

## 1. LATAR BELAKANG

Salah satu bentuk karakter visual yang dapat mewakili sebuah perusahaan adalah maskot. Menurut Wheeler (2018, p. 82), desain atau merek dari gambar sebuah karakter dapat mewujudkan atribut serta menaikkan nilai jual yang ada. Karakter dengan cepat berubah menjadi kampanye bintang iklan, dan yang terbaik menjadi ikon budaya yang diingat oleh khalayak umum. Karakter adalah kunci keberhasilan dan juga yang membentuk ciri khas suatu perusahaan (Lerman, 2013). Sedangkan Webster (2005), mengatakan bahwa elemen grafis dari desain karakter hanyalah salah satu dari proses membuat sebuah desain.

Maskot menjadi suatu identitas atau ikon sebuah lembaga, perusahaan atau instansi lainnya di semua bidang pekerjaan di dunia. Menurut pencarian daring pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Maskot adalah orang, binatang, atau benda yang diperlakukan oleh suatu kelompok sebagai lambang pembawa keberuntungan atau keselamatan. Maskot-maskot tersebut biasanya terinspirasi dari berbagai hal, seperti hewan, tokoh masyarakat, maupun benda mati. Pembuatan maskot juga tidak lepas dari visi-misi perusahaan.



Gambar 1. ALBI, Maskot PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

(sumber: pencarian nama Albi Alfamart png di pencarian *Google*)

Sebagai contoh adalah PT. Sumber Alfaria Trijaya.Tbk yang mengadopsi visual lebah “Albi” sebagai maskot perusahaan karena lebah menggambarkan hewan yang berkelompok, bekerja keras, bergotong royong, dan melayani yang menjadi prinsip dasar berbisnis perusahaan tersebut.

Perusahaan *Indonesian Legal Study for Cryptocurrency and Blockchain* atau yang biasa disebut dengan nama IndoCryptoLaw adalah sebuah perusahaan edukasi hukum non-profit yang bergerak di bidang pengkajian mengenai hukum, kebijakan aset kripto dan teknologi Blockchain. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2020 ini telah meluncurkan buku pertamanya dengan judul “*Blockchain dan Cryptocurrency Dalam Prespektif Hukum Di Indonesia dan Dunia*” pada tahun yang sama.

Sangat disayangkan, masih banyak masyarakat Indonesia jarang mendengar mengenai keberadaan Perusahaan IndoCryptoLaw, dikarenakan tidak adanya perwakilan visual dengan keunikannya yang dapat melekat di pikiran masyarakat Indonesia. Dikarenakan alasan tersebut, maka penulis merancang desain karakter tokoh untuk maskot perusahaan IndoCryptoLaw agar maskot ini bisa menjadi representasi sesuai dengan visi dan misi perusahaan ini, salah satunya yaitu mengembangkan dan memperluas wawasan mengenai Aset Kripto dan teknologi *Blockchain* di Indonesia.

## **2. STUDI LITERATUR**

### **Teori Maskot**

Desain maskot dapat dikategorikan sebagai cabang dari desain karakter yang berfokus pada komunikasi atau merepresentasikan suatu hal, seperti merek, tempat umum, layanan jasa, dan lainnya. Istilah kata “maskot” berasal dari Bahasa Prancis, “*mascotte*” yang berarti jimat atau keberuntungan (Wiratmo et al., 2021, p. 2). Kemudian, Wiratmo (2021) kembali mengungkapkan, sebelum abad ke-19 istilah ini mengarah kepada benda mati seperti helaian rambut atau patung kayu pada kapal yang sedang berlayar dengan harapan membawa keberuntungan dalam perjalanan.

Kemudian seiring dengan perkembangan zaman, konsep tersebut diadopsi oleh militer dan klub olahraga berupa maskot dengan menggunakan referensi binatang hidup karakter 2 dimensi (kartun). Berdasarkan dari penjelasan di atas, terdapat 2 aspek penting pada desain maskot. Pertama adalah aspek tidak berwujud.