskot dan media pendukung berupa komik, infografis, iklan dalam ruangan (X-banner, X mini banner), *merchandise* (stiker, *tote bag*, *mug*, *boneka*).
3. Perancangan ini ditujukan untuk audiens yang merupakan masyarakat pengguna jasa layanan commuteline.

### D. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang PT Kereta Commuter Indonesia serta implementasinya sebagai media komunikasi dan *branding* PT Kereta Commuter Indonesia yang tepat bagi masyarakat khususnya para pengguna jasa layanan kereta commuteline.

### E. Manfaat Perancangan

Adapun mafaat perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis maupun secara praktis:

Manfaat teoretis

#### 1. Manfaat Teoritis

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan untuk perancangan maskot melalui sudut pandang desain komunikasi visual yang akan dilakukan setelahnya.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Manfaat Perusahaan

Diharapkan perancangan ini dapat menjadi referensi *rebranding* maskot PT Kereta Commuter Indonesia sesuai visi dan budaya perusahaan yang baru mengikuti perkembangan citra merek PT Kereta Commuter Indonesia serta berguna menjadi salah satu strategi pemasaran melalui media visual agar dapat lebih dikenal masyarakat.

b. Manfaat bagi Mahasiswa

Perancangan ini menambahkan wawasan serta dapat mengembangkan ide mahasiswa dalam merancang desain dan media komunikasi yang menarik dalam suatu perusahaan.

c. Manfaat bagi Instansi

Diharapkan menjadi salah satu perancangan maskot yang bermanfaat sehingga dapat dijadikan sebagai referensi dan acuan bagi para akademisi.

d. Manfaat bagi Media Masa

Diharapkan menjadi salah satu media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan informasi tentang perusahaan.

e. Manfaat bagi Target Audiens

Memberikan wawasan kepada *target audience* tentang PT Kereta Commuter Indonesia.

## F. Definisi Operasional

1. DAOP

DAOP adalah singkatan dari Daerah Operasional. Daerah operasi tersebut merupakan pembagian wilayah pengoperasian kereta api Indonesia di bawah lingkungan PT Kereta Api (Persero). Saat ini terdapat Sembilan daerah operasi yang tersebar di Pulau Jawa meliputi DAOP 1 Jakarta, DAOP 2 Bandung, DAOP 3 Cirebon, DAOP 4 Semarang, DAOP 5 Purwokerto, DAOP 6 Yogyakarta, DAOP 7 Madiun, DAOP 8 Surabaya dan DAOP 9 Jember

2. Identitas Visual

Identitas merupakan cerminan suatu produk atau perusahaan dibandingkan dengan produk atau perusahaan lain. Identitas digunakan untuk identifikasi dan sebagai fitur pembeda satu sama lain. Identitas yang disajikan secara konsisten akan menggambarkan kepada publik bahwa perusahaan secara konsisten profesional. Dari situlah, identitas visual diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan merek dan *brand image* yang positif di benak publik (Rustan 2009:54)

### 3. Media

Media merupakan bentuk tunggal dari kata medium, memiliki artian sebagai perantara atau mediator. Media dapat digunakan untuk berbagai hal yang berkaitan dengan bahan (termasuk alat & teknik) yang digunakan pada karya seni.(Susanto 2011:190)

### 4. Komunikasi

Istilah bahasa Inggris komunikasi yaitu *communication*, berasal dari kata latin *communicatio* dan berasal dari kata *communis* yang artinya sama. Maksudnya adalah makna yang sama. Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai berikut: “*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates).*” (Proses dimana seseorang (komunikator) memancarkan rangsangan (biasanya simbol linguistik) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikator).(Effendy Onong Uchajana 2002:49)

### 5. Branding

*Branding* adalah kegiatan membangun merek. Membuat identitas, termasuk logo, adalah salah satu tugas branding. Branding adalah proses merencanakan, merancang, dan mengkomunikasikan nama dan identitas dengan tujuan membangun atau mempertahankan reputasi yang baik (Anhold 2003:5)

### 4. Maskot

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), maskot adalah orang, binatang atau benda yang diperlakukan sebagai lambang. Tujuan dari lambang ini adalah untuk membawa keberuntungan atau keselamatan.

## G. Metode Perancangan

### 1. Metode pengumpulan data

#### a. Data Primer

##### 1) Observasi

Melakukan observasi atau pengamatan secara langsung di PT Kereta Commuter Indonesia.

2) Wawancara

Mewawancarai narasumber yang merupakan pegawai PT Kereta Commuter Indonesia divisi humas, unit *corporate secretary*.

b. Data Sekunder

1) Dokumentasi

Mengambil beberapa data visual dari PT Kereta Commuter Indonesia yang meliputi tulisan, foto kegiatan wawancara, produksi dan beberapa foto lokasi.

2) Kajian Pustaka

Mencari sumber informasi yang relevan terkait dengan desain depan di media buku, majalah, surat kabar, jurnal dan berbagai sumber termasuk internet.

2. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan untuk menunjang penelitian ini, yaitu :

- a. Laptop & Tablet
- b. Kamera (DSLR)
- c. Handpone

## H. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode analisis SOAR (*Strength, Opportunity, Aspirations, Result*). Stavros, Cooperrider, dan Kelly (2003) mengusulkan metode analisis ini sebagai alternatif analisis SWOT yang diturunkan dari pendekatan *Appreciative Inquiry* (AI) yang dipopulerkan oleh David Cooperrider dalam bukunya yang berjudul *Introduction to Appreciative Inquiry*. Metode ini digunakan untuk mengukur kekuatan, kemampuan, keinginan dan tujuan, kemudian hasil desain maskot.. (Stavros , J., Cooperrider, D., & Kelly 2003)

1. Kekuatan

Kekuatan merupakan kelebihan atau kekhasan dari suatu perusahaan sebagai daya tarik tersendiri yang apabila dapat dimanfaatkan dengan baik akan memiliki peran besar dalam melaksanakan berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan dan dapat mencapai tujuan perusahaan.

2. Peluang

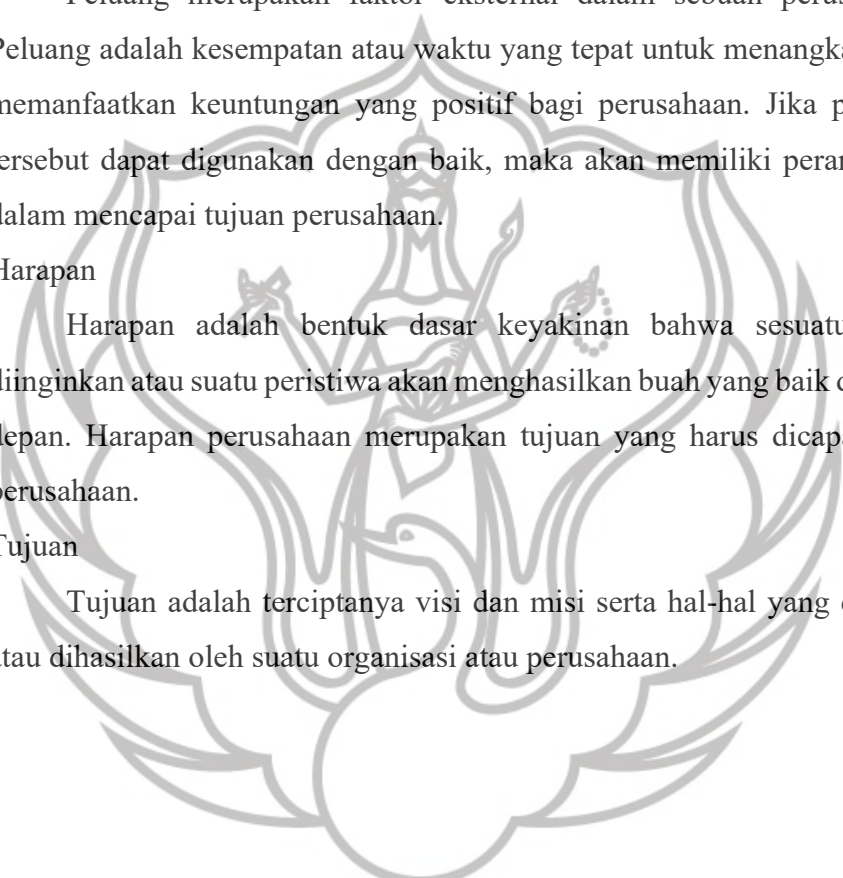
Peluang merupakan faktor eksternal dalam sebuah perusahaan. Peluang adalah kesempatan atau waktu yang tepat untuk menangkap atau memanfaatkan keuntungan yang positif bagi perusahaan. Jika peluang tersebut dapat digunakan dengan baik, maka akan memiliki peran besar dalam mencapai tujuan perusahaan.

3. Harapan

Harapan adalah bentuk dasar keyakinan bahwa sesuatu yang diinginkan atau suatu peristiwa akan menghasilkan buah yang baik di masa depan. Harapan perusahaan merupakan tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan.

4. Tujuan

Tujuan adalah terciptanya visi dan misi serta hal-hal yang dicapai atau dihasilkan oleh suatu organisasi atau perusahaan.



## I. Sistematika Perancangan

