

PERANCANGAN MASKOT STARA DAN PENERAPANNYA PADA KONTEN TRANSMEDIA UNTUK MEMBANGUN *ENGAGEMENT* PADA SMA STELLA DUCE 1 YOGYAKARTA

Sesilia Putri Callista¹, Bijaksana Prabawa² dan Patra Aditia³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu-Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
callista@telkomuniversity.ac.id, beejaksana@telkomuniversity.ac.id,
patraaditia@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : SMA Stella Duce 1 Yogyakarta memiliki identitas siswi sebagai “Srikandi” yang telah direpresentasikan melalui maskot, namun penerapannya belum konsisten, kurang optimal dalam media komunikasi, serta belum didukung oleh narasi yang kuat. Perancangan ini bertujuan mengembangkan maskot Stara sebagai identitas visual dan persona naratif berbasis pendekatan *transmedia storytelling* untuk membangun *engagement* siswi dan alumni. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan kuesioner guna memahami karakter audiens serta nilai sekolah. Maskot Stara dirancang dan diterapkan pada berbagai media, seperti konten media sosial, merchandise, dan media cetak, dengan narasi keseharian sekolah sebagai dasar cerita. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penerapan maskot berbasis transmedia mampu memperkuat identitas sekolah, meningkatkan keterlibatan audiens, serta membuka peluang pemanfaatan maskot sebagai media komunikasi dan monetisasi yang berkelanjutan.

Kata kunci: maskot, transmedia storytelling, identitas visual, engagement, SMA Stella Duce 1 Yogyakarta

Abstract : SMA Stella Duce 1 Yogyakarta has adopted the identity of “Srikandi” for its students, which has been represented through a mascot; however, its application remains inconsistent, underutilized in communication media, and unsupported by a strong narrative. This project aims to develop the Stara mascot as a consistent visual identity and narrative persona through a *transmedia storytelling* approach to build engagement among active students and alumni. The methods used include observation, interviews, and questionnaires to understand audience characteristics and school values. The Stara mascot is designed and applied across various media, including social media content, merchandise, and print media, with everyday school narratives as the foundation of the storytelling. The results indicate that the implementation of a transmedia-based mascot strengthens the school’s visual identity, increases audience engagement, and opens

opportunities for the mascot to function as a sustainable communication and monetization tool.

Keywords: *mascot, transmedia storytelling, visual identity, engagement, SMA Stella Duce 1 Yogyakarta*

PENDAHULUAN

SMA Stella Duce 1 Yogyakarta atau yang biasa disingkat sebagai “Stece” merupakan sebuah sekolah menengah atas yang berdiri di bawah naungan sebuah yayasan Katolik ternama, yaitu Yayasan Tarakanita. Sekolah ini didirikan pada tahun 1948 di Kotabaru, Yogyakarta. Pada awalnya merupakan bagian dari Sekolah Menengah Atas Kanisius (SMA K), yang kemudian terbagi atas dua sekolah terpisah berdasarkan gender—bagian putra bagian putra menjadi SMA Kolese De Britto dibimbing oleh romo-romo Jesuit, dan bagian putri menjadi SMA Stella Duce 1 di bawah bimbingan Kongregasi Suster-Suster Cinta Kasih Santo Carolus Borromeus. Pembagian tersebut menghasilkan dua sekolah dengan karakteristik unik yang mengusung sistem homogen, di mana SMA Stella Duce 1 hanya berfokus pada murid perempuan. SMA Stella Duce 1 menjadi salah satu sekolah swasta favorit di Yogyakarta, dengan jumlah siswi aktif mencapai 820 siswi pada tahun 2024 (Direktorat Jenderal PAUD Dikdasmen, 2024).

Sebutan “Srikandi” digunakan oleh SMA Stella Duce 1 Yogyakarta sebagai identitas bagi para siswinya. Penyebutan ini berakar dari kuatnya nilai budaya Jawa dalam pembentukan karakter sekolah, yang tercermin melalui pembelajaran bahasa Jawa dan tari Jawa. Srikandi merujuk pada Dewi Wara Srikandi, salah satu tokoh wayang kulit Jawa yang dikenal dengan kemampuan militer dan karakter maskulinnya (Azizah & Wirawanda, 2019). Kekuatan, kemahiran memanah, serta sifat heroik yang dimilikinya menjadikan Srikandi sebagai seorang ksatria dan simbol kekuatan perempuan dalam cerita wayang Jawa (Solichin, 2016). Lebih lanjut, Srikandi tidak hanya dipandang sebagai tokoh wayang perempuan, tetapi

juga merepresentasikan kemampuan perempuan untuk bersaing dan berkontribusi dalam berbagai bidang serta menjadi gambaran perjuangan perempuan dalam memperoleh kesetaraan hak dengan laki-laki (Adam *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penggunaan istilah Srikandi bagi siswi SMA Stella Duce 1 tidak hanya bersifat simbolis, melainkan menjadi bagian dari identitas sekolah yang merepresentasikan karakter siswi yang kuat, berani, dan berdaya, sehingga memerlukan bentuk representasi yang mampu mengomunikasikan nilai tersebut secara konsisten.

Meskipun berbasis budaya Jawa, siswi SMA Stella Duce 1 berasal dari beragam latar belakang suku dan daerah, sehingga sekolah menjadi ruang pembentukan karakter dan interaksi antarbudaya. Nilai-nilai seperti kelembutan, kekuatan, dan sisterhood yang tumbuh di lingkungan sekolah membentuk identitas khas siswi SMA Stella Duce 1. Agar identitas tersebut dapat dikomunikasikan secara jelas dan konsisten kepada publik, diperlukan media representasi visual yang mampu menerjemahkan nilai dan karakter sekolah. Menurut Wheeler (2009:46), maskot merupakan tampilan visual atau personifikasi dari nilai-nilai atau citra yang mewakili sebuah perusahaan atau brand, yang berfungsi memperkuat identitas serta membangun kedekatan emosional dengan audiens, termasuk pada institusi pendidikan. Pemanfaatan maskot sebagai bagian dari strategi promosi sekolah juga mampu meningkatkan brand awareness dan daya tarik institusi (Mohanty, 2024:42).

Saat ini, visualisasi dari maskot Srikandi sendiri belum memiliki gaya visual yang konsisten. Belum ada gambaran secara baku bagaimana wujud dari Srikandi yang merepresentasikan karakter siswi SMA Stella Duce 1. Sebagian dari gambar maskot yang dipakai hanyalah ilustrasi dari sumber yang terbatas, seperti ilustrasi yang dibuat oleh siswi atau yang diambil dari internet. Kostum maskot yang digunakan saat ini pun hanya berupa bustier, kain jarik, selendang, dan panah-panahan. Hal ini menunjukkan bahwa gambaran maskot yang saat ini digunakan

belum sepenuhnya menggambarkan karakter siswi yang lebih sesuai, serta belum memiliki bentuk yang baku dan menonjol. Ketidakkonsistenan ini tidak hanya mengurangi kekuatan visual maskot sebagai identitas sekolah, tetapi juga berisiko besar menghilangkan relevansi dan daya tarik maskot di kalangan siswi, alumni, dan masyarakat.

Permasalahan ini semakin mendesak karena SMA Stella Duce 1 saat ini tengah melakukan revitalisasi besar-besaran pada gedung sekolah. Hal ini membuat sekolah membutuhkan pembaruan citra visual secara menyeluruh, termasuk maskot. Momentum ini menjadi peluang sekaligus kebutuhan mendesak bagi sekolah untuk menghadirkan wajah baru maskot Srikandi yang sesuai dengan arah pembaruan sekolah. Visualisasi maskot Srikandi yang baru diharapkan dapat mendukung narasi perubahan tersebut, sekaligus menjadi elemen yang memperkuat penyampaian nilai-nilai sekolah kepada publik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, sebuah institusi pendidikan memerlukan strategi promosi yang lebih kuat, mengingat era digital yang berkembang menjadi semakin kompleks. Transmedia menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menunjang promosi. Sebagaimana yang dijelaskan Damono (2018: 9), Transmedia merupakan sebuah proses menerjemahkan, mengadaptasi, dan memindahkan cerita dari satu media ke media yang lainnya. Dengan transmedia, identitas atau cerita dapat dikuatkan melalui berbagai media yang saling melengkapi dan menciptakan kedekatan yang lebih mendalam dengan audiens. Dalam hal ini maskot Srikandi dapat dimanfaatkan ke dalam strategi transmedia. Selain sebagai representasi visual dari karakter siswi SMA Stella Duce 1, maskot Srikandi juga dapat diterapkan ke dalam berbagai platform yang digunakan sekolah, seperti media cetak, media sosial, situs web sekolah, dan media lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan maskot yang lebih relevan, sehingga dapat memperkuat identitas sekolah melalui strategi transmedia.

Srikandi yang menjadi identitas dari SMA Stella Duce 1 membutuhkan visualisasi, yaitu dengan merancang maskot yang baku dan menerapkannya dalam strategi transmedia. Desain maskot yang konsisten dapat membangun rasa bangga di kalangan siswi dan alumni sebagai seorang "Srikandi". Maskot Srikandi berpotensi besar apabila diterapkan ke dalam strategi transmedia, di mana ia dapat diadaptasi ke berbagai platform, baik online maupun offline. Maskot dapat diterapkan melalui media sosial, website sekolah, merchandise, dan acara-acara sekolah. Hal ini memungkinkan maskot Srikandi menjadi sebuah jembatan yang menghubungkan siswi, alumni, guru, dan masyarakat luas untuk memperkenalkan karakteristik "anak Stece". Penggunaan maskot Srikandi yang konsisten dalam jangka waktu panjang dapat memperkuat citra sekolah sekaligus mendukung promosi sekolah.

Dengan perancangan karakter maskot Srikandi yang baru, diharapkan SMA Stella Duce 1 Yogyakarta dapat memiliki wajah identitas visual yang lebih segar, kuat, seiring dengan dilakukannya revitalisasi gedung sekolah. Maskot Srikandi berfungsi sebagai alat penunjang promosi yang efektif melalui strategi transmedia, dengan harapan menjadi dapat memperkuat eksistensi dan menumbuhkan kebanggaan di kalangan anggota komunitas sekolah. Seperti dikatakan Nisa, Prabawa, dan Komariah (2019), media promosi harus memperkuat identitas dengan sistem desain yang konsisten dan menarik perhatian target sasaran.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian pada penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis data. Pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi 3 sedangkan analisis data terbagi menjadi 2. Berikut adalah metode pengumpulan data.

Metode pengumpulan data yang pertama adalah Wawancara. Wawancara dilakukan dengan pihak sekolah, guru, siswi aktif, dan alumni untuk menggali informasi mengenai nilai-nilai sekolah, pandangan mereka tentang Srikandi sebagai maskot, serta harapan terhadap identitas visual sekolah.

Metode pengumpulan data yang kedua adalah kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada siswa dan staf sekolah untuk mengumpulkan opini mengenai desain dan penggunaan maskot dalam media promosi sekolah.

Metode pengumpulan data yang ketiga adalah observasi secara langsung. Penulis melakukan observasi di SMA Stella Duce 1 Yogyakarta untuk memahami secara langsung suasana, kegiatan, dan interaksi antara siswi dan pendidik untuk memahami konteks-konteks visual yang dapat diterapkan dalam desain karakter maskot.

Metode analisis pada penelitian ini yang pertama adalah AIO (*Activities, Interests, Opinions*). Pratiwi (2013) menyebutkan bahwa AIO (Activity, Interest, and Opinion) adalah bagian dari psikografi yang menggambarkan pola perilaku konsumen. Aktivitas berkaitan dengan tindakan nyata sehari-hari, minat mencerminkan tingkat antusiasme terhadap topik atau hal tertentu, dan opini merupakan tanggapan yang diberikan seseorang terhadap suatu pertanyaan atau situasi tertentu.

Metode analisis data yang kedua adalah matriks perbandingan. Pada penelitian ini, matriks perbandingan diterapkan untuk membandingkan desain maskot Srikandi dengan maskot lain dari sekolah yang memiliki karakteristik dan nilai-nilai serupa, untuk mengidentifikasi elemen desain yang efektif dan kurang efektif

HASIL DAN DISKUSI

SMA Stella Duce 1 Yogyakarta (Stece) adalah sekolah menengah atas yang dikelola oleh Yayasan Tarakanita, berlokasi di Kotabaru, Yogyakarta. Sekolah ini memiliki konsep sekolah homogen, di mana hanya menerima murid perempuan saja. SMA Stella Duce 1 dikenal sebagai salah satu lembaga pendidikan swasta terkemuka di Yogyakarta dengan jumlah siswi aktif mencapai 820 pada tahun 2024 (Direktorat Jenderal PAUD Dikdasmen, 2024).

Dalam pendidikannya, SMA Stella Duce 1 Yogyakarta mengutamakan keseimbangan antara kedisiplinan, kebebasan berekspresi, dan pembentukan karakter kewanitaan. Proses belajar-mengajar tidak hanya berfokus pada ilmu pengetahuan, tetapi juga membentuk siswi menjadi pribadi yang tangguh, cerdas, dan kreatif. Selain itu solidaritas yang kuat, semangat kebersamaan, dan nilai belarasa menjadi ciri khas yang melekat pada siswi. Banyak aturan seperti ketentuan seragam yang ketat hingga tata tertib harian yang dibuat oleh sekolah untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab, namun tidak menghalangi kreativitas siswi. Hal ini mempererat ikatan sisterhood antar siswi aktif maupun alumni.

Melihat beragamnya interpretasi maskot Srikandi, diperlukan suatu desain yang mampu menyatukan aspek budaya, modern, dan karakter khas siswi SMA Stella Duce 1 dalam wujud yang lebih representatif. Maskot diharapkan tidak hanya menjadi simbol identitas sekolah, tetapi juga berperan dalam memperkuat rasa bangga siswi dan alumni melalui penggunaannya di berbagai media seperti merchandise, acara sekolah, dan kegiatan promosi secara digital maupun konvensional. Dengan rancangan yang lebih terarah, maskot Srikandi dapat menjadi ikon yang membanggakan dan meningkatkan keterikatan emosional terhadap sekolah, sekaligus berfungsi sebagai alat promosi yang memperkuat citra SMA Stella Duce 1 Yogyakarta di mata masyarakat luas.

Melalui pendekatan AIO, dapat disimpulkan bahwa responden menunjukkan keterlibatan tinggi dalam kegiatan sekolah (*Activities*), minat sedang

hingga tinggi terhadap keberadaan dan merchandise maskot (*Interests*), serta opini positif terhadap pentingnya karakter maskot yang konsisten dan representatif (*Opinions*). Hal ini memperkuat peluang untuk mengembangkan desain maskot Srikandi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mengakar pada pengalaman dan identitas kolektif siswi serta alumni SMA Stella Duce 1 Yogyakarta.

KONSEP PERANCANGAN

Konsep dasar dari perancangan maskot ini berangkat dari gagasan untuk menjadikan sosok “Stara” sebagai simbol identitas siswi yang tidak hanya merepresentasikan kekuatan perempuan tetapi juga mencerminkan nilai karakter.

Maskot dirancang sebagai representasi “kakak perempuan” imajiner yang menjadi panutan, yang bersifat ceria, berani, dan kreatif dengan fleksibilitas visual untuk tampil dalam konteks akademik, kreatif, maupun sporty. Referensi desain diambil dari maskot sekolah dan brand pendidikan yang sudah berhasil diterapkan secara konsisten, seperti karakter LINE Friends dan maskot event-event kampus. Inspirasi visual juga disaring dari gaya visual Gen Z yang banyak digunakan di media sosial untuk menjaga relevansi dengan target audiens.

HASIL PERANCANGAN

Eksplorasi Sketsa Desain

Eksplorasi sketsa maskot Stara dilakukan melalui diskusi dan persetujuan dengan pihak sekolah, khususnya terkait pilihan pakaian. Desain disesuaikan agar tetap mencerminkan karakter siswi SMA Stella Duce 1 Yogyakarta yang kuat, cerdas, modern, namun tetap menghargai budaya.



Gambar 1 Eksplorasi sketsa 1
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)



Gambar 2 Eksplorasi sketsa 2
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)



Gambar 3 Eksplorasi Sketsa 3
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)



Gambar 4 Eksplorasi Sketsa 4
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Desain Karakter



Gambar 5 Stara 360 derajat
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Maskot ini merepresentasikan karakter Stara sebagai simbol perempuan tangguh dan cerdas, yang disesuaikan dengan identitas serta nilai-nilai SMA Stella Duce 1 Yogyakarta. Setiap elemen visual memiliki makna tersendiri, sebagai berikut:

1. Warna Biru (Kostum Utama):

Merupakan warna khas sekolah SMA Stella Duce 1 yang melambangkan ketenangan, ketegasan, dan integritas. Warna ini menjadi elemen utama dalam menyatukan identitas sekolah dengan karakter maskot.

2. Binar Mata Berbentuk Bintang:

Terinspirasi dari arti nama "Stella Duce" yang berarti bintang penuntun. Bintang di mata menggambarkan arah, harapan, dan semangat siswa untuk menjadi penerang di lingkungan sekitarnya.

3. Busur dan Panah:

Simbol keberanian, ketepatan, dan kesiapan menghadapi tantangan. Elemen ini mengacu langsung pada karakter Srikandi dalam pewayangan.

4. Kain Batik:

Digunakan sebagai bawahan untuk merepresentasikan budaya Indonesia. Penggunaan batik menekankan pentingnya pelestarian nilai-nilai tradisional dalam konteks pendidikan modern.

5. Selendang Kotak-Kotak Biru:

Diadaptasi dari motif rok seragam khas siswa SMA Stella Duce 1 Yogyakarta (seragam STECE). Elemen ini menambah kedekatan emosional antara maskot dan siswa.

6. Warna Kulit dan Aksan Emas:

Warna kulit kuning langsung menggambarkan sosok perempuan Indonesia. Aksan emas pada mahkota, gelang, dan sepatu memberi kesan anggun, tegas, dan elegan.

7. Mahkota dengan Logo Tarakanita:

Ornamen ikat pinggang memiliki bentuk yang menyerupai logo Yayasan Tarakanita sebagai lembaga pengelola sekolah.

Merchandise

T-Shirt



Gambar 6 Kaos Stece Girls
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Kaos menggunakan model baby tee yang umum dikenakan oleh perempuan muda sehingga memberikan kesan feminin dan trendy. Desain menampilkan tulisan “Stece Girls Est. 48” dan “Strong Girls Club” di bagian belakang dilengkapi dengan ilustrasi maskot dan elemen busur panah, shooting star, dan bintang-bintang kecil sebagai patternnya.



Gambar 7 Kaos Girl Power
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Kaos menggunakan model ringer tee yang terlihat vintage namun tetap trendy. Elemen utama berupa tipografi “Girl Power” yang bold, dipadukan dengan ilustrasi maskot. Kaos ini dapat digunakan oleh remaja maupun perempuan dewasa dalam berbagai aktivitas.

Jersey



Gambar 8 Jersey
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Jersey rugby ini menyesuaikan trend bloke core yang mengadaptasi elemen sportswear ke dalam gaya kasual. Skema warna biru dan kuning digunakan untuk menonjolkan identitas sekolah. Di bagian bawah terdapat ilustrasi maskot sebagai elemen utama, sementara gambar shooting star pada bagian pundak sebagai aksan tambahan.

Gantungan Kunci



Gambar 9 Gantungan Kunci
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Gantungan kunci ini dirancang sebagai merchandise fungsional dengan mengaplikasikan identitas visual SteceGirls melalui tipografi khas dan elemen dekoratif. Penggunaan warna biru dan bentuk yang playful bertujuan memperkuat brand identity serta menjadikannya media identitas yang mudah dibawa dan digunakan sehari-hari.

Totebag



Gambar 10 Totebag
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Totebag ini dirancang sebagai merchandise dengan konsep girl power yang merepresentasikan perempuan kuat, percaya diri, dan berdaya. Visual ilustrasi perempuan dengan busur dipadukan dengan tipografi “Strong Girls Club” dan “Girl Power”. Desain dibuat sederhana namun ekspresif agar mudah digunakan sehari-hari sekaligus menjadi media penyampaian pesan empowerment.

Sticker



Gambar 11 Sticker
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Sticker ini dirancang sebagai merchandise pendukung dengan visual ilustrasi maskot SteceGirls dan elemen tipografi bertema girl power. Menggunakan warna biru khas identitas visual, sticker berfungsi sebagai media ekspresi, identitas komunitas, dan penguat pesan keberanian serta solidaritas perempuan dalam bentuk yang ringan dan aplikatif.

Tumbler



Gambar 12 Tumbler
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Tumbler ini menampilkan ilustrasi maskot Stara dengan pola repetitif elemen panah dan bintang sebagai penguat identitas visual sekolah. Variasi warna digunakan agar produk terasa personal, fungsional, dan relevan sebagai merchandise harian yang mudah digunakan oleh siswi dan alumni.

Bookmark



Gambar 13 Bookmark
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Bookmark ini dirancang sebagai merchandise edukatif yang mengangkat tema literasi dan girl empowerment. Menggunakan ilustrasi maskot, simbol busur, serta tipografi afirmatif seperti “Pretty Girls Read” dan “She aims, she shines”, desain berfungsi sebagai penanda buku sekaligus media penyemangat bagi pembicara.

Social Media

Instagram Feeds



Gambar 14 Instagram Feeds
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Rangkaian konten Instagram ini dirancang sebagai media komunikasi visual sekolah dengan memanfaatkan maskot Stara sebagai elemen utama. Stara dihadirkan secara konsisten dalam berbagai konteks, mulai dari informasi akademik, pengumuman kegiatan, perayaan momen khusus, hingga apresiasi prestasi siswi. Pendekatan visual yang digunakan menggabungkan ilustrasi maskot, fotografi aktivitas sekolah, serta elemen grafis khas identitas SMA Stella Duce 1 Yogyakarta.

Stara Berkisah

PERANCANGAN DESAIN KARAKTER MASKOT STARA MELALUI PENDEKATAN TRANSMEDIA STORYTELLING
UNTUK MEMBANGUN ENGAGEMENT PADA SMA STELLA DUCE 1 YOGYAKARTA



Gambar 15 Stara Berkisah : Gedung Sekolah
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)



Gambar 16 Stara Berkisah : Hut Stece & JB
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Stara Berkisah merupakan pilar konten yang berfokus pada penyampaian cerita dan narasi seputar karakter Stara serta nilai-nilai SMA Stella Duce 1 Yogyakarta. Konten ini digunakan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui cerita keseharian, makna simbolik, dan pengalaman yang relevan dengan kehidupan siswi, sehingga identitas dan karakter maskot terasa hidup dan bermakna.

Kilau Stara

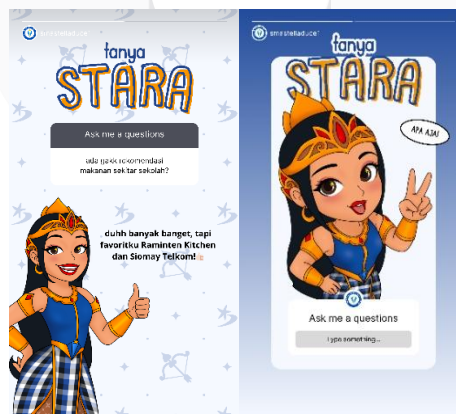


Gambar 17 Kilau Stara
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Kilau Stara merupakan pilar konten yang menampilkan pencapaian, aktivitas, dan momen positif siswi SMA Stella Duce 1 Yogyakarta. Konten ini berfungsi sebagai ruang apresiasi dan inspirasi, dengan menghadirkan Stara sebagai simbol semangat berprestasi, dan kebanggaan.

Instagram Story

Tanya Stara



Gambar 18 Tanya stara
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Tanya Stara merupakan konten Instagram Story yang bersifat interaktif dengan memanfaatkan fitur tanya jawab. Konten ini dirancang untuk membuka ruang komunikasi dua arah antara maskot Stara dan audiens, khususnya siswi, dengan membahas topik ringan seputar kehidupan sekolah. Melalui pendekatan ini, Stara berperan sebagai figur yang dekat dan responsif, sehingga mampu membangun keterlibatan (engagement) serta rasa kedekatan emosional dengan audiens.

Weekly Quiz



Gambar 19 Weekly quiz
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Weekly Quiz merupakan konten Instagram Story berbentuk kuis singkat yang disajikan secara rutin. Konten ini bertujuan meningkatkan partisipasi audiens melalui pertanyaan seputar sekolah, nilai-nilai, maupun pengetahuan umum yang relevan dengan kehidupan siswi. Penyajian kuis secara berkala menjadikan interaksi lebih konsisten, sekaligus memperkuat kehadiran maskot Stara sebagai elemen yang aktif dan menyenangkan dalam komunikasi sekolah.

Brosur



Gambar 20 Brosur
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Brosur berfungsi sebagai media informasi pendukung yang memuat penjelasan lebih detail mengenai profil sekolah, keunggulan, serta alur pendaftaran. Tata letak yang sistematis dan kehadiran maskot Stara membantu menyampaikan informasi secara jelas sekaligus menjaga konsistensi identitas visual sekolah.

Banner



Gambar 21 Banner
(Sumber: Callista, Prabawa, Aditia)

Banner dirancang sebagai media promosi utama yang menampilkan informasi pendaftaran peserta didik baru secara ringkas dan mudah dibaca. Visual maskot Stara digunakan sebagai elemen penarik perhatian untuk memperkuat identitas sekolah dan menciptakan kesan ramah bagi calon siswi dan orang tua.

KESIMPULAN

Perancangan Transmedia Storytelling berbasis IP Maskot Stara ini bertujuan untuk membangun identitas visual dan strategi komunikasi SMA Stella Duce 1 Yogyakarta yang konsisten serta relevan dengan karakter generasi muda. Maskot Stara dirancang tidak hanya sebagai elemen visual, tetapi sebagai representasi nilai, semangat, dan budaya sekolah yang diterjemahkan ke dalam narasi serta gaya visual yang mudah dikenali. Pendekatan world-building dan narasi karakter digunakan agar maskot mampu “hidup” di berbagai konteks komunikasi dan menjadi penghubung antara sekolah dengan audiensnya.

Melalui strategi transmedia, Stara dihadirkan lintas media, mulai dari konten media sosial hingga merchandise, sehingga memungkinkan terbentuknya pengalaman naratif yang berkelanjutan. Pendekatan ini mendorong peningkatan engagement, memperkuat citra sekolah, serta membuka peluang pemanfaatan intellectual property secara lebih terarah. Dengan demikian, perancangan ini menunjukkan bahwa maskot dapat berfungsi sebagai medium komunikasi strategis yang efektif, sekaligus menjadi aset jangka panjang bagi institusi pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M., Hafsah, S., & Wahyuni, W. (2021). Kartini and Srikandi: Representation of Women in Indonesian Political Discourse through Metonymy. *Journal of Language and Literature*, 21(1), 148–159.
<https://doi.org/10.24071/joll.v21i1.3000>
- Azizah, F. N., & Wirawanda, Y. (2019). Makna Female Masculinity dalam Kostum Wayang Srikandi Red Batik Solo. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 52.
<https://doi.org/10.24912/jk.v11i1.2499>
- Damono, Sapardi Djoko. (2018). *Alih Wahana*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah. (2024). *Data Pokok Pendidikan 2024*.
<https://dapo.kemdikbud.go.id/sekolah/0F1B41198EA5F67ABC04>
Diakses pada 18 Oktober 2024.
- Mohanty, S. S. (2014). Growing Importance of Mascot & Their Impact on Brand Awareness: A Study of Young Adults in Bhubaneswar City. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 17(6), 42–44.
- Nisa, A. A., Prabawa, B., & Komariah, S. H. (2019). Perancangan Media Promosi Wisata De Tjolomadoe Kota Solo. *E-Proceeding of Art & Design*, 6(2), 1194–1202.
- Pratiwi, Swasti. (2013). Pengaruh Dimensi Activity, Interest, dan Opinion (AIO) terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Busana Muslim Shafira di Samarinda. *Jurnal Universitas Mulawarman*.
- Solichin. (2016). *Tokoh Wayang Terkemuka*. Jakarta: CV. Dedy Jaya.
- Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity*. Canada, New Jersey: Acid Free Paper.