

ANALISIS MAKNA DESAIN MASKOT SEBAGAI BENTUK IDENTITAS VISUAL DUKUNGAN PERAYAAN IMLEK DI KOTA SURAKARTA

Muhammad Faizal Agung Nugroho
E-mail: mfaizaljournal@gmail.com

Universitas Sains Indonesia

Abstrak

Penelitian ini menganalisis makna desain maskot sebagai identitas visual dalam perayaan Imlek di Kota Surakarta. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika, penelitian ini mengkaji simbol dan tanda dalam maskot Shio serta Dewa- Dewi melalui observasi langsung dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa maskot tidak hanya berfungsi sebagai dekorasi, tetapi juga sebagai strategi branding bagi berbagai industri. Misalnya, Putri Miao Shan oleh Intrafood melambangkan kesehatan, sementara Guan Yu oleh Tantra PT. Sekar Bengawan mencerminkan perlindungan dan kejujuran. Identitas visual maskot memperkuat daya tarik perayaan Imlek serta hubungan sosial dan ekonomi kota. Dengan demikian, maskot berperan dalam membangun identitas budaya dan ekonomi Kota Surakarta.

Kata kunci: Maskot, Identitas Visual, Semiotika, Imlek, Surakarta

Abstract

This study analyzes the meaning of mascot design as a visual identity in Chinese New Year celebrations in the city of Surakarta. Using a qualitative method with a semiotic approach, this study examines the symbols and signs in the mascots of the Zodiac and the Goddess through direct observation and literature studies.

The results of the study show that mascots not only function as decorations, but also as branding strategies for various industries. For example, Putri Miao Shan by Intrafood symbolizes health, while Guan Yu by Tantra PT. Sekar Bengawan reflects protection and honesty. The mascot's visual identity strengthens the appeal of Chinese New Year celebrations as well as the city's social and economic relations. Thus, the mascot plays a role in building the cultural and economic identity of the city of Surakarta.

Keywords: Mascot, Visual Identity, Semiotics, Chinese New Year, Surakarta

PENDAHULUAN

Imlek merupakan perayaan tahun baru yang disepakati oleh orang-orang Tionghoa pada etnis masyarakat Cina. Perayaan Imlek ini dilakukan setiap satu tahun sekali oleh orang-orang Tionghoa, dalam bentuk rasa syukur kenikmatan yang diberikan oleh Sang Maha Kuasa. Pada awalnya Imlek merupakan perayaan untuk menyambut musim semi yang dilakukan oleh para petani di negeri Tiongkok. Saat itu merupakan tanda waktu bagi mereka untuk memulai kembali masa tanam. Bagi para petani itu musim semi juga merupakan pertanda akan kehidupan yang bergeliat kembali karena pepohonan mulai memunculkan tunas baru nan segar dan bakal bunga mulai tumbuh. Fenomena alam ini membuat mereka terpukau dan sebuah perayaan sederhana pun dilakukan. Dalam perjalanan waktu, perayaan ini tetap terpelihara dan menjadi sebuah ritus atau ritual. Ritual inilah yang kemudian menjadi inti dari perayaan Imlek tersebut yang masih terpelihara dengan baik hingga sekarang. Imlek juga menjadi kesempatan bagi orang-orang China untuk berkumpul bersama keluarga.

Pada Januari lalu, perayaan Imlek 2025 di Kota Solo, Jawa Tengah, dihiasi lampion berwarna merah biasanya dipasang satu bulan sebelum perayaan Tahun Baru Imlek berlangsung di Kota Solo, berjajar

dengan indah sepanjang Jl. Urip Sumoharjo, seluruh kawasan Pasar Gede Hardjonagara hingga sepanjang Balai Kota Solo sampai ruas jalan perempatan Gladak, bukan hanya lampion, biasanya maskot hias berbentuk aneka boneka yang menggambarkan Dewa Dewi kepercayaan rakyat Tiongkok namun juga ada maskot Shio dengan ukuran besar dipasang berjajar di kawasan Balai Kota.

Pada suku Tionghoa, masyarakatnya terdapat sebuah cerita yang melegenda yang setiap pergantian tahunnya ada yang namanya pergantian shio. Shio ini artinya binatang-binatang tertentu sebanyak 12 ekor yang berurutan bergantian setiap tahunnya, yaitu ada shio tikus, shio kerbau, shio harimau, shio kelinci, shio naga, shio ular, shio kuda, shio kambing, shio monyet, shio ayam, shio anjing, dan shio babi. Masyarakat tionghoa percaya bahwa adanya 12 shio tersebut. Sejarah legenda 12 binatang shio dianggap berpengaruh besar dalam menentukan masa depan, seperti pasangan, karier, usaha, dan lain-lain.

Dengan 12 shio ini, suku Tionghoa menggunakan sebagai kepercayaan melihat sifat/watak seseorang sesuai tahun kelahiran shionya, pasangan, partner, pekerjaan/karier, kondisi keuangan tiap tahunnya, feng shui keberuntungan tiap tahun, dan masih banyak hal lainnya. Makanya setiap

tahunnya ketika pergantian tahun masyarakat suku Tionghoa melakukan persiapan yang meriah dan mencolok untuk menyambut pergantian shio dari tahun ke tahun sesuai urutannya agar membawa keberuntungan, keharmonisan bagi keluarga, rezeki, dan hal positif lainnya. 12 binatang shio juga melambangkan tahun, bulan, dan waktu artinya setiap binatang menandakan satu tahun karena 12 binatang shio ini selalu berubah setiap tahunnya setiap penanggalan imlek kalender cina.

Maskot dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, diartikan sebagai objek yang memiliki bentuk menyerupai hewan, manusia, atau bentuk lainnya yang melambangkan keberuntungan dan keselamatan (Badudu & Zain, 1996: 870). Dalam pengertian umum maskot sangat sering digunakan untuk menyatakan sesuatu berupa keadaan Sekolah, Universitas, klub, produk komersil, atau menunjukkan identitas suatu daerah. Identitas suatu daerah biasanya dihubungkan dengan kondisi demografi masyarakat, letak geografis, atau komoditi unggulannya.

Maskot merupakan bentuk karakter yang mewakili sesuatu atau perusahaan. Maskot memiliki sinonim dengan makna lambang dan simbol. Secara harfiah maskot bisa dikatakan merupakan bentuk representasi-representasi yang mewakili suatu

karakter khusus dari sebuah lembaga, perusahaan, kegiatan atau Daerah. Sebuah maskot memang sengaja diciptakan untuk mewakili acara yang berkaitan erat dengan *branding role*. Karakter yang digunakan biasanya beragam, namun dengan ciri khas yang menarik dan menyenangkan. Menurut Ardhi (2013:70) maskot adalah media promosi yang berwujud karakter yang mewakili acara atau perusahaan tersebut.

Dalam dunia pameran seni dan desain, penggunaan maskot sebagai elemen visual dalam branding acara telah menjadi strategi yang semakin populer. Penting untuk memahami bahwa elemen visual maskot bukan hanya sekadar dekorasi; namun, mereka memainkan peran kunci dalam menciptakan identitas yang kuat, mengkomunikasikan pesan acara, dan meningkatkan daya tarik terhadap audiens. Penelitian ini akan memfokuskan analisis makna visual maskot dari berbagai industri dalam konteks dukungan penyelenggaraan acara perayaan Imlek di Kota Solo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yakni penelitian yang digunakan untuk meneliti pada suatu objek dengan mendeskripsikan melalui kata - kata. Pada penelitian kualitatif, peneliti mengadakan penelitian dengan orientasi teoritis.

Dari pendekatan ini diharapkan mampu memperoleh uraian yang mendalam mengenai obyek yang sedang diteliti. Pembahasan dalam penelitian ini dengan cara menganalisa makna visual yang terdapat pada maskot Shio dan tokoh Dewa Dewi kepercayaan suku Tionghoa.

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Observasi dilakukan dengan cara mengamati maskot yang tengah di pasang menghiasi sepanjang jalan Balai Kota Solo. Data dari hasil analisa tersebut kemudian diuraikan dan dianalisa makna visualnya.

Metode kepustakaan dilakukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan objek yang sedang diteliti. Dalam hal ini metode kepustakaan, mengumpulkan informasi melalui buku dan jurnal yang berkaitan mengenai objek yang diteliti. Sumber internet digunakan juga untuk memperoleh data – data tambahan yang dapat mendukung penelitian.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan untuk menganalisa makna visual dalam maskot “Shio dan Dewa Dewi” adalah teori semiotika. Semiotika merupakan studi yang mempelajari seluk beluk mengenai tanda-tanda atau simbol yang ada, dengan mengkaji tanda- tanda atau simbol tersebut maka kita dapat

memaknai adanya pesan yang terselubung dalam suatu visual. Banyak cara yang menunjukkan interaksi sebuah komunikasi, termasuk dalam tanda yang tentunya ada makna-makna yang harus dipahami untuk bisa berkomunikasi. Di sinilah semiotika berperan penting dalam membantu bagaimana memahami makna-makna dari tanda yang muncul di sekitar kehidupan manusia. Semiotika merupakan studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja (Fiske, 2004).

Dalam penelitian ini, tanda dan makna yang dilihat adalah maskot Shio dan Dewa Dewi kepercayaan suku Tionghoa. Tentu ini terdapat makna yang terkandung pada maskot tersebut. Dengan adanya metode semiotik ini penulis dan pembaca dapat mengetahui apa saja makna yang terkandung dan pesan apa yang ingin beberapa industri sampaikan melalui karya maskot ini dengan menganalisis tanda-tanda tersebut dengan pendekatan semiotik.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Originalitas Penelitian

Penelitian ini berawal dari rangkaian acara yang diselenggarakan rutin di Kota Solo dan unggahan sebuah berita media online dari kanal Solo.Kompas.com yang memuat berita tentang perayaan tahun baru Imlek di Kota Solo. Perayaan Imlek di hiasi ribuan lampion dan karakter maskot Shio serta Dewa Dewi yang

mempercantik Kota Solo khususnya kawasan Balai Kota dan Pasar Gede. Maskot yang menghiasi sepanjang Jl. Jenderal Sudirman ini memiliki bentuk hewan dan manusia sebagai simbol yang melambangkan beberapa Shio dan Dewa Dewi kepercayaan suku Tionghoa.

Ketua Panitia Bersama Imlek 2025, Sumartono Hadinoto, menjelaskan bahwa 5.000 lampion berwarna merah, hijau, kuning, dan biru dipasang di sekitar Jembatan Kali Pepe dan depan Balai Kota. Selain itu, terdapat 12 lampion shio, 17 lampion dewa-dewi, 1 lampion Buddha Tertawa, 1 lampion Fuk, 1 lampion shio ular untuk selfie, dan 2 lampion master ular yang menghiasi Jalan Jenderal Sudirman hingga Gapura Imlek di depan Balai Kota.

Dipilihnya maskot berbentuk Dewa Dewi memunculkan ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut tentang makna visual pada maskot. Melalui analisis terhadap makna visual, akan diperoleh beragam data yang mengerucut pada berbagai aspek keindahan serta makna secara visual, sekaligus bagaimana interpretasi dari visual maskot tersebut.

Selain itu, sejak penelitian ini dibuat, penulis belum menemukan sama sekali penelitian serupa yang membahas hiasan maskot Shio dan Dewa Dewi tokoh kepercayaan suku Tionghoa yang berada di Kota Solo.

Hal itu tentu saja memberikan ruang tersendiri bagi penelitian ini untuk dikembangkan dalam ruang-ruang riset akademis. Untuk memulai penelitian terhadap maskot maka diperlukan contoh penelitian serta berbagai referensi yang mendukung kebutuhan data dan metodologi penelitian.

Sebuah jurnal penelitian yang ditulis oleh Yoga Rarasto Putra dan Ida Susanti (2022) yang dimuat dalam "Jurnal Citra Dimensi" menuliskan sebuah penelitian tentang maskot kota Tangerang Selatan yaitu Entong C-More. Jurnal tersebut berjudul "Analisis Estetika Visual Dalam Maskot Kota Tangerang Selatan Entong C-More". jurnal tersebut dapat menjadi referensi dan contoh tentang bagaimana meneliti estetika visual pada maskot.

Kajian semiotika karya Adytia Putra Hermanto, dkk (2024) berjudul "Analisis Pengaruh Desain Maskot Dalam Identitas Visual Pada Olympus 2.0 Exhibition". Pada penelitian tersebut, Adytia, dkk menjelaskan bagaimana pengaruh desain maskot dalam bentuk identitas visual Olympus 2.0 Exhibition melalui metode semiotika. Jurnal penelitian tersebut menjadi referensi bagaimana mengkaji makna secara Semiotika.

b. Semiotika Dalam Proses Pemaknaan

Untuk menganalisis berbagai elemen visual yang melingkupi maskot, diperlukan teori semiotika. Semiotika merupakan pisau bedah yang akan menganalisis proses munculnya makna dari teks-teks visual ke dalam suatu wacana (*discourse*) hingga berbagai mitos yang diyakini. Makna menurut Fiske, tidak bersifat absolut, bukan konsep statis yang terbungkus rapi dalam pesan. Makna memerlukan proses aktif dalam memunculkan, menciptakan dan menegosiasi (Fiske, Terj., Dwiningtyas, 2012: 76 – 77).

Semiotika merupakan bidang keilmuan yang mengkaji seputar hubungan antara tanda dan makna yang ada di dunia ini. Banyak cara yang menunjukkan interaksi sebuah komunikasi, termasuk dalam tanda yang tentunya ada makna-makna yang harus dipahami untuk bisaberkomunikasi. Di sinilah semiotika berperan penting dalam membantu bagaimana memahami makna-makna dari tanda yang muncul di sekitar kehidupan manusia.

c. Maskot Sebagai Produk Desain Karakter Visual

Maskot merupakan salah satu hasil kreatif dari proses desain karakter selain animasi, *video game*, mainan, dan komik. Desain karakter merupakan salah satu cabang keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV). Desain Komunikasi Visual atau DKV memiliki

pengertian sebagai seluruh rancangan yang secara komunikasi bersifat visual atau kasat mata (Suyanto dalam Rachmat, 2016: 32).

Maskot merupakan bentuk yang mewakili secara visual dari berbagai karakter dan sifat-sifat entitas yang diwakilinya. Saat masyarakat melihatnya, maka seolah-olah masyarakat langsung bisa menangkap seluruh informasi yang ingin disampaikan. Maskot merupakan representasi dari berbagai entitas nilai seperti; budaya, filosofi, masyarakat, dan ciri khas atau karakter suatu komunitas, Lembaga, korporasi, produk, hingga daerah.

d. Makna Visual

Karena desain komunikasi visual mengemban tugas menyampaikan pesan verbal dan pesan visual, maka keberadaannya senantiasa dikemas seartistik mungkin. Hal itu dilakukan agar membangkitkan rasa tertarik pada pribadi target sasaran. Dampaknya, dapat menimbulkan stimulus untuk memberikan keputusan akhir. Untuk itu, pesan verbal dan pesan visual yang ditampilkan desain komunikasi visual dinyatakan dalam bahasa sederhana dan komunikatif. Semuanya penting agar pesan tersebut mudah dimengerti oleh komunikan tanpa ada kesalahan interpretasi makna atas pesan tersebut. Oleh karena itu, agar pesan verbal dan pesan visual desain komunikasi visual

mampu menarik perhatian calon konsumen atau pun pembeli loyal, maka desain komunikasi visual harus menawarkan eksklusivisme dan keistimewaan. Semuanya itu dilakukan untuk memberikan perujukan pada suatu merek demi menemukan jatidiri produk barang atau jasa yang akan dikomunikasikan.

Ketika desain komunikasi visual menjadi bagian dari produk kebudayaan massa, maka ia mengemban tugas khusus. Tugasnya, bagaimana upaya desain komunikasi visual agar berfungsi sebagai penanda visual atas eksistensi kebudayaan bangsa Indonesia dalam konteks peradaban modern. Ciri karya desain komunikasi visual yang mampu menjadi penanda visual atas eksistensi kebudayaan bagi bangsa Indonesia: pertama, desain komunikasi visual mampu tampil secara atraktif, komunikatif, efektif, persuasif, dan kontekstual. Kedua, desain komunikasi visual harus dapat mencerdaskan masyarakat terkait dengan pesan disampaikannya. Ketiga, keberadaannya dapat diterima masyarakat luas. Keempat, mengikuti perilaku adat istiadat yang berlaku, menjunjung tinggi moralitas dan spiritualitas, serta mengedepankan kearifan budaya lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

“Imlek 2025 di Solo, Ribuan Lampion Hiasi Balai Kota hingga Pasar Gede”. Demikianlah penggalan kalimat pada sebuah *heading* di situs berita online Solo, Kompas.com. Perayaan Imlek 2025 di Kota Solo, Jawa Tengah, dihiasi ribuan lampion dan karakter maskot Shio serta Dewa-Dewi yang mempercantik kawasan Balai Kota dan Pasar Gede. Penggunaan maskot berbentuk Shio dan Dewa Dewi dimaksudkan untuk memberikan representasi beberapa industri dalam berkontribusi mendukung perayaan tahun baru Imlek di Kota Solo yang nyaman, modern dan toleransi. Sebagai sebuah produk visual, bentuk visual dari maskot mengandung nilai-nilai keindahan serta makna tersendiri yang patut untuk dikaji.

1. Putri Miao Shan Dari Intrafood

Gambar tersebut menampilkan



Gambar 1. Maskot “Putri Miao Shan”
Sumber: Dok. Pribadi 2025

maskot karakter dengan pakaian tradisional Tiongkok yang berwarna-warni. Berdasarkan gaya rambut, pakaian hanfu, dan aksesoris seperti hiasan kepala dengan hati, tokoh ini terinspirasi dari kisah rakyat seperti Putri Miao Shan

atau karakter dari festival budaya Tiongkok, seperti perayaan Imlek atau Cap Go Meh.

Miao Shan adalah sosok legendaris yang sering diasosiasikan dengan Dewi Guan Yin, dewi welas asih dalam tradisi Buddha Tiongkok. Kisahnya dikenal sebagai simbol pengorbanan, kebaikan, dan pencerahan spiritual.

Miao Shan adalah seorang putri yang sangat berbakti dan penuh kasih. Dia menolak menjalani kehidupan mewah dan memilih jalan spiritual untuk mencari pencerahan. Dalam legenda, dia rela mengorbankan dirinya demi menyembuhkan ayahnya yang sakit parah. Atas pengorbanan dan kebaikan hatinya, dia berevolusi menjadi Dewi Guan Yin. Sosoknya dikenal sebagai simbol kasih sayang universal, pengampunan, dan perlindungan terhadap semua makhluk.

• Korelasi Miao Shan dengan Brand Intrafood

Intrafood adalah perusahaan yang dikenal dengan produk-produk minuman herbal tradisional, seperti jahe instan dan beragam minuman kesehatan lainnya. Korelasi makna ini dapat dijelaskan dalam beberapa aspek:

- a. Welcoming and Healing: Seperti Miao Shan yang dikenal membawa ketenangan dan penyembuhan, Intrafood berusaha menciptakan produk yang memberikan kenyamanan

dan kesehatan bagi konsumennya.

- b. Kesehatan dan Belas Kasih: Intrafood menonjolkan konsep produk herbal alami yang penuh kasih, memperhatikan kesehatan konsumen secara holistik, mirip dengan nilai-nilai yang ditunjukkan oleh Miao Shan.

- c. Spiritualitas dan Keharmonisan: Filosofi merek yang berakar pada tradisi dan kesehatan alami dapat dikaitkan dengan spiritualitas Miao Shan yang mementingkan keseimbangan dan harmoni antara tubuh, pikiran, dan jiwa.

Dengan memvisualisasikan tokoh Miao Shan, brand dapat menyampaikan pesan penting tentang kesehatan, kebahagiaan, dan kasih sayang dalam setiap produk yang mereka hasilkan.

2. Guan Yu Dari Tantra PT. Sekar Bengawan

Karakter maskot dalam gambar ini



Gambar 2. Maskot "Guan Yu"

Sumber:
Dok.Pribadi 2025

menggambarkan Guan Yu, seorang jenderal legendaris dari periode Tiga Kerajaan di Tiongkok. Guan Yu dikenal karena kesetiiaannya, keberanian, dan keterampilannya

dalam pertempuran. Guan Yu memiliki beberapa ciri khas diantaranya janggut panjang yang sering dikaitkan dengan penggambarannya dalam budaya Tiongkok; pakaian perang dengan warna merah dan hijau, yang sering diasosiasikan dengan dirinya; sikap tegas dan ekspresi wajah yang menunjukkan keberanian,; atribut senjata yang menyerupai Guan Dao (tombak bermata pedang khas Guan Yu). Guan Yu dihormati dalam kepercayaan rakyat Tiongkok dan sering dianggap sebagai dewa pelindung keberuntungan, kesetiaan, dan keadilan.

- **Korelasi Guan Yu Dengan Industri Tantra PT. Sekar Bengawan**

Tantra PT. Sekar Bengawan adalah industri yang fokus pada produksi dan distribusi air minum, dan simbolisasi Guan Yu memiliki beberapa makna penting yang berkorelasi dengan nilai-nilai industri ini:

- a. **Kualitas dan Kejujuran**
Guan Yu dikenal karena kejujuran dan komitmennya terhadap nilai-nilai luhur, mencerminkan komitmen industri untuk menjaga kualitas produk air minum yang sehat dan jujur bagi konsumen.
- b. **Perlindungan dan Kepercayaan Konsumen**

Dalam kepercayaan Tiongkok, Guan Yu dianggap pelindung bisnis dan komunitas. Hal ini selaras dengan industri yang berusaha melindungi kesehatan konsumen melalui penyediaan air bersih dan aman untuk diminum.

- c. **Ketekunan dan Loyalitas terhadap Pelanggan**

Guan Yu adalah lambang kesetiaan dan ketekunan. Dalam konteks industri, ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk selalu setia kepada konsumen dengan memberikan pelayanan dan produk terbaik secara konsisten. Dengan menggunakan simbolisme Guan Yu, Tantra PT. Sekar Bengawan dapat menunjukkan nilai keberanian, keandalan, dan perlindungan, yang penting dalam membangun kepercayaan konsumen di pasar.

3. Cai Shen Dari Brand Solo Fresh Hall



Gambar 3. Maskot
"Cai Shen"
Sumber: Dok.
Pribadi 2025

Maskot dalam gambar ini menggambarkan Cai Shen yaitu Dewa Rezeki dalam kepercayaan tradisional Tiongkok. Beberapa ciri khas yang menguatkan identifikasi ini adalah

Wajah ceria dan ekspresi bahagia, yang melambangkan keberuntungan dan kemakmuran; Mahkota khas dengan ornamen merah dan emas, sering dikaitkan dengan Cai Shen; Membawa batangan emas (yuanbao), simbol kekayaan dan kemakmuran dalam budaya Tionghoa; Pakaian megah berwarna merah dan emas, warna yang sering diasosiasikan dengan keberuntungan dalam tradisi Tionghoa.

Cai Shen sering dihormati selama perayaan Imlek karena diyakini dapat membawa rezeki dan kesejahteraan bagi mereka yang memujanya. Cai Shen dikenal sebagai Dewa Kekayaan dalam mitologi Tiongkok, merupakan simbol kemakmuran dan keberuntungan dalam kepercayaan masyarakat Tiongkok.

- **Korelasi Makna Cai Shen dengan Brand Solo Fresh Hall**

Solo Fresh Hall, yang berfokus pada bisnis kuliner atau pusat perbelanjaan, dapat dikaitkan dengan simbolisme Cai Shen dalam beberapa hal:

- a. **Kemakmuran Bisnis**

Cai Shen adalah simbol harapan akan keberuntungan dan pertumbuhan finansial. Solo Fresh Hall dapat menggunakan simbolisme ini untuk mencerminkan tujuan mereka dalam mencapai kesuksesan bisnis dan keberlimpahan dalam jumlah pengunjung.

- b. **Kesejahteraan dan Kebahagiaan Konsumen**

Dengan citra Cai Shen yang dikenal membawa kebahagiaan dan kemakmuran, Solo Fresh Hall dapat berupaya memberikan pengalaman berbelanja dan makan yang menyenangkan, yang diharapkan membawa kebahagiaan dan kepuasan bagi pelanggan.

- c. **Afirmasi Keberuntungan dan Inovasi**

Sama seperti Cai Shen yang melambangkan inovasi dalam mengundang kemakmuran, Solo Fresh Hall dapat memanfaatkan simbol ini untuk menunjukkan bahwa mereka adalah tempat yang segar, penuh peluang baru, dan terus berkembang.

Menggunakan simbol Cai Shen dapat memperkuat identitas Solo Fresh Hall sebagai pusat komunitas yang penuh keberuntungan, kesejahteraan, dan kepuasan pelanggan.

4. Budai (Biksu Tertawa) Dari Iman Hartono

Patung dalam gambar ini menggambarkan Budai, yang sering disebut sebagai "Biksu Tertawa" atau "Laughing Buddha" dalam tradisi Tionghoa. Karakter ini mempunyai ciri-ciri perut buncit dan senyum lebar,



Gambar 4. Maskot
"Dudai"
Sumber: Dok.
Pribadi 2025

simbol kebahagiaan, kepuasan, dan keberuntungan; Pakaian sederhana dan cerah, sering dikaitkan dengan sosok Budai yang hidup sederhana namun penuh sukacita; Atribut seperti kantong besar atau barang-barang lainnya, yang biasanya digunakan untuk membagikan hadiah atau makanan dalam legenda Budai. Budai dikenal sebagai simbol keberuntungan, kemakmuran, dan kebahagiaan dalam budaya rakyat Tionghoa.

• Korelasi Makna Budai dengan Industri Iman Hartono

Iman Hartono, yang mungkin bergerak dalam bisnis properti atau layanan lain yang berorientasi pada kenyamanan dan kesejahteraan, memiliki beberapa hubungan simbolis dengan Budai:

- a. **Kebahagiaan dan Kepuasan Konsumen**
Budai melambangkan kebahagiaan dan kepuasan. Iman Hartono dapat menggunakan simbol ini untuk mencerminkan komitmen mereka dalam memberikan layanan atau produk yang menghadirkan

kenyamanan dan kebahagiaan kepada pelanggan.

- b. **Keberuntungan dan Kemakmuran**

Kehadiran simbol Budai menegaskan harapan akan kemakmuran dan keberuntungan dalam bisnis. Ini bisa menjadi pengingat bagi Iman Hartono untuk terus berkembang dan mencapai kesejahteraan bersama para pelanggan dan mitranya.

- c. **Kesejahteraan Keluarga dan Komunitas**

Budai, yang melambangkan keharmonisan keluarga dan kesejahteraan komunitas, dapat mencerminkan nilai yang dianut oleh Iman Hartono dalam membangun hubungan bisnis yang kuat dan ramah bagi semua pihak.

Melalui penggunaan simbolisme Budai, Iman Hartono dapat menegaskan komitmennya dalam menyediakan layanan yang berorientasi pada kebahagiaan, kesejahteraan, dan kepuasan jangka panjang bagi konsumen mereka.

5. Xi Shi dari Industri ID Express

Karakter maskot ini menggambarkan Xi Shi atau



Gambar 5. Maskot
"Xi Shi"
Sumber: Dok.
Pribadi 2025

salah satu tokoh perempuan legendaris dalam budaya Tionghoa. Xi Shi adalah salah satu dari Empat Kecantikan Tiongkok yang dikenal

karena kecantikannya yang luar biasa. Ciri khas yang mendukung karakter tokoh ini adalah Pakaian tradisional dan hiasan kepala besar yang sering digunakan dalam penggambaran tokoh wanita bangsawan atau dewi dalam kebudayaan Tiongkok dan wajah cerah yang mencerminkan kecantikan dan keanggunan, sesuai dengan gambaran tokoh perempuan penting dalam budaya Tiongkok. Meskipun tidak spesifik sebagai dewi, tokoh seperti Xi Shi sering menjadi simbol kecantikan yang membawa perubahan besar.

• **Korelasi Makna Xi Shi dengan Brand ID Express**

ID Express merupakan perusahaan jasa pengiriman yang mengutamakan kecepatan, kehandalan, dan kualitas layanan. Hubungan

simbolik Xi Shi dengan ID Express dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Keindahan dalam Pelayanan Kecantikan Xi Shi bisa menjadi metafora untuk layanan yang rapi dan terorganisir. ID Express dapat menggunakan simbol ini untuk menunjukkan bahwa mereka berkomitmen memberikan layanan yang tidak hanya cepat, tetapi juga berkualitas dan menyenangkan bagi pelanggan.
- b. Keanggunan dalam Efisiensi Xi Shi melambangkan keanggunan dan kelembutan. ID Express dapat menggunakan nilai ini untuk menegaskan bahwa efisiensi mereka dalam pengiriman barang juga dilakukan dengan penuh perhatian terhadap detail, menjamin pengalaman pelanggan yang mulus.
- c. Transformasi dan Perubahan Positif Dalam kisahnya, Xi Shi membawa perubahan besar bagi negaranya. Ini dapat menjadi simbol visi ID Express untuk menghadirkan inovasi dan perubahan positif dalam

industri logistik dan pengiriman barang.

Melalui pemanfaatan simbolisme Xi Shi, ID Express dapat memperkuat citra mereknya sebagai penyedia layanan yang tidak hanya cepat, tetapi juga elegan dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

6. Guan Yin Dari Industri Solo Paragon

Patung ini tampaknya menggambarkan



Gambar 6. Maskot "Dewi Guan Yin"
Sumber: Dok. Pribadi 2025

Dewi Guan Yin (观音), salah satu dewi paling terkenal dalam tradisi Tionghoa dan agama Buddha. Guan Yin adalah dewi belas kasih dan pengasih yang sering digambarkan mengenakan

pakaian panjang dengan ornamen kepala dan membawa simbol-simbol suci, seperti bunga lotus atau tasbih. Ciri pada karakter tokoh ini meliputi Hiasan kepala besar dan berwarna cerah, sering ditemukan dalam penggambaran Guan Yin; Tongkat atau simbol di tangan, yang biasa digunakan dalam representasi dewi atau figur suci dalam budaya Tiongkok; Warna biru, yang mungkin melambangkan

kedamaian atau langit, tema yang sering dikaitkan dengan Guan Yin.

Dewi Guan Yin adalah salah satu tokoh paling dihormati dalam kepercayaan Buddha Mahayana, dikenal sebagai Bodhisattva Welas Asih. Nama Guan Yin berarti "Dia yang mendengarkan suara dunia," karena diyakini bahwa Guan Yin selalu mendengar doa-doa mereka yang membutuhkan bantuan dan memberikan berkah serta perlindungan. Ia melambangkan belas kasih, pengorbanan, kedamaian, dan cinta universal. Sosoknya sering digambarkan dengan pakaian anggun dan tangan yang memegang vas suci atau teratai, simbol kemurnian dan kebaikan.

• Korelasi Makna Dewi Guan Yin dengan Industri Solo Paragon

Solo Paragon adalah pusat perbelanjaan, hotel, dan pusat gaya hidup yang bertujuan menyediakan pengalaman yang nyaman, mewah, dan ramah bagi pengunjungnya. Korelasi simbolisme Dewi Guan Yin dengan Solo Paragon dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kenyamanan dan Kedamaian
Dewi Guan Yin melambangkan kenyamanan dan ketenangan bagi mereka yang datang kepadanya.

Solo Paragon bisa merefleksikan nilai ini dengan menyediakan suasana yang damai dan menenangkan bagi pengunjungnya, baik di ruang belanja, hotel, maupun fasilitas lainnya.

b. Pelayanan dengan Kasih Sayang

Seperti Guan Yin yang penuh welas asih, Solo Paragon dapat memperkuat brand-nya dengan menekankan pentingnya layanan pelanggan yang ramah, perhatian, dan berorientasi pada kebutuhan pengunjung.

c. Harmoni dan Keseimbangan

Guan Yin dikenal karena kemampuannya menciptakan keseimbangan dan harmoni. Solo Paragon dapat menciptakan harmoni melalui kombinasi sempurna antara hiburan, belanja, dan pengalaman kuliner yang memuaskan semua lapisan masyarakat

d. Pemberian Berkah dan Kebahagiaan

Guan Yin dipercaya membawa berkah dan kebahagiaan bagi mereka yang memohon padanya.

Solo Paragon dapat menggunakan konsep ini dalam menciptakan pengalaman menyenangkan dan berkesan bagi para pengunjung, memperkuat reputasinya sebagai destinasi utama di Solo.

Dengan mengambil inspirasi dari nilai-nilai Dewi Guan Yin, Solo Paragon dapat memperkuat identitasnya sebagai pusat gaya hidup yang memancarkan kenyamanan, keharmonisan, dan keanggunan bagi pengunjungnya.

7. Dewi Chang'e Dari Industri IFARS

Maskot dalam gambar ini menggambarkan Dewi Chang'e yaitu dewi bulan dalam mitologi Tiongkok.



Gambar 7. Maskot “
Dewi Chang’e”
Sumber: Dok. Pribadi
2025

Tokoh ini memiliki ciri visual mengenakan pakaian merah dan memiliki hiasan kepala yang menyerupai aksesoris dalam pertunjukan opera Tiongkok atau

representasi dewi; Memegang Kipas/Pedang yang bisa merujuk pada elemen legenda di mana Chang'e terbang ke bulan setelah meminum ramuan keabadian.

- **Korelasi Makna Dewi Chang'e dalam Industri IFARS**

IFARS adalah perusahaan farmasi yang berfokus pada kesehatan dan inovasi obat-obatan. Korelasi antara Chang'e dan IFARS bisa dijelaskan dalam beberapa aspek berikut:

- a. Keabadian dan Kesehatan
IFARS, sebagai perusahaan farmasi, memiliki misi yang sejalan dengan mitos ini mengembangkan produk yang meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan.
- b. Ilmu dan Penelitian
Kisah Chang'e mengandung unsur eksplorasi dan penemuan, yang bisa dihubungkan dengan riset farmasi. Seperti bagaimana Chang'e mencapai bulan, industri farmasi juga terus melakukan eksplorasi dan inovasi dalam menemukan solusi medis baru
- c. Harapan dan Kesejahteraan
Festival Pertengahan Musim Gugur yang dikaitkan dengan Chang'e melambangkan harapan dan keberuntungan. Dalam konteks IFARS, perusahaan farmasi bertujuan memberikan harapan bagi pasien dengan menyediakan

obat-obatan yang efektif dan aman.

Dewi Chang'e sebagai simbol keabadian, kesehatan, dan harapan memiliki makna yang erat dengan industri farmasi seperti IFARS. Kisahnya mencerminkan visi farmasi dalam mengembangkan produk yang membantu manusia menjalani kehidupan yang lebih sehat dan lebih baik.

- **8. Shen Wansan Dari Pakuwon Mall**

Shen Wansan adalah seorang tokoh sejarah dari Dinasti Ming yang dikenal sebagai saudagar kaya raya. Dalam budaya populer, ia sering dianggap sebagai simbol kemakmuran, keberuntungan, dan kesuksesan dalam dunia perdagangan.



Gambar 8. Maskot "Shen Wansan"
Sumber: Dok. Pribadi 2025

- **Korelasi Shen Wansan dengan Industri Pakuwon Mall**

Pakuwon Mall adalah salah satu pusat perbelanjaan besar yang dimiliki oleh Pakuwon Group, perusahaan properti yang mengembangkan berbagai pusat perbelanjaan, apartemen, dan kawasan bisnis di Indonesia. Korelasi antara Shen Wansan dan Pakuwon Mall dapat

dijelaskan melalui beberapa aspek berikut:

- a. Simbol Kesuksesan dalam Perdagangan & Bisnis
Shen Wansan dikenal karena kejeliannya dalam berbisnis dan kemampuannya membangun kekayaan. Pakuwon Mall, sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar, juga mencerminkan nilai yang sama-menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan perdagangan di daerah tempatnya beroperasi.
- b. Representasi Kemakmuran dan Keberuntungan
Dalam budaya Tionghoa, figur Shen Wansan sering dikaitkan dengan keberuntungan dalam usaha. Dengan menghadirkan patungnya dalam dekorasi, Pakuwon Mall seolah ingin menarik energi positif bagi bisnis, tenant, dan pengunjungnya, agar mereka mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan.
- c. Daya Tarik Budaya dan Komersial
Pakuwon Mall adalah pusat gaya hidup yang menarik pengunjung dari berbagai

kalangan. Dengan menghadirkan ikon budaya seperti Shen Wansan, mereka tidak hanya menghormati tradisi Tionghoa tetapi juga meningkatkan daya tarik mall sebagai tempat yang menggabungkan bisnis dengan nilai budaya

- d. Inspirasi bagi Pengusaha dan Pelaku Bisnis
Pakuwon Mall menampung banyak tenant dari berbagai industri, mulai dari ritel hingga kuliner. Shen Wansan dapat menjadi inspirasi bagi para pengusaha dan pebisnis yang beroperasi di dalam mall untuk mengembangkan bisnis mereka dengan inovasi dan strategi yang cerdas, sebagaimana yang dilakukan oleh Shen Wansan di masanya.

Dengan demikian, kehadiran karakter Shen Wansan dalam dekorasi Pakuwon Mall bukan sekadar ornamen, tetapi juga mencerminkan semangat bisnis, kemakmuran, dan keberuntungan yang sejalan dengan industri ritel dan properti yang dikembangkan oleh Pakuwon Group.

9. Dewi Guan Yin Dari Amarelo Hotel

Gambar maskot tersebut menggambarkan sosok Dewi Guanyin, yang dikenal sebagai



Gambar 9. Maskot
"Guan Yin"
Sumber: Dok. Pribadi
2025

yang dikenal sebagai Bodhisattva Welas Asih dalam ajaran Buddha Mahayana dan dihormati dalam kepercayaan rakyat Tiongkok. Guanyin adalah dewi yang melambangkan belas kasih dan cinta kasih tanpa batas. Ia dipercaya selalu mendengar doa-doa manusia dan membantu mereka yang mengalami kesulitan. Banyak umat yang berdoa kepada Guanyin untuk mendapatkan perlindungan dari bahaya, keberkahan dalam kehidupan, dan bimbingan spiritual. Pakaian dan postur yang lembut melambangkan kebijaksanaan serta ketenangan dalam menghadapi segala permasalahan hidup.

• Korelasi Makna Guan Yin Dengan Industri Amarelo Hotel

Guan Yin, sebagai simbol belas kasih, perlindungan, dan kedamaian, memiliki korelasi yang menarik dengan industri perhotelan, khususnya Amarelo Hotel. Berikut beberapa aspek yang bisa dikaitkan:

- a. Simbol Welas Asih dan Pelayanan Pelanggan
Guan Yin dikenal sebagai Dewi Welas Asih, selalu mendengarkan doa dan kebutuhan umatnya. Dalam industri perhotelan, konsep ini bisa diterapkan dalam bentuk keramahan, layanan prima, dan kepedulian kepada tamu. Amarelo Hotel, sebagai penyedia layanan akomodasi, bisa merefleksikan nilai ini dengan memberikan pengalaman menginap yang nyaman dan penuh perhatian kepada tamunya
- b. Simbol Kedamaian dan Kenyamanan
Guan Yin sering digambarkan dalam posisi tenang dan damai, mencerminkan harmoni dan kesejahteraan. Dalam konteks perhotelan, ini bisa dihubungkan dengan bagaimana Amarelo Hotel menciptakan suasana yang nyaman dan menenangkan bagi para tamunya, baik dalam desain interior, pelayanan, maupun pengalaman menginap secara keseluruhan
- c. Keberuntungan dan Kesuksesan dalam Bisnis
Dalam kepercayaan Tionghoa, Guan Yin juga dianggap membawa keberuntungan dan

perlindungan bagi usaha yang menghormatinya.

Amarelo Hotel bisa memaknai ini sebagai harapan untuk kesuksesan bisnis yang berkelanjutan, dengan menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan tamu

d. Simbol Keselamatan dan Perlindungan

Guan Yin sering dikaitkan dengan keselamatan dalam perjalanan, yang relevan dengan industri perhotelan, khususnya bagi tamu yang bepergian.

Amarelo Hotel dapat mengambil inspirasi dari ini dengan memastikan keamanan dan kenyamanan tamu, mulai dari fasilitas hingga standar keselamatan hotel

Karakter Guan Yin memiliki makna yang kuat dalam konteks Amarelo Hotel, terutama dalam aspek keramahan, kenyamanan, keselamatan, dan kesuksesan bisnis. Dengan menerapkan nilai-nilai ini, hotel bisa menciptakan pengalaman yang lebih bermakna dan berkesan bagi para tamunya.

10. Nezha Dari Brand Kiky Stationery

Karakter maskot tersebut menggambarkan Nezha, sosok dalam mitologi Tiongkok yang dikenal sebagai dewa pelindung dan pejuang pemberani. Nezha sering digambarkan

dengan mata ketiga sebagai simbol kebijaksanaan, memegang tombak api sebagai senjata, serta mengenakan



Gambar 10. Maskot "Nezha"

Sumber: Dok. Pribadi 2025

pakaian perang berwarna cerah yang melambangkan energi dan keberanian. Dalam kepercayaan Tiongkok, Nezha melambangkan semangat juang, perlindungan, dan pemberontakan

terhadap ketidakadilan, serta dianggap sebagai pelindung anak-anak dan kaum tertindas.

- **Korelasi Makna Nezha Dengan Brand Kiky Stationery**

Kiky Stationery adalah merek alat tulis asal Indonesia yang terkenal dengan produk berkualitas seperti buku tulis, binder, pensil, dan berbagai perlengkapan sekolah lainnya. Brand ini telah lama dikenal di kalangan pelajar karena desainnya yang menarik, tahan lama, serta mendukung kreativitas dan semangat belajar anak-anak. Dengan fokus pada inovasi dan kualitas, Kiky Stationery menjadi pilihan utama untuk kebutuhan alat tulis sekolah dan kantor. Berikut adalah makna karakter Nezha dan korelasinya dengan brand Kiky Stationery :

- a. Keberanian dan Semangat Juang

Nezha dikenal sebagai pejuang muda yang berani menghadapi tantangan. Kiky Stationery mendukung semangat belajar dan eksplorasi anak-anak dalam dunia pendidikan.

b. Kreativitas dan Inovasi

Nezha sering menggunakan strategi unik dalam bertarung. Kiky Stationery menginspirasi kreativitas melalui produk alat tulis yang inovatif

c. Energi dan Determinasi

Nezha memiliki energi yang tak terbatas dalam mencapai tujuannya. Kiky Stationery membantu anak-anak tetap semangat dalam belajar dan berkarya.

d. Simbol Ketekunan dan Prestasi

Nezha pantang menyerah dalam menghadapi rintangan. Kiky Stationery mendukung anak-anak dan pelajar untuk terus berusaha meraih prestasi.

Dengan nilai-nilai yang dimiliki Nezha, Kiky Stationery menjadi simbol bagi generasi muda yang penuh semangat, kreatif, dan siap menghadapi tantangan dengan percaya diri.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa maskot dalam perayaan Imlek di Kota Surakarta bukan sekadar dekorasi, tetapi juga simbol identitas budaya dan strategi branding bagi berbagai industri. Maskot berbentuk Shio dan Dewa Dewi mencerminkan nilai keberuntungan, kesejahteraan, serta filosofi Tionghoa, sekaligus mewakili sektor bisnis yang berpartisipasi. Misalnya, Putri Miao Shan yang digunakan oleh Intrafood melambangkan kesehatan, sementara Guan Yu oleh Tantra PT. Sekar Bengawan mencerminkan kejujuran dan perlindungan.

Melalui pendekatan semiotika, penelitian ini menganalisis bagaimana maskot berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang memperkuat daya tarik perayaan Imlek dan nilai ekonominya bagi Kota Surakarta. Keberadaannya tidak hanya memperkaya pengalaman budaya masyarakat, tetapi juga mempererat hubungan komunitas Tionghoa dengan masyarakat lokal. Dengan demikian, maskot dalam perayaan Imlek memiliki peran penting dalam membangun identitas budaya serta ekonomi kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Badudu & Zain, 1996, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Barthes, Roland, 2010, *Imaji, Musik, Teks: Analisis Semiologi Atas Fotografi, Iklan, Film, Musik, Alkitab, Penulisan dan Pembacaan Serta Kritik Sastra*, Terj. Agustinus Hartono, Jalasutra, Yogyakarta.
- Barthes, Roland, 2007. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa: Semiotika atau Sosiologi Tanda, Simbol, dan Representasi*, Terj. Ikramullah Mahyuddin, Jalasutra, Yogyakarta.
- Budiman, Kris, 2011, *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Chaer, Abdul, 2017, *Folklor Betawi: Kebudayaan & Kehidupan Orang Betawi*, Masup Jakarta, Depok.
- Fiske John, 2012, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*, Terj. Hapsari Dwiningtyas, Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Mustika, Rieka, and Ika D. Ariyani. "Representasi Maskot Ines dan Iman pada Sosialisasi Internet Sehat dan Aman." Masyarakat Telematika dan Informasi, vol. 4, no. 2, 2013, pp. 73-84.
- Septian, R., Poernomo, M., Lusianawati, H., & Haikal, A. (2021). Representasi Makna Pada Karakter "Si Delos" Dalam Maskot Pilkada Depok Tahun 2020 (Analisis Teori Semiotika Roland Barthes): Indonesia. *Jurnal Media Penyiaran*, 1(2), 63-72.
- Septian, M. D. (2018, January 29). Kajian Semiotika Maskot City branding Kota Malang pada media official website OSIDANJI.COM. Septian | VOK@SINDO : Jurnal Ilmu-Ilmu Terapan Dan Hasil Karya Nyata.
- Putra, Y. R., & Susanti, I. (2022, March 1). Analisis Estetika visual dalam maskot Kota Tangerang Selatan Entong C-More.
- Y. Rarasto Putra And I. Susanti, "Analisis Estetika Visual Dalam Maskot Kota Tangerang Selatan Entong C-More," *Citra Dimensi*, Vol. 1, No. 1, Pp. 1–13, Apr. 2022