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

Oleh:
Wuri Cahya Handaru
Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Fakultas Vokasi
Universitas Brawijaya
cahyawuri@ub.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pengembangan identitas visual melalui maskot menjadi strategi efektif dalam mendukung branding acara internasional. Penelitian ini berfokus pada perancangan SWEN, maskot untuk pameran BIDEA (Brawijaya International Design Exhibition) di Malang Creative Center (MCC), yang merepresentasikan nilai-nilai inovasi, kreativitas, dan kolaborasi lintas budaya Indonesia-Jepang. Dalam pengembangan maskot ini, diterapkan kerangka teori Manga Matrix oleh Hiroyoshi Tsukamoto, yang mengintegrasikan elemen desain karakter berupa Form Matrix, Costume Matrix, dan Personality Matrix. Selain itu, pendekatan design thinking digunakan untuk memastikan desain berpusat pada kebutuhan pengguna melalui tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Pertama tahap emphatize melibatkan wawancara dengan seniman Manga dan perancang karakter guna menggali nilai-nilai budaya yang ingin ditampilkan. Kedua, adalah tahap define dimana merumuskan masalah secara jelas dan terfokus, berdasarkan wawasan yang diperoleh. Tahap ketiga yaitu ideate dilakukan untuk menghasilkan gagasan awal dan konsep desain. Keempat, prototype visual mascot dikembangkan untuk diimplementasikan sebagai kebutuhan pameran. Kelima, test dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada masyarakat yang hadir pada pameran, designer, dan pecinta manga untuk mendapatkan umpan balik. Selama tiga hari kegiatan pameran BIDEA di MCC, penelitian ini melibatkan partisipasi pengunjung melalui kuesioner berbasis skala Likert 4 untuk mengevaluasi keberhasilan maskot SWEN. Hasil analisis menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden setuju bahwa maskot SWEN berhasil menjadi identitas visual yang efektif dan relevan pada pameran internasional tersebut. Hasil perancangan berupa penerapan maskot pada pameran Internasional Indonesia-Jepang baik melalui media offline ataupun online. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perpaduan teori Manga Matrix dan pendekatan design thinking mampu menghasilkan desain maskot yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai representasi yang kuat. Studi ini memberikan kontribusi pada pengembangan desain karakter untuk kebutuhan branding acara internasional, serta memperkuat peran maskot sebagai alat komunikasi lintas budaya.

Kata Kunci: *Desain Karakter; Identitas Mascot; Manga Matrix; Pameran Internasional.*

ABSTRACT

This research focuses on developing visual identity through a mascot as an effective strategy to support the branding of international events. The study centers around the design of SWEN, the mascot for the Brawijaya International Design Exhibition (BIDEA) at Malang Creative Center (MCC), which represents the values of innovation, creativity, and cross-cultural collaboration between Indonesia and Japan. The development of this mascot applies the Manga Matrix theory framework by Hiroyoshi

Tsukamoto, integrating character design elements such as Form Matrix, Costume Matrix, and Personality Matrix. Additionally, a design thinking approach was used to ensure the design centered on user needs through the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. The first stage, empathize, involved interviews with manga artists and character designers to explore the cultural values to be depicted. The second stage, define, focused on clearly articulating the problem based on the insights gathered. The third stage, ideate, generated initial ideas and design concepts. In the fourth stage, a visual prototype of the mascot was developed for implementation in the exhibition. The fifth stage, test, involved conducting a questionnaire survey among exhibition visitors, designers, and manga enthusiasts to gather feedback. During the three-day BIDEA exhibition at MCC, the study engaged participants through a Likert scale 4-based questionnaire to evaluate the mascot's success. The analysis revealed that over 80% of respondents agreed that the SWEN mascot effectively became a relevant and functional visual identity for the international exhibition. The results of the design were applied in both offline and online media during the Indonesia-Japan international event. The study concludes that combining the Manga Matrix theory and the design thinking approach produced a mascot design that is not only visually appealing but also carries strong representational values. This study contributes to the development of character design for international event branding and reinforces the role of mascots as a tool for cross-cultural communication.

Keywords: *Character Design; Mascot Identity; Manga Matrix; International Exhibition.*

Copyright © 2025 Universitas Mercu Buana. All right reserved

Received: November, 26th 2024 *Revised: April, 25th 2025* *Accepted: April, 30th 2025*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pentingnya identitas visual dalam branding telah diakui secara luas, terutama dalam konteks acara internasional, di mana elemen budaya memainkan peran krusial dalam komunikasi. Salah satu elemen kunci dalam identitas visual adalah maskot, yang berfungsi sebagai simbol universal untuk menjangkau berbagai audiens melintasi batasan bahasa. Keberhasilan sebuah maskot dalam membangun identitas yang kuat dan berkesan sering kali bergantung pada relevansi budayanya dan daya tarik visual yang dimilikinya. Dalam beberapa tahun terakhir, maskot semakin sering digunakan dalam pameran internasional karena organisasi berupaya menciptakan pengalaman yang inklusif dan menarik yang dapat diterima oleh audiens global (Smith & Johnson, 2021; Lee et al., 2022).

Dalam konteks *Brawijaya International Design Exhibition (BIDEA)* yang diselenggarakan di Malang Creative Center (MCC), tantangan muncul dalam mengintegrasikan nilai-nilai budaya Jepang dan Indonesia ke dalam desain maskot. Maskot ini harus mampu merepresentasikan inovasi, kreativitas, dan kolaborasi yang menjadi inti dari acara tersebut, sekaligus menarik perhatian audiens dari kedua negara. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menjawab tantangan ini adalah kerangka Manga Matrix yang dikembangkan oleh Hiroyoshi Tsukamoto. Kerangka ini menyediakan panduan terstruktur untuk desain karakter dengan fokus pada tiga elemen utama: bentuk, kostum, dan

kepribadian (Tsukamoto, 2018). Metode ini telah digunakan secara luas dalam penelitian untuk menghasilkan desain karakter yang relevan secara budaya dan menarik secara visual (Tanaka, 2019; Choi & Park, 2020).

Selain itu, pendekatan *design thinking*, yang menitik beratkan empati dan desain berpusat pada pengguna, juga menjadi alat yang efektif dalam menciptakan produk dan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Proses *design thinking* terdiri dari lima tahap—*empathize, define, ideate, prototype, and test*—dan menyediakan kerangka kerja sistematis untuk menghasilkan solusi inovatif yang relevan dengan ekspektasi pengguna (Brown, 2009; Liedtka, 2018).

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi penerapan kerangka-kerangka tersebut dalam merancang maskot SWEN untuk BIDEA, dengan fokus pada pengembangan identitas visual yang inovatif dan relevan secara budaya bagi audiens internasional.

2. Rumusan Masalah
   a. Bagaimana pendekatan Manga Matrix dapat digunakan untuk merancang maskot yang unik, menarik, dan relevan melalui pameran internasional Indonesia-Japan?
   b. Bagaimana desain maskot SWEN dievaluasi pada pameran internasional Indonesia-Japan melalui tahap *test* dalam design thinking?

3. Orisinalitas

Penelitian ini memperkenalkan pendekatan orisinil terhadap desain maskot untuk acara internasional, khususnya berfokus pada pameran BIDEA, dengan mengintegrasikan kerangka kerja Manga Matrix dan pemikiran desain. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kedua metodologi ini dapat digabungkan untuk menciptakan maskot hibrida budaya yang mewakili nilai-nilai Indonesia dan Jepang, yang berpusat pada inovasi, kreativitas, dan kolaborasi lintas budaya. Orisinalitas dari penelitian ini terletak pada penerapan Manga Matrix yang unik, sebuah kerangka kerja yang secara tradisional digunakan untuk desain karakter dalam manga dan anime, pada pengembangan maskot untuk pameran internasional. Meskipun desain maskot untuk acara-acara dengan budaya tunggal seperti Olimpiade telah banyak dieksplorasi, penelitian ini menggabungkan elemen-elemen dari tradisi desain Indonesia dan Jepang, yang menawarkan perspektif baru tentang integrasi lintas budaya.

Selain itu, penelitian ini memperkenalkan konsep maskot "hibrida budaya", yang memadukan elemen-elemen desain dari kedua budaya dengan cara yang belum sepenuhnya dieksplorasi dalam karya-karya sebelumnya. Dengan menggabungkan Manga Matrix dengan pemikiran desain, penelitian ini menyajikan pendekatan ganda yang menggabungkan desain karakter

terstruktur dengan pengujian yang berpusat pada pengguna. Proses ini memastikan bahwa maskot tidak hanya menarik secara visual tetapi juga beresonansi dengan audiens yang dituju, yang merupakan kontribusi baru dalam desain maskot untuk branding internasional. Proses pengembangan, yang meliputi pembuatan prototipe, pembuatan sketsa, dan pengumpulan umpan balik dari audiens, semakin membedakan penelitian ini dengan mengintegrasikan penelitian budaya dan pemikiran desain, yang menawarkan pendekatan baru dalam pembuatan maskot untuk pameran lintas budaya. Pada akhirnya, keaslian penelitian ini terletak pada penggunaan inovatif dari kerangka kerja ini untuk menciptakan maskot yang relevan secara budaya dan efektif dalam merepresentasikan nilai-nilai dari sebuah acara internasional.

4. Tujuan dan Manfaat

The objectives of this research are:

a. Untuk menerapkan konsep Manga Matrix dalam mendesain maskot yang merefleksikan elemen budaya Indonesia-Japan.
b. Untuk menilai efektivitas desain maskot dalam standar identitas.

Manfaat dari penelitian ini adalah menyediakan kerangka kerja praktis bagi desainer yang tertarik untuk mengembangkan maskot untuk acara internasional, dengan memberikan panduan yang jelas tentang cara menggabungkan elemen budaya, *design thinking*, dan pengembangan karakter.

B. KONSEP PERANCANGAN

1. Kajian Sumber Perancangan

Subjek penelitian ini adalah maskot BIDEA *(Brawijaya International Design Exhibition),* yang bertujuan untuk mengintegrasikan elemen budaya dari Indonesia dan Jepang. Maskot ini dirancang untuk mewujudkan nilai-nilai inovasi, kreativitas, dan kolaborasi lintas budaya. Fokus penelitian mencakup desain karakter, budaya lokal, serta referensi artistik relevan yang terinspirasi oleh tema Indonesia-Jepang. Budaya merupakan aspek penting dari warisan, karena membentuk identitas suatu kelompok atau negara, sehingga penting untuk melestarikan, menjaga, dan memperkenalkan identitas budaya Indonesia (Smith, 2001; Geertz, 1973).

Dalam konteks ini, setiap wilayah atau lokasi biasanya memiliki arah mata angin tertentu yang memengaruhi ekspresi budaya uniknya. Pemilihan subtema dalam proyek ini, yang melibatkan empat budaya berbeda dari arah mata angin yang ditentukan, bertujuan untuk merepresentasikan keragaman warisan budaya yang ada di seluruh Indonesia. Pendekatan ini tidak hanya menyoroti kekayaan budaya yang luas yang tersebar di seluruh negeri, tetapi juga membangun koneksi bermakna dengan tema kolaborasi budaya antara Indonesia dan Jepang (Sahlins, 1993; Kusno, 2000).

2. Landasan Perancangan

Dasar teoretis untuk merancang maskot BIDEA didasarkan pada teori Manga Matrix oleh Hiroyoshi Tsukamoto, yang merupakan kerangka kerja komprehensif untuk desain karakter. Teori ini mencakup tiga matriks utama: *Form* Matrix, yang berfokus pada bentuk dan struktur karakter; *Costume* Matrix, yang berkaitan dengan desain pakaian dan aksesori karakter; dan *Personality* Matrix, yang berhubungan dengan sifat dan perilaku karakter (Tsukamoto, 1997). Dengan menerapkan ketiga matriks ini, desain maskot akan mencerminkan daya tarik estetika sekaligus nilai budaya, serta memastikan karakter tersebut sesuai dengan audiens targetnya.

Selain itu, proses desain mengikuti pendekatan *Design Thinking*, sebuah metodologi yang berpusat pada pengguna dan menekankan empati, ideasi, dan prototipe (Brown, 2009). *Design Thinking* memastikan bahwa maskot tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan secara budaya, dengan mengintegrasikan elemen-elemen yang mencerminkan nilai-nilai unik dari budaya Indonesia dan Jepang. Pendekatan ini memungkinkan desainer untuk mengeksplorasi berbagai perspektif, menyelaraskan fitur maskot dengan tema pameran, dan mengevaluasi efektivitasnya berdasarkan umpan balik dari audiens yang ditargetkan (Brown, 2009; Luchs et al., 2016).

3. Tema

Tema utama dari karya ini adalah *"Designing a Mascot as a Cultural Bridge: The Indonesia-Japan International Exhibition as a Realization of Mascot Identity."* Tema ini mengeksplorasi penggunaan maskot sebagai simbol yang menghubungkan dua budaya yang berbeda-Indonesia dan Jepang-melalui desain.

Ide ini berfokus pada penciptaan maskot yang mewujudkan nilai-nilai budaya kedua negara, yang berfungsi sebagai jembatan di antara keduanya. Maskot ini terinspirasi oleh konsep empat arah mata angin, yang mewakili beragam elemen budaya di seluruh Indonesia, sambil mengintegrasikan aspek simbolisme dan spiritualitas Jepang.

Memasukkan *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses desain menambahkan elemen modern dan interaktif, memadukan simbol budaya tradisional dengan teknologi inovatif, yang selaras dengan tema pameran internasional. Hasilnya adalah sebuah maskot yang tidak hanya mewakili kedua budaya, tetapi juga melibatkan penonton melalui pengalaman yang dinamis dan modern.

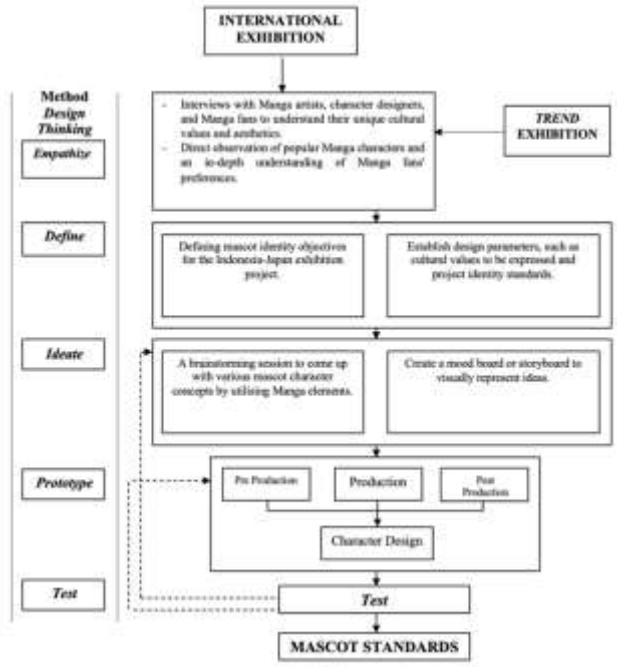
4. Konsep Perwujudan

Desain maskot ini melibatkan pengintegrasian di seluruh platform online dan offline untuk memastikan representasi dan keterlibatan yang konsisten. Secara online, maskot ini akan ditampilkan di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, dalam video promosi, dan konten

situs web interaktif, menggunakan visual yang dinamis dan relevan secara budaya untuk menarik minat penonton. Selain itu, maskot ini juga akan menjadi bagian dari pengalaman virtual, yang akan meningkatkan kehadiran digital pameran. Secara *offline*, maskot akan muncul dalam bentuk materi fisik seperti papan iklan, poster, selebaran, merchandise, dan korespondensi resmi. Pendekatan komprehensif ini memastikan bahwa maskot tersebut berfungsi sebagai simbol pemersatu yang kuat dari kolaborasi budaya antara Indonesia dan Jepang, menciptakan identitas visual yang mulus di berbagai media.

C. METODE PERANCANGAN

Metode *design thinking* untuk pendekatan pengembangan maskot SWEN digunakan untuk mendesain maskot yang secara akurat dan menarik mewakili tema pameran internasional Indonesia-Jepang. Metode ini melibatkan lima tahap utama: *empathize, define, ideate, prototype, and test*. Pembahasan berikut ini akan menguraikan setiap tahap dari proses berpikir desain, seperti yang diilustrasikan dalam diagram yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sistematika Perancangan

1) *Empathize*

Langkah pertama dalam metode *design thinking* adalah memahami kebutuhan, emosi, dan preferensi target audiens. Dalam hal ini, berempati dengan para penggemar Manga dan desainer karakter adalah kunci untuk menciptakan maskot yang sesuai dengan nilai-nilai budaya Indonesia dan Jepang. Hal ini akan dilakukan melalui wawancara dengan seniman Manga, desainer karakter, dan penggemar Manga untuk mengungkap wawasan budaya yang unik, estetika desain, dan preferensi yang dapat mempengaruhi desain maskot. Pengamatan langsung terhadap karakter Manga populer dan memahami hubungan emosional yang dimiliki oleh penggemar Manga dengan karakter favorit mereka. Hal ini akan memberikan wawasan tentang gaya, warna, dan bentuk yang menarik secara visual dan emosional bagi audiens.

2) *Define*

Tahap ini berfokus pada sintesis temuan dari tahap empati dan mendefinisikan tujuan inti dari desain maskot. Mendefinisikan tujuan identitas maskot dengan menetapkan tujuan spesifik yang harus dicapai oleh maskot dalam merepresentasikan pameran Indonesia-Jepang, termasuk relevansi budaya, kreativitas, dan kolaborasi lintas budaya. Menetapkan parameter desain dengan mengidentifikasi nilai-nilai budaya utama yang harus diekspresikan dalam desain maskot, seperti penghormatan terhadap tradisi, inovasi, dan kolaborasi. Selain itu, menetapkan standar identitas untuk memastikan bahwa maskot tetap konsisten dengan branding dan visi pameran.

3) *Ideate*

Pada fase ini, fokusnya adalah untuk menghasilkan berbagai ide potensial dan mengeksplorasi berbagai arah untuk maskot. Sesi brainstorming dengan para desainer untuk membuat beberapa konsep karakter maskot, dengan menggabungkan elemen-elemen Manga seperti ciri khas, desain kostum, dan kepribadian yang mudah dikenali dan signifikan secara budaya. Menciptakan representasi visual dari ide-ide yang mencakup sketsa, skema warna, dan elemen-elemen desain utama. Hal ini membantu mengkomunikasikan visi dan gaya potensial untuk maskot, memastikan bahwa desain mencerminkan tema Indonesia-Jepang.

4) *Prototype*

Tahap ini melibatkan mengubah ide menjadi bentuk nyata dan menguji kelayakannya melalui proses produksi:

- *Pre-production*, menyelesaikan konsep desain maskot, termasuk sketsa terperinci, palet warna, dan atribut karakter yang disempurnakan berdasarkan umpan balik dari tahap ide. Hal ini dapat mencakup pemilihan bahan yang sesuai untuk aplikasi digital dan fisik.
- *Production*, membuat versi digital dari maskot, menggabungkan elemen-elemen desain dan memastikan bahwa maskot tersebut dapat digunakan di berbagai media, seperti platform digital (Instagram, TikTok) dan media fisik (poster, papan iklan). Maskot disempurnakan dan dipoles untuk memenuhi standar branding pameran.
- *Post-production*, Pada tahap pasca-produksi, maskot ini akan dipamerkan di berbagai platform media, baik online maupun offline, sebagai bagian dari upaya promosi pameran BIDEA. Hal ini termasuk menampilkan maskot dalam konten digital seperti unggahan media sosial di Instagram dan TikTok, video promosi, dan situs web. Secara offline, maskot akan ditampilkan di papan iklan, poster, selebaran, dan dimasukkan ke dalam merchandise yang dirancang untuk pameran. Selain

itu, maskot akan didokumentasikan dalam sebuah buku spesimen karakter, yang menyoroti desain dan proses kreatif maskot SWEN. Hal ini akan berfungsi sebagai barang kenang-kenangan untuk pameran dan semakin meningkatkan identitas merek BIDEA.

5) *Test*

Fase terakhir mengevaluasi apakah desain maskot efektif dalam memenuhi tujuan yang dimaksudkan. Menggunakan skala Likert (skala 4 poin) untuk mengumpulkan umpan balik dari audiens target (penggemar manga, pengunjung pameran, dan desainer). Umpan balik akan menilai apakah maskot tersebut sesuai dengan nilai-nilai budaya dan apakah maskot tersebut dapat berfungsi sebagai identitas yang dapat dikenali dan standar untuk desain maskot di masa depan. Umpan balik akan digunakan untuk menyempurnakan dan meningkatkan maskot, memastikan bahwa maskot tersebut diterima dengan baik dan bermakna secara budaya.

D. ULASAN KARYA

1) Konsep Karakter

Maskot untuk penelitian ini diberi nama 'SWEN', yang merupakan singkatan dari Empat Arah Mata Angin: South, West, East, dan North. SWEN dirancang untuk merepresentasikan keragaman budaya dan kekayaan geografis Indonesia, dengan masing-masing arah mata angin yang sesuai dengan wilayah utama di negara ini. 'South' mengacu pada Jawa, yang dikenal sebagai pusat budaya dan ekonomi Indonesia. 'West' mewakili Sumatera, wilayah yang kaya akan sumber daya alam dan memiliki warisan budaya yang kuat. 'East' merujuk pada Papua, wilayah yang dikenal dengan keanekara-gaman hayati dan praktik-praktik budaya yang unik. Sementara itu, 'North' melambangkan Kalimantan, yang terkenal dengan hutan hujan tropisnya dan menjadi bagian penting dari ekosistem penting di Indonesia. Melalui maskot SWEN, penelitian ini tidak hanya menyoroti konsep geografis, tetapi juga melambangkan keterkaitan dan sinergi antara berbagai wilayah di Indonesia, yang mencerminkan semangat kreativitas dan inklusivitas yang ingin diwujudkan dalam penelitian ini.

2) Colour Moodboard

Warna-warna ini dapat diatur pada moodboard untuk menentukan nada untuk desain maskot, memastikan bahwa palet tersebut selaras dengan nilai dan identitas yang diwakili oleh masing-masing daerah.

Gambar 2. *Colour Moodboard*

3) SWEN Mascot Breakdown

SWEN adalah karakter maskot yang dirancang dengan simbolisme yang mendalam, menggabungkan elemen budaya

dan teknologi menjadi satu identitas yang kohesif. Tangan SWEN yang berjari empat melambangkan empat arah mata angin-Selatan (Jawa), Barat (Sumatera), Timur (Papua), dan Utara (Kalimantan)-menyimbolkan peran SWEN sebagai penjaga keharmonisan dan konektivitas antar wilayah. Helm VR yang dikenakan oleh SWEN bukan hanya sekedar aksesori visual, tetapi juga merupakan simbol kecerdasan buatan (AI), yang memberikan SWEN kemampuan untuk berpikir kritis dan memecahkan masalah global melalui inovasi teknologi. Kacamata mekanis di wajah SWEN menekankan perannya sebagai pengamat tingkat lanjut, yang mampu memindai dan menganalisis dunia di sekitarnya dengan presisi.

Di bagian kepala, sehelai daun yang tumbuh melambangkan rasa hormat terhadap alam, terutama dari Kalimantan, yang terkenal dengan kekayaan alam dan tradisi mengucap syukur atas hasil panen. Hal ini mengikat SWEN pada nilai-nilai keberlanjutan dan kepedulian terhadap lingkungan. Pakaian teknisi atau insinyur yang dikenakan oleh SWEN melambangkan dedikasinya terhadap perkembangan teknologi dan peran aktifnya dalam membangun masa depan yang lebih baik. Terlepas dari kecerdasannya yang luar biasa, SWEN tetap mempertahankan penampilan seorang anak kecil yang ceria, yang mencerminkan semangat muda, antusiasme, dan optimisme untuk masa depan. Melalui semua atribut ini, SWEN muncul sebagai simbol kemajuan, inovasi, dan rasa syukur, diimbangi dengan energi penuh harapan dari kaum muda.

Gambar 3. *SWEN Mascot Breakdown*

4) Aplikasi Manga Matrix pada Karakter SWEN:

- *Form Matrix SWEN*

Karakter SWEN memiliki bentuk seperti manusia, namun dengan kombinasi unik pada bentuk matanya. Mata SWEN terinspirasi dari karakter Empu Sindok, yang memadukan bentuk mata wayang peten dan desain alis yang menyerupai mata liyepan, yang melambangkan sifat licik dan kebijaksanaan seorang raja. Informasi detail pada Tabel 1.

Tabel 1. Form Matrix SWEN

Form Table		Human	Doll	Mammals	Poultry	Reptiles	Amphibians	Fish	Insects
Fixed-form	Human	●	●						
Non-fixed form	Dolls								
Mechanical form	Mammals								
Cracked form	Poultry								
Increase/ decrease	Reptiles								
Length/span	Amphibians								
Growth	Fish								
Combination	Insects								

Form Table	SWEN	Referensi Bentuk
Fixed Form SWEN memiliki bentuk tubuh sebagaimana manusia pada umumnya dengan anatomi yang lengkap.		
Combination 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. Elemen alam sering digunakan untuk menunjukkan hubungan karakter dengan lingkungan atau budaya tertentu. Daun di kepala SWEN menambahkan lapisan simbolisme yang menunjukkan keseimbangan antara teknologi dan alam.		

- *Costume Matrix*

Kostum SWEN dibagi menjadi kostum sehari-hari sebagai maskot dan kostum yang mewakili 4 penjuru mata angin di Indonesia, yaitu: Papua, Jawa, Kalimantan, dan Sumatera. Sebagai maskot, SWEN mengenakan pakaian lengkap mulai dari mahkota daun, aksesoris, hingga alas kaki.

Tabel 2. Costume Matrix SWEN

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

Dress-up Table	
Body wear 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.	
Covering 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.	
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 berbagai proyek yang dihadapinya.	
Ornament Di punggung SWEN terdapat tabung yang terhubung ke tangan, berfungsi untuk mempercepat proses kerja dan membantu 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.	
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.	

- *Personality Matrix SWEN*

a) *Special Attribute*, SWEN memiliki kecerdasan yang luar biasa, berkat helm canggih yang terlibat dalam eksperimen kecerdasan buatan yang dilakukan oleh orang tuanya. Dengan kecerdasannya ini, SWEN mampu memecahkan masalah teknologi yang kompleks dan menciptakan solusi inovatif untuk tantangan global. Selain kecerdasannya, SWEN juga memiliki kualitas kepemimpinan yang kuat, berinisiatif untuk mengubah dunia melalui teknologi. Dia memiliki visi besar untuk menghubungkan dunia dan memanfaatkan teknologi untuk kebaikan yang lebih besar bagi umat manusia.

b) *Behavior*, Sebagai karakter yang gigih, SWEN ramah dan berjiwa sosial, selalu berusaha untuk menggunakan kecerdasannya demi kebaikan bersama. Dia memiliki keinginan yang kuat untuk berkolaborasi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya, didorong oleh keinginannya untuk menyatukan teknologi dan kemanusiaan. SWEN juga seorang pemikir strategis yang beradaptasi dengan cepat, selalu menemukan cara untuk memecahkan masalah bahkan dalam situasi yang menantang. Terlepas dari kecerdasannya yang luar biasa, SWEN tetap rendah hati dan menghargai kerja sama 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 helm canggihnya, SWEN bercita-cita untuk menciptakan inovasi yang dapat membantu masyarakat di seluruh dunia, terutama dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur. Selain itu, SWEN memiliki misi untuk menyebarkan pengetahuan teknologi kepada generasi muda agar mereka dapat berkontribusi dalam membentuk masa depan yang lebih baik bagi dunia.

d) *Biological Environment*, SWEN hidup di dunia modern yang sangat terhubung dengan teknologi canggih. Sebagai maskot yang mewakili empat wilayah utama di Indonesia (*South* - Jawa, *West* - Sumatera, *East* - Papua, dan *North* - Kalimantan), SWEN berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang budaya dan ekonomi. Ia dibesarkan dalam keluarga yang digerakkan oleh teknologi, membuatnya terbiasa

dengan inovasi dan eksperimen ilmiah sejak usia muda. Dunia SWEN sangat dinamis, penuh dengan tantangan global yang membutuhkan solusi inovatif, dan dia terus mencari cara untuk menjembatani kesenjangan antara teknologi dan kemanusiaan.

e) *Status*, Sebelum mendapatkan kecerdasannya yang luar biasa, SWEN hanyalah seorang anak biasa dari keluarga yang sangat menyukai teknologi. Namun, setelah kecelakaan yang melibatkan helm kecerdasan buatan, statusnya berubah menjadi ikon dan inovator teknologi yang diakui di seluruh dunia. SWEN dipandang sebagai simbol kemajuan teknologi yang berkelanjutan dan pelopor dalam menjembatani teknologi dengan nilai-nilai kemanusiaan. Statusnya sebagai maskot yang mewakili empat wilayah utama di Indonesia juga memberinya posisi khusus sebagai jembatan budaya dan teknologi.

f) *Weakness*, Terlepas dari kecerdasannya yang 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 merasa terisolasi, berjuang untuk sepenuhnya terhubung dengan orang lain yang tidak memiliki kemampuan yang sama. Kecenderungannya untuk mengambil terlalu banyak tanggung jawab dapat menyebabkan kelelahan mental, di mana ia merasa kewalahan oleh tekanan besar untuk terus menciptakan solusi teknologi yang sempurna.

5) *Post-Production*

SWEN secara resmi diresmikan sebagai maskot Brawijaya *International Design Exhibition* (BIDEA). Dalam perannya sebagai maskot, SWEN tidak hanya menjadi wajah dari pameran, namun juga melambangkan visi dan misi dari pameran yang bertujuan untuk menginspirasi, mengedukasi, dan mempromosikan kreativitas di bidang desain dan teknologi. Karakter SWEN yang futuristik, dengan atribut yang mencer-minkan semangat inovasi, berhasil menarik perhatian pengunjung dan menghubungkan mereka dengan tema pameran. Sebagai sarana edukasi, SWEN menyampaikan informasi penting mengenai teknologi dan keberlanjutan, memberikan wawasan kepada para pengunjung mengenai pentingnya inovasi dalam dunia desain. Kehadirannya juga memotivasi generasi muda untuk mengejar karir di bidang desain dan teknologi, sekaligus menjadi alat promosi yang efektif untuk menarik perhatian media

dan publik. Dengan demikian, SWEN diharapkan dapat menciptakan pengalaman berkesan yang mengedukasi dan menginspirasi seluruh pengunjung pameran BIDEA, sekaligus mendorong partisipasi aktif dalam kemajuan desain dan teknologi. Hasilnya di Instagram: https://www.instagram.com/brawijayaidea/ dan pada website: https://bidea.framer.website/

Gambar 4. Post-Production.

6) *Test*

Pada hasil uji pada tahap terakhir *design thinking*, menggunakan skala Likert 4, diperoleh rata-rata lebih dari 80% masyarakat setuju bahwa SWEN layak digunakan sebagai identitas maskot standar pada BIDEA. Berikut hasil interpretasi indeks skor disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Test

	X1	X2	X3	X4	X5
Total Scor	144	152	129	151	157
Maximum Score	172	172	172	172	172
Index ($\frac{\text{Total Scor}}{Y} \times 100$)	83,72%	88,37%	75%	87,79%	91,28%

Berdasarkan tabel interpretasi indeks skor, diketahui bahwa:

- Pada pernyataan 1, publik sangat setuju bahwa penggambaran karakter SWEN memberikan representasi yang jelas dari Maskot BIDEA.
- Pada pernyataan 2, publik sangat setuju bahwa pemilihan warna yang digunakan untuk karakter sudah sesuai.
- Pada pernyataan 3, publik setuju bahwa penggambaran karakter sudah sesuai sebagai Maskot.
- Pada pernyataan 4, publik sangat setuju bahwa mereka tertarik untuk mempelajari Desain Maskot setelah melihat penggambaran karakter, sehingga memahami tujuannya.
- Pada pernyataan 5, masyarakat sangat setuju bahwa karakter pada Maskot BIDEA cocok sebagai identitas Maskot.

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Pengembangan SWEN sebagai maskot Brawijaya *International Design Exhibition* (BIDEA) berhasil mengintegrasikan perpaduan antara budaya, teknologi, dan kreativitas. SWEN tidak hanya melambangkan keragaman daerah di Indonesia, namun juga potensi inovasi dalam desain dan teknologi. Melalui atribut futuristik dan peran edukatifnya, SWEN telah menjadi alat yang ampuh untuk menginspirasi pengunjung, mengedukasi mereka tentang keberlanjutan, dan melibatkan mereka dalam percakapan yang sedang berlangsung tentang pentingnya inovasi dalam desain. Desain maskot yang berakar pada elemen budaya lokal dan

teknologi modern, mencerminkan sifat dinamis BIDEA dan berkontribusi pada tema keseluruhan yang menghubungkan beragam budaya melalui desain dan teknologi.

Kehadiran SWEN di pameran ini telah menarik perhatian dan mendorong partisipasi aktif, terutama di kalangan audiens yang lebih muda. Dengan menjembatani kesenjangan antara tradisi dan inovasi, SWEN mewujudkan masa depan desain, menunjukkan bagaimana kreativitas dapat memecahkan tantangan global.

2. Saran

Untuk memperluas jangkauan dan dampak SWEN, disarankan untuk meningkatkan kehadirannya melalui berbagai saluran promosi. SWEN dapat ditampilkan secara lebih menonjol di berbagai platform media sosial, dalam kampanye pemasaran digital, dan dalam acara online interaktif, yang dapat membantu melibatkan audiens global. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan visibilitas untuk pameran BIDEA tetapi juga menyelaraskan SWEN dengan tren digital modern, sehingga memungkinkannya untuk terhubung dengan demografi yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih aktif secara online.

Selain itu memperkenalkan fitur-fitur interaktif dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Sebagai contoh, integrasi *augmented reality* (AR) atau *virtual reality* (VR) akan memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi dengan SWEN secara real-time. Teknologi imersif ini dapat membuat pameran menjadi lebih menarik dan memberikan pengalaman belajar yang lebih nyata kepada pengunjung tentang tema teknologi, inovasi, dan keberlanjutan yang diwakili oleh SWEN.

F. DAFTAR PUSTAKA

Brown, T. (2009). Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society. Harper Business.

Cohen, E. (2013). Cultural Bridges and Symbolism in International Exhibitions. International Design Review, 9(2), 72-85

Duffy, M. (2018). The Role of AI in Cultural Innovation and Design. Journal of Digital Culture, 12(4), 45-60.

Hsieh, H. M., & Chen, Y. T. (2020). The effect of mascot design on brand perception and engagement. Journal of Visual Communication Design, 15(3), 127–139.

Geertz, C. (1973). The Interpretation of Cultures: Selected Essays. Basic Books.

Ito, K. (2019). Manga in the modern world: A cultural phenomenon. Tokyo Publishing.

Kawai, M. (2001). Japanese Culture and its Global Influence. Tokyo: Kodansha.

Kusno, A. (2000). Site and Sound: The Architecture of Indonesia. University of Hawaii Press.

Luchs, M. G., Swan, K. S., & Griffin, A. (2016). Design Thinking: New Product Development Essentials from the PDMA. Wiley.

McDonald, K., & Ali, M. R. (2023). Character design concept art for a cyberpunk themed story. Journal of Animation Studies, 22(4), 56-72.

Napier, S. J. (2007). Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing contemporary Japanese animation. Palgrave Macmillan.

Rochana, A. (2021). Integrasi seni visual dalam promosi budaya lokal di Indonesia. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 8(2), 67–78.

Tsukamoto, H. (2004). Manga Matrix: Create unique characters using the Japanese matrix system. Harper Design.

Tsukamoto, H. (1997). Manga Matrix: A Comprehensive Guide to Character Design. Tokyo: Kadokawa Shoten.

Sahlins, M. (1993). Goodbye to Tristes Tropes: Ethnography in the Context of Modern World History. The Journal of Modern History, 65(1), 1-25.

Smith, A. D. (2001). Nationalism: Theory, Ideology, History. University of Nebraska Press.

Sundar, S. S., & Kemp, E. (2023). AI and animated character design: Creativity and interaction in animation. Journal of Digital Media Arts, 17(3), 112-126.