



**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
DINAMIKA DENGAN PENGEMBANGAN MASKOT**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

Oleh:

Arvin Ahsan Azizi

19420100042

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2025

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
DINAMIKA DENGAN PENGEMBANGAN MASKOT**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Arvin Ahsan Azizi
NIM : 19420100042
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2025

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“IMPIAN BESAR MEMBUTUHKAN TINDAKAN BESAR.”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan kerja praktik ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah mengerti dan mendukung saya, dan seluruh orang-orang terdekat saya yang selalu memberikan dukungan

Terima Kasih

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DINAMIKA DENGAN PENGEMBANGAN MASKOT

Laporan Kerja Praktik oleh:

Arvin Ahsan Azizi

NIM: 19420100042

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 16 Juli 2025



Dosen Pembimbing

Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds.

NIDN. 0721099105

Penyelia

Maria Widya Nugrahayu, S.IIP

NIK. 120778

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA

NIDN. 0720028701

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Arvin Ahsan Azizi
NIM : 19420100042
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : Perancangan Media Promosi Perpustakaan Universitas
Dinamika dengan Pengembangan Maskot

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 16 Juli 2025



Arvin Ahsan Azizi
NIM : 19420100042

ABSTRAK

Perpustakaan Universitas Dinamika merupakan fasilitas penunjang akademik yang berperan penting dalam mendukung kegiatan belajar, riset, dan pengembangan literasi sivitas akademika. Namun, dalam era digital yang serba cepat ini, minat kunjung ke perpustakaan cenderung menurun, terutama di kalangan mahasiswa. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya strategi komunikasi visual yang menarik dan mampu membangun keterikatan emosional dengan pengguna. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan promosi yang lebih kreatif dan adaptif terhadap perkembangan media dan preferensi generasi muda.

Kegiatan magang ini bertujuan untuk merancang media promosi yang mampu merepresentasikan citra perpustakaan secara lebih atraktif dan mudah dikenali melalui pengembangan desain maskot sebagai elemen visual utama. Tahapan kerja dimulai dari observasi langsung terhadap aktivitas perpustakaan, wawancara dengan pustakawan serta mahasiswa, hingga studi visual dan eksplorasi karakter desain. Maskot dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai perpustakaan seperti ramah, informatif, dan mendukung literasi, yang kemudian diterapkan pada berbagai media promosi seperti poster, merchandise, konten media sosial, dan infografis. Desain media disusun secara konsisten agar membentuk identitas visual yang kuat dan mudah diterima oleh audiens.

Hasil dari perancangan ini menunjukkan bahwa penggunaan maskot sebagai elemen utama dalam media promosi berhasil meningkatkan daya tarik visual dan memperkuat identitas perpustakaan secara keseluruhan. Maskot tidak hanya menjadi representasi visual, tetapi juga mampu berperan sebagai media komunikasi yang menyenangkan dan lebih dekat dengan mahasiswa. Dengan pengemasan visual yang menarik dan terintegrasi, diharapkan perpustakaan dapat menjadi ruang yang lebih inklusif, familiar, dan relevan dengan kebutuhan generasi saat ini.

Kata Kunci: *Maskot, Media Promosi, Desain Komunikasi Visual, Perpustakaan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga Laporan Kerja Praktik yang berjudul **“Perancangan Media Promosi Perpustakaan Universitas Dinamika dengan Pengembangan Maskot”** dapat terselesaikan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.

Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika.

Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Dinamika;
2. **Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual;
3. **Ibu Setya Putri Erdiana, S.T., M.D** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktik dari awal hingga selesai;
4. **Ibu Maria Widya Nugrahayu, S.IIP** selaku Penyelia dan seluruh Kolega di Perpustakaan Universitas Dinamika yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap implementasi kerja praktik, serta memberikan ilmu dan motivasi;
5. Dan untuk semua kolega kreatif, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

Besar harapan penulis untuk Laporan Kerja Praktik ini dapat memberikan manfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Penulis

Arvin Ahsan Azizi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR MOTTO.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	2
1.5.1 Bagi Mahasiswa	2
1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan.....	3
1.5.3 Bagi Akademik.....	3
1.6 Pelaksanaan.....	3
1.7 Sistematika Penulisan	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DINAMIKA	6
2.1 Profil	6
2.2 Visi dan Misi.....	7
2.3 Logo	7
2.4 Struktur Organisasi	8
2.5 Deskripsi Pekerjaan	8

2.6 Foto Perpustakaan.....	9
BAB III LANDASAN TEORI.....	11
3.1 Perpustakaan	11
3.2 Media Promosi.....	13
3.2.1 Media Promosi Cetak	13
3.2.2 Media Promosi Digital.....	14
3.3 Maskot	14
3.4 <i>Layout</i>	16
3.5 Elemen-Elemen Desain	16
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	18
4.1 Materi Kerja Praktik	18
4.2 Sistem Pelaksanaan.....	18
4.3 Konsep	18
4.4 Brief	18
4.5 Referensi	19
4.6 Penentuan <i>Software</i>	19
4.7 Implementasi Karya.....	19
4.8 Hasil Karya	22
BAB V PENUTUP.....	26
5.1 Kesimpulan	26
5.2 Saran	26
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN 1 SURAT BALASAN KERJA PRAKTIK.....	xv
LAMPIRAN 2 FORM KERJA PRAKTIK 5 (HALAMAN 1).....	xvi
LAMPIRAN 3 FORM KERJA PRAKTIK 5 (HALAMAN 2).....	xvii
LAMPIRAN 4 FORM KERJA PRAKTIK 6	xviii
LAMPIRAN 6 FORM KERJA PRAKTIK 7	xx
LAMPIRAN 8 FORM BIMBINGAN DOSEN.....	xxii
BIODATA PENULIS.....	xxiii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perpustakaan Universitas Dinamika	7
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perpustakaan Universitas Dinamika	8
Gambar 2.3 Tampak Luar Perpustakaan Universitas Dinamika	9
Gambar 2.3 Tampak Dalam Perpustakaan Universitas Dinamika.....	10
Gambar 4.1 Lembar Kerja <i>Procreate</i>	19
Gambar 4.2 Desain Awal Maskot	20
Gambar 4.3 Pemilihan Warna untuk Sketsa Maskot	20
Gambar 4.4 <i>Export</i> ke JPG untuk Disimpan.....	21
Gambar 4.5 Cyla Memegang Piala	21
Gambar 4.6 Cylo Memegang Piala	21
Gambar 4.7 Jangan Berisik! (Cyla).....	22
Gambar 4.8 Jangan Melakukan Itu! (Cylo).....	22
Gambar 4.9 Membawa Totebag (Cyla).....	22
Gambar 4.10 Yup Benar (Cyla)	22
Gambar 4.11 Siip (Cyla)	23
Gambar 4.12 Okay (Cyla)	23
Gambar 4.13 Jangan Berisik! (Cylo)	23
Gambar 4.14 No atau Stop! (Cylo)	23
Gambar 4.15 Jangan Lupa Minum! (Cylo)	23
Gambar 4.16 Dilarang Makan Disini! (Cyla)	23
Gambar 4.17 Tunjukkan Kartu Perpusmu! (Cyla)	24
Gambar 4.18 Simpan Barang di Lemari! (Cyla).....	24
Gambar 4.19 Jangan Lakukan Itu! (Cyla).....	24
Gambar 4.20 Selempang Duta Aksara Cyla dan Cylo).....	24

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT BALASAN KERJA PRAKTIK	xv
LAMPIRAN 2 FORM KERJA PRAKTIK 5 (HALAMAN 1).....	xvi
LAMPIRAN 3 FORM KERJA PRAKTIK 5 (HALAMAN 2).....	xvii
LAMPIRAN 4 FORM KERJA PRAKTIK 6 (HALAMAN 1).....	xviii
LAMPIRAN 6 FORM KERJA PRAKTIK 7 (HALAMAN 1).....	xix
LAMPIRAN 8 FORM BIMBINGAN DOSEN	xx
BIODATA PENULIS	xxi



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perpustakaan sebagai salah satu fasilitas penting di lingkungan perguruan tinggi memiliki peran yang sangat strategis dalam menunjang kegiatan akademik dan perkembangan literasi mahasiswa. Perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk mencari sumber informasi, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran, penelitian, dan pengembangan pengetahuan (Nada, 2024). Di Universitas Dinamika, perpustakaan memiliki berbagai koleksi buku, jurnal, dan media digital yang sangat mendukung kebutuhan informasi mahasiswa. Namun, meskipun fasilitas ini tersedia, masih banyak mahasiswa yang kurang memanfaatkan keberadaan perpustakaan dengan optimal.

Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya tingkat kunjungan dan pemanfaatan perpustakaan adalah kurangnya pemahaman dan informasi mengenai keberadaan serta layanan yang disediakan oleh perpustakaan itu sendiri. Meskipun berbagai program telah dilakukan, masih dibutuhkan upaya yang lebih efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan perpustakaan sebagai tempat yang menarik dan bermanfaat (Muhtadien, 2019). Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui media promosi yang lebih kreatif dan inovatif, seperti pengembangan maskot yang dapat menjadi simbol yang mudah dikenali dan menarik perhatian audiens, khususnya mahasiswa Universitas Dinamika.

Penggunaan maskot dalam media promosi telah terbukti efektif dalam menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah diingat. Maskot tidak hanya berfungsi sebagai simbol yang memperkenalkan layanan, tetapi juga dapat membangun kedekatan emosional dengan audiens, sehingga lebih memotivasi mereka untuk mengunjungi dan memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Oleh karena itu, perancangan media promosi perpustakaan Universitas Dinamika dengan pengembangan maskot menjadi solusi yang potensial untuk meningkatkan awareness dan minat mahasiswa terhadap perpustakaan. Dalam laporan ini, akan dibahas bagaimana konsep media promosi yang melibatkan maskot dapat

dikembangkan untuk meningkatkan citra positif dan daya tarik perpustakaan Universitas Dinamika di kalangan mahasiswa (Hidayah, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diangkat dalam laporan ini adalah:

“Bagaimana merancang media promosi Perpustakaan Universitas Dinamika dengan pengembangan maskot?”

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka ditentukan batasan-batasan permasalahan agar laporan ini terfokus dan tidak meluas terlalu jauh. Batasan-batasan masalah tersebut antara lain:

1. Perancangan dan observasi difokuskan untuk desain maskot Perpustakaan Universitas Dinamika yang terdiri dari 2 karakter yaitu Cyla dan Cylo
2. Maskot Perpustakaan Universitas Dinamika terwujud dalam bentuk ilustrasi *flat design* yang dapat diimplementasikan dalam berbagai *merchandise* seperti *maskot doll*, *stiker*, *tote bag*, *keychain*, dan *tumbler*.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk merancang pengembangan desain maskot Perpustakaan Universitas Dinamika guna menarik perhatian mahasiswa.

1.5 Manfaat

Dalam melakukan kegiatan Kerja Praktik di Perpustakaan Universitas Dinamika ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

1.5.1 Bagi Mahasiswa

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu desain grafis yang telah diajarkan pada saat perkuliahan.

2. Menambah ilmu dan pengalaman dibidang branding, digital marketing, dan industri kreatif.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan untuk mempersiapkan diri baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.5.2 Bagi Instansi/Perusahaan

1. Membantu Perpustakaan Universitas Dinamika dalam pengembangan desain maskot yang beragam sebagai media promosi
2. Membantu Perpustakaan Universitas Dinamika dalam mencari potensi di bidang desain grafis dan industri kreatif.

1.5.3 Bagi Akademik

1. Dapat mengaplikasikan ilmu desain grafis pada setiap proyek desain maskot
2. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai portfolio dan asset dalam dunia kerja nantinya.

1.6 Pelaksanaan

a. Detail Perusahaan

Nama : Perpustakaan Universitas Dinamika
Alamat : Jl. Raya Kedung Baruk No.98, Kedung Baruk, Kec.
Rungkut, Surabaya, Jawa Timur 60298
Telepon : 0822-3303-3086
Email : perpus@dinamika.ac.id

b. Periode

Tanggal Pelaksanaan : 11 November 2024 s.d. 8 Desember 2024
Waktu : 08.00 - 17.00 WIB (Senin - Jumat)

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan kerja ini terdiri dari 5 bab, yang masing-masing bab terdiri dari sub bab-sub bab yang menjelaskan inti dari pembahasan dalam penyusunan laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pelaksanaan, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DINAMIKA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum tempat dilaksanakannya kerja praktik yaitu Perpustakaan Universitas Dinamika.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi berbagai macam teori, konsep, dan pengertian yang menjadi dasar kuat dalam sebuah laporan kerja praktik dan perancangan pengembangan desain maskot.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai pekerjaan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja praktik di Perpustakaan Universitas Dinamika. Selain itu, akan dibahas pula penjelasan dan hasil pengembangan desain maskot dalam sebuah implementasi karya.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan membahas kesimpulan dan saran. Pada sub-bab kesimpulan akan meringkas keseluruhan hasil laporan kerja praktik dalam satu kesimpulan yang terkait dengan permasalahan dan solusi yang ditawarkan penulis. Pada sub-bab

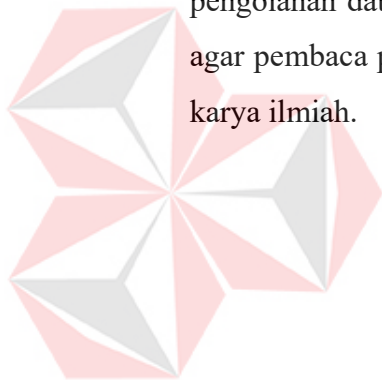
saran, penulis akan memberikan masukan terkait masalah yang diangkat dalam laporan kerja praktik.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi informasi terkait daftar referensi yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan kerja praktik ini berupa buku, jurnal, maupun *e-book*, *website*, dan lain-lain

LAMPIRAN

Berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi karya ilmiah seperti dokumen khusus, instrument/questioner/alat pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, table, peta atau gambar. Keterangan tambahan ini dimaksudkan agar pembaca mendapat gambaran lebih menyeluruh akan proses dari penyusunan karya ilmiah.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DINAMIKA

2.1 Profil

Perpustakaan Universitas Dinamika adalah pusat informasi yang mendukung kegiatan akademik dan penelitian bagi civitas akademika di lingkungan kampus. Dilengkapi dengan berbagai koleksi buku, jurnal, e-book, dan sumber daya digital lainnya, perpustakaan ini bertujuan untuk memfasilitasi mahasiswa, dosen, dan peneliti dalam memperoleh referensi yang berkualitas untuk menunjang proses pembelajaran dan penelitian. Saat ini, sumber informasi yang dapat diakses telah beragam seperti Dinamika Digital Library untuk akses koleksi ebook dan Basis data Jurnal yang telah dilanggan. Langganan Basis data jurnal berupa IEEE Explore, ACM, Proquest, dan Gale.

Selain menyediakan koleksi fisik, perpustakaan Universitas Dinamika juga telah mengadopsi teknologi informasi dengan menghadirkan layanan katalog digital dan akses online untuk mempermudah pengguna dalam mencari dan meminjam bahan bacaan. Perpustakaan ini juga menyediakan berbagai fasilitas penunjang, seperti ruang baca, ruang diskusi, dan komputer dengan akses internet.

Berikut adalah beberapa informasi mengenai identitas dari Perpustakaan Universitas Dinamika:

Nama : Perpustakaan Universitas Dinamika
Alamat : Jl. Raya Kedung Baruk No.98, Kedung Baruk, Kec. Rungkut,
Surabaya, Jawa Timur 60298
Telepon : 0822-3303-3086
Instagram : @dinamikalibrary
Email : perpus@dinamika.ac.id
Hari Kerja : Senin s/d Jumat
Jam Kerja : 07.00 – 18.00 WIB

2.2 Visi dan Misi

Visi

Terwujudnya perpustakaan sebagai learning commons dan information center yang mendukung visi, misi, dan tujuan Universitas Dinamika dalam menyediakan sumber belajar dan layanan berbasis digital.

Misi

1. Menyediakan tempat belajar dan lingkungan akademik yang sehat berbasis teknologi informasi yang bermutu, berkualitas dan futuristik.
2. Melaksanakan promosi perpustakaan baik internal maupun eksternal.
3. Mengembangkan dan menyediakan akses sumber informasi yang relevan dan terkini baik dalam bentuk cetak dan digital untuk mendukung pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi.
4. Mengembangkan dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka memberikan kemudahan akses layanan tanpa batas.
5. Melaksanakan pengembangan profesional SDM Perpustakaan dalam rangka membentuk SDM yang professional dan berjiwa entrepreneur.

2.3 Logo

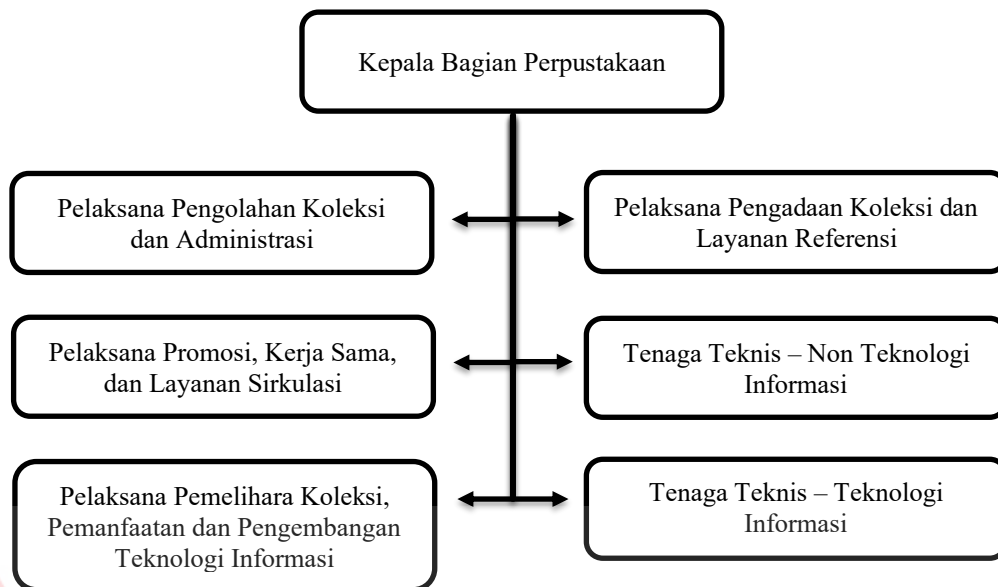
Berikut adalah logo Perpustakaan Universitas Dinamika



Gambar 2.1 Logo Perpustakaan Universitas Dinamika

(Sumber: google.com, 2025)

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perpustakaan Universitas Dinamika

(Sumber: Website Undika Library, 2025)

2.5 Deskripsi Pekerjaan

A. Kepala Bagian Perpustakaan

Melakukan penyusunan rencana strategis perpustakaan, penyusunan program kerja tahunan, pengelolaan sumber daya, pembinaan tenaga perpustakaan, dan promosi layanan perpustakaan.

B. Pelaksana Pelaksana Pengolahan Koleksi dan Administrasi

Melakukan pengadaan bahan perpustakaan dan melaksanakan pengembangan koleksi perpustakaan.

C. Pelaksana Promosi, Kerja Sama, dan Layanan Sirkulasi

Melakukan layanan dasar perpustakaan, seperti pengelolaan koleksi, layanan sirkulasi (peminjaman dan pengembalian), layanan referensi (bantuan pencarian informasi), dan pengembangan program-program yang mendukung minat baca

D. Pelaksana Pemelihara Koleksi, Pemanfaatan dan Pengembangan Teknologi Informasi

Melakukan layanan dasar perpustakaan seperti pemeliharaan dan pengelolaan koleksi, pemanfaatan teknologi informasi untuk layanan dan pengembangan, serta pengembangan sistem dan aplikasi teknologi informasi.

E. Pelaksana Pengadaan Koleksi dan Layanan Referensi

Melakukan tugas kepustakawanan, seperti pengadaan, pengelolaan, dan perawatan koleksi referensi, serta memberikan bimbingan dan bantuan kepada pemustaka dalam mengakses dan memanfaatkan informasi.

F. Tenaga Teknis – Non Teknologi Informasi

Melakukan pengelolaan koleksi, pelayanan pemustaka, pemeliharaan fasilitas, mendukung kegiatan operasional perpustakaan seperti tata usaha, kebersihan dan keamanan.

G. Tenaga Teknis – Teknologi Informasi

Melakukan pengelolaan infrastruktur IT, pengembangan sistem informasi perpustakaan, pemeliharaan perangkat keras dan lunak, serta memberikan dukungan teknis kepada pengguna perpustakaan.

2.6 Foto Perpustakaan



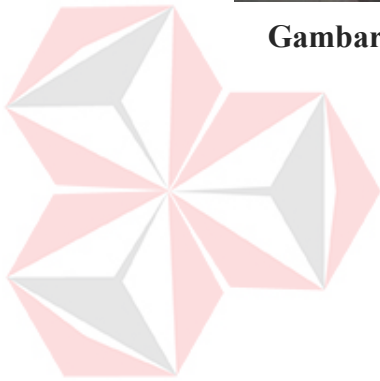
Gambar 2.3 Tampak Luar Perpustakaan Universitas Dinamika

(Sumber: google.com, 2025)



Gambar 2.4 Tampak Dalam Perpustakaan Universitas Dinamika

(Sumber: google.com, 2025)



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Perpustakaan

Perpustakaan merupakan lembaga yang memiliki peran penting dalam menyediakan dan mendistribusikan informasi untuk mendukung kebutuhan pendidikan, penelitian, serta pengembangan literasi. Sebagai pusat sumber daya informasi, perpustakaan tidak hanya menyimpan buku, jurnal, atau media informasi lainnya, tetapi juga berfungsi untuk mengorganisir, mengakses, dan menyebarkan informasi secara efektif. Dalam konteks pendidikan tinggi, perpustakaan memiliki kontribusi besar dalam proses pembelajaran dan penelitian, serta pengembangan kemampuan literasi informasi di kalangan mahasiswa dan dosen.

Perpustakaan, menurut Soeharyo (2015), adalah sebuah lembaga yang mengelola dan menyediakan koleksi informasi yang terorganisir, baik dalam bentuk fisik (buku, jurnal, dll.) maupun digital, untuk memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Menurut Buckland (1992), perpustakaan juga bisa didefinisikan sebagai "sebuah organisasi yang menyediakan akses ke informasi untuk kebutuhan pendidikan, penelitian, dan hiburan". Dengan demikian, perpustakaan bukan hanya tempat untuk menyimpan koleksi, melainkan juga merupakan lembaga yang mengatur akses dan distribusi informasi tersebut secara efisien.

Perpustakaan Universitas Dinamika merupakan pusat informasi dan sumber belajar yang mendukung kegiatan akademik seluruh sivitas akademika. Dilengkapi dengan koleksi buku, jurnal, skripsi, serta akses ke berbagai basis data digital, perpustakaan ini menyediakan lingkungan yang kondusif untuk studi dan penelitian. Dengan fasilitas modern seperti ruang baca nyaman, layanan peminjaman online, serta staf yang ramah dan profesional, perpustakaan Universitas Dinamika berperan penting dalam menunjang pengembangan ilmu pengetahuan dan keterampilan mahasiswa serta dosen.

Perpustakaan memiliki berbagai fungsi yang sangat vital dalam dunia pendidikan, sebagaimana dijelaskan oleh Astuti (2017), yaitu:

a. Fungsi Edukatif

Perpustakaan menyediakan sumber informasi yang dapat digunakan oleh mahasiswa dan dosen untuk memperkaya pengetahuan mereka dalam berbagai disiplin ilmu.

b. Fungsi Informatif

Perpustakaan berperan dalam menyediakan informasi yang dapat diakses oleh mahasiswa, dosen, peneliti, dan masyarakat umum untuk keperluan akademik maupun non-akademik.

c. Fungsi Rekreatif

Perpustakaan juga menyediakan berbagai bahan bacaan yang tidak hanya terbatas pada referensi ilmiah, tetapi juga koleksi hiburan seperti novel, majalah, dan lainnya untuk menunjang kebutuhan informasi yang lebih santai.

Perpustakaan juga dapat berfungsi sebagai tempat untuk pengembangan literasi informasi, yang penting untuk membantu pengguna mengakses dan memanfaatkan informasi dengan lebih efektif. Literasi informasi menjadi salah satu komponen penting dalam dunia pendidikan tinggi, karena tidak hanya mengandalkan pengetahuan yang didapatkan dari materi kuliah, tetapi juga dari kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi yang relevan.

Dengan kemajuan teknologi informasi, peran perpustakaan tidak lagi terbatas pada koleksi fisik, tetapi juga meluas ke sumber daya digital. Purwandari (2017) menjelaskan bahwa penerapan teknologi di perpustakaan membawa perubahan signifikan dalam cara informasi dikelola dan diakses. Sistem informasi berbasis teknologi mempermudah pengunjung untuk mengakses koleksi perpustakaan secara online, baik itu buku digital (e-book), jurnal online, maupun database penelitian. Dengan adanya fasilitas ini, perpustakaan dapat lebih efisien dalam menyebarkan informasi serta mempermudah mahasiswa dan dosen dalam mencari dan mengakses informasi yang dibutuhkan.

3.2 Media Promosi

Pentingnya promosi untuk meningkatkan penggunaan perpustakaan di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum juga menjadi perhatian dalam manajemen perpustakaan. Syarifuddin (2018) mengemukakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan minat pengguna terhadap perpustakaan adalah dengan melakukan promosi yang kreatif. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, baik media cetak, digital, maupun media sosial. Dalam hal ini, pengembangan maskot sebagai alat promosi dapat menjadi salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian audiens, khususnya mahasiswa, dan membangun citra positif perpustakaan sebagai tempat yang menyenangkan dan bermanfaat.

Branding perpustakaan adalah upaya untuk menciptakan citra positif yang kuat melalui penggunaan elemen visual yang konsisten, seperti logo, maskot, dan materi promosi lainnya. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa branding yang efektif akan membangun identitas yang kuat di benak audiens. Untuk perpustakaan, branding dapat dilakukan dengan merancang elemen-elemen visual yang mudah dikenali dan menarik, sehingga perpustakaan tidak hanya dikenal sebagai tempat untuk meminjam buku, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran yang menarik dan relevan bagi mahasiswa. Penggunaan maskot, sebagai salah satu bentuk branding, memiliki potensi untuk meningkatkan keterlibatan emosional dengan audiens dan membuat perpustakaan lebih dikenal.

3.2.1 Media Promosi Cetak

Media promosi cetak adalah salah satu bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan menarik perhatian target audiens melalui bahan fisik seperti brosur, poster, pamflet, baliho, dan majalah. Keunggulan media cetak terletak pada daya tahannya yang relatif lama, kemudahan distribusi, serta kemampuannya menjangkau berbagai kalangan, termasuk mereka yang tidak terbiasa dengan teknologi digital. Selain itu, desain visual yang menarik dan informasi yang disajikan secara ringkas dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan promosi yang disampaikan (Kotler, 2016).

Dalam dunia pemasaran, media promosi cetak tetap memiliki peran penting meskipun era digital terus berkembang. Perusahaan atau lembaga sering menggunakannya sebagai bagian dari strategi promosi terpadu, karena media ini mampu membangun citra merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan pemilihan desain, konten, dan media yang tepat, promosi cetak dapat menjadi alat yang efektif dalam memperkenalkan produk, layanan, atau program tertentu kepada khalayak luas (Kotler, 2016).

3.2.2 Media Promosi Digital

Media promosi digital adalah sarana pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dan perangkat digital untuk menyampaikan pesan kepada konsumen secara cepat, interaktif, dan terukur. Contoh media promosi digital antara lain media sosial, website, email marketing, iklan digital (Google Ads, Facebook Ads), serta konten multimedia seperti video dan podcast. Keunggulan utama dari promosi digital adalah jangkauan luas, biaya yang relatif efisien, serta kemampuan analisis data secara real-time yang memungkinkan pelaku usaha untuk mengukur efektivitas kampanye dan menyesuaikan strategi secara dinamis (Chaffey, 2019).

Dalam perkembangan era digital saat ini, media promosi digital menjadi pilihan utama bagi banyak perusahaan dan organisasi karena mampu menjangkau audiens yang lebih spesifik melalui teknik segmentasi pasar yang canggih. Selain itu, interaksi langsung antara konsumen dan brand melalui media sosial meningkatkan keterlibatan (engagement) serta membangun loyalitas pelanggan. Dengan strategi konten yang menarik dan pemanfaatan teknologi yang tepat, promosi digital menjadi alat yang sangat efektif dalam membangun citra dan meningkatkan penjualan (Ryan, 2016).

3.3 Maskot

Menurut Ardhi (2013) maskot adalah media promosi yang berwujud karakter yang mewakili perusahaan tersebut. Karakter tokoh ini biasanya memiliki sifat dan tampilan yang merepresentasikan perusahaan tersebut. Warna-warna yang dipakai pun tidak terlalu jauh berbeda dari logo perusahaan yang diwakilinya.

Biasanya bisa berbentuk fisik dengan ukuran yang besar seukuran manusia, bisa berwujud patung yang tidak bergerak maupun orang yang memakai kostum maskot tersebut. Maskot ini dibuat untuk menghadirkan identitas perusahaan melalui sebuah karakter tokoh.

Menurut Wheeler (2009) Maskot adalah personifikasi dari brand dalam wujud karakter tertentu dengan sifat dan ciri khas yang mewakili brand tersebut. Maskot dapat menjadi alat komunikasi sekaligus diferensiasi yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks “awareness” untuk jangka pendek, dan “loyalty” untuk jangka panjang. Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu menggambarkan sebuah filosofi, membawa gambaran visi dan misi, serta mampu menjadi bagian dari publik itu sendiri.

Menurut Bootwala (2007) maskot adalah ilustrasi nyata, imajinasi, atau kepribadian yang diperkenalkan untuk personalisasi pesan penjualan atau sebuah nama. Shaila mengungkapkan, sebuah maskot harus digunakan terus menerus jika ingin menjadi media yang berguna dan efektif, selain itu harus ada dukungan serta kesinambungan dari layout untuk mewujudkan sebuah maskot.

Keberadaan maskot ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens. Banyak audiens biasanya berfoto bersama maskot ini. Maskot sangat atraktif dalam menarik perhatian audiens karena bisa dihadirkan dalam pose-pose maupun nuansa-nuansa tematik yang berbeda. Misalnya, maskot tersebut sedang dalam posisi sedang berlari, bergaya, tersenyum dan lain-lain. Atau maskot bisa hadir dengan baju Santa Claus saat menjelang Natal atau membawa ketupat saat Lebaran. Keberadaan maskot ini juga bisa dimana saja. Patung maskot biasanya ditempatkan di depan perusahaan yang terkait, sedangkan untuk orang berkostum maskot bisa di tempat-tempat yang sering dilalui audiens. Maskot ini bisa dipopulerkan juga dengan pernak-pernik yang dimiliki perusahaan, seperti kaos, stiker, mug, flyer, dan media promosi lainnya (Ardhi. 2013).

Semakin banyak perusahaan yang menjadikan maskot sebagai salah satu strategi branding mereka, maka selalu menarik untuk melihat mana saja yang masih melekat dibenak semua orang dan yang mudah dilupakan. Desain maskot yang

biasanya berupa karakter kartun biasa digunakan dalam bisnis dan membuat sebuah brand berbeda dengan brand lainnya

3.4 Layout

Layout adalah proses sketsa rancangan awal yang mengatur elemen visual dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis. Layout penting untuk proyek apapun untuk menyampaikan pesan melalui visual yang menarik, penataan unsur grafis dilakukan sesuai dengan kriteia bertujuan pesan tersampaikan dengan tepat.

3.5 Elemen-Elemen Desain

Elemen dalam desain grafis terdiri dari 7 elemen, elemen ini sangat penting dalam karya desain grafis.

A. Titik

Titik adalah unsur elemen utama atau dasar sebuah karya desain grafis, dalam pembentukan titik tidak bisa diartikan apabila memiliki bentuk yang telah berubah.

B. Garis

Garis merupakan unsur desain dari rangkaian elemen titik yang mempengaruhi bentuk objek.

C. Bidang

Bidang adalah rangkaian garis yang telah dibentuk, dan tidak mempunyai unsur tebal dapat dikatakan bidang hanya memiliki dimensi panjang dan lebar.

D. Tekstur

Tekstur permukaan suatu bidang yang dapat dilihat dan dirasakan, pembuatannya jauh lebih rumit daripada titik, garis, dan bidang.

E. Bentuk

Bentuk mempunyai dimensi diameter, tinggi, dan lebar. Bentuk dua dimensi dibuat dengan beberapa garis hanya memiliki satu arah pandang, sedangkan bentuk tiga dimensi dibuat dengan bidang yang memiliki ruang pandang menyeluruh.

F. Ruang

Ruang dalam karya desain grafis dapat bertambahnya bentuk wujud objek desain, aspek ruang berfungsi menjadi akses untuk menambahkan focus atau pandangan audiens.

G. Warna

Warna dapat dibedakan pada objek desain. Warna terbagi menjadi dua yaitu warna additive atau RGB adalah warna yang berasal dari cahaya yang disebut spektrum, sedangkan warna subtractive atau CMYK adalah warna yang berasal dari bahan disebut dengan pigmen.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Materi Kerja Praktik

Kerja Praktik dilaksanakan di Perpustakaan Universitas Dinamika. Kegiatan yang dilakukan adalah pengembangan maskot Perpustakaan Universitas Dinamika yang bernama Cyla dan Cylo dari segi pakaian dan *gesture* yang menarik sebagai media promosi.

4.2 Sistem Pelaksanaan

Pada tahap awal pengembangan maskot Perpustakaan Universitas Dinamika, proses dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu sketsa manual dan final design. Tahap sketsa manual digunakan untuk mengeksplorasi berbagai ide bentuk dan gaya visual sebelum masuk ke penyempurnaan desain akhir. Dalam proses ini, dipilih karakteristik maskot yang mencerminkan sifat ramah, edukatif, modern, ikonik, dan mudah diingat agar sesuai dengan citra perpustakaan sebagai pusat pembelajaran yang inspiratif.

4.3 Konsep

Pada bagian konsep ini, perancang memilih berbagai *gesture* dan pakaian yang menarik untuk memperkuat karakter dari maskot. Pemilihan *gesture* bertujuan agar maskot terlihat lebih ekspresif dan mampu menyampaikan pesan secara visual dengan lebih efektif. Meskipun terdapat variasi dalam pose dan busana, perancang tetap mempertahankan tone warna yang sudah ada sebelumnya agar identitas maskot tetap konsisten dan mudah dikenali. Dengan pendekatan ini, maskot tidak hanya menjadi representasi visual, tetapi juga mampu membangun koneksi emosional dengan audiens.

4.4 Brief

Brief merupakan langkah awal yang sangat penting dalam proses pengembangan maskot, karena menjadi dasar acuan bagi seluruh tahapan desain

selanjutnya. Dalam brief ini, berbagai informasi kunci seperti tujuan pembuatan maskot, target audiens, karakteristik yang ingin ditonjolkan, serta gaya visual yang diinginkan akan dirumuskan secara jelas. Brief juga mencakup arah kreatif dan strategi komunikasi yang akan digunakan, terutama karena maskot tersebut dirancang untuk keperluan konten media sosial dan promosi.

4.5 Referensi

Referensi merupakan elemen penting yang membantu desainer dalam mempermudah proses pengerjaan tugas desain. Dengan adanya referensi, desainer dapat memiliki gambaran yang lebih jelas mengenai gaya visual, komposisi, atau elemen estetika yang sesuai dengan kebutuhan proyek. Selain itu, referensi juga berfungsi sebagai bahan perbandingan untuk menentukan desain yang paling menarik, mudah dipahami, dan memiliki tampilan visual yang kuat.

4.6 Penentuan *Software*

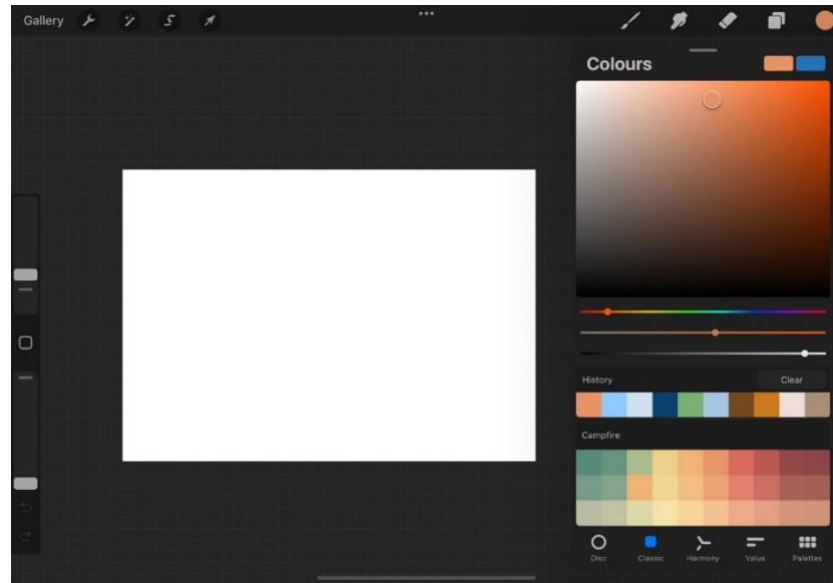
Setelah referensi sudah didapat dan dikembangkan, desainer akan memasuki tahap penentuan *software* apakah yang akan digunakan selama pengerjaan nantinya. *Software* yang penulis gunakan adalah *Procreate*.

Procreate adalah aplikasi desain dan ilustrasi digital berbasis *iPad*, yang populer di kalangan ilustrator, desainer, dan seniman digital. Penulis menggunakan *Procreate* dikarenakan memiliki banyak fitur unggulan seperti ribuan *brush* custom yang bisa ditambahkan sendiri, time-lapse recording otomatis, latar system seperti *Photoshop*, dan antarmuka yang intuitif dan ringan digunakan. Hal ini sangat cocok untuk pembuatan maskot, desain ekspresi, dan pewarnaan manual.

4.7 Implementasi Karya

A. Proses Desain

Berikut ini merupakan proses desain yang akan dirancang untuk digunakan di *Procreate*.



Gambar 4.1 Lembar Kerja Procreate

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Langkah pertama perancang membuat lembar kerja berukuran kertas A4 dan menggunakan 13 lembar kerja.

B. Memulai Desain Sesuai Gesture dan Pakaian yang telah Dikonsep

Langkah kedua perancang membuat desain maskot sesuai gesture dan pakaian yang telah ditentukan atau sesuai brief.

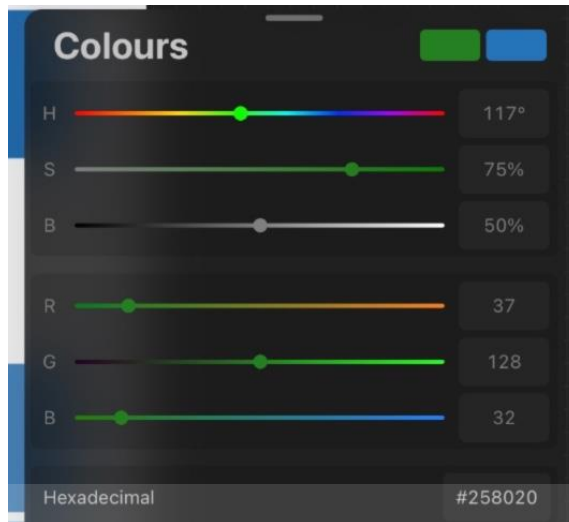


Gambar 4.2 Desain Awal Maskot

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

C. Pemilihan Warna

Langkah ketiga yaitu pemilihan warna dan pewarnaan pada sketsa polos yang telah digambar.

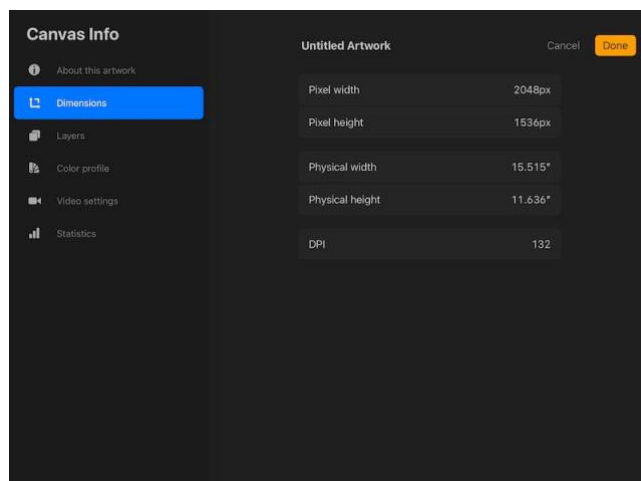


Gambar 4.3 Pemilihan Warna untuk Sketsa Maskot

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

D. *Export* ke JPG Sebagai Preview Untuk Asistensi

Langkah terakhir menyimpan file yang telah didesain dan mengekspor ke JPG. Hal ini akan diasistensikan kepada pihak Perpustakaan Universitas Dinamika apakah ada yang kurang atau ingin mengganti desain.



Gambar 4.4 *Export* ke JPG untuk Disimpan

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

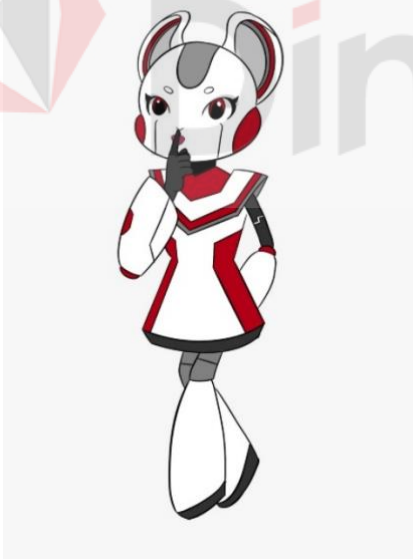
4.8 Hasil Karya



Gambar 4.5 Cyla Memegang Piala
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



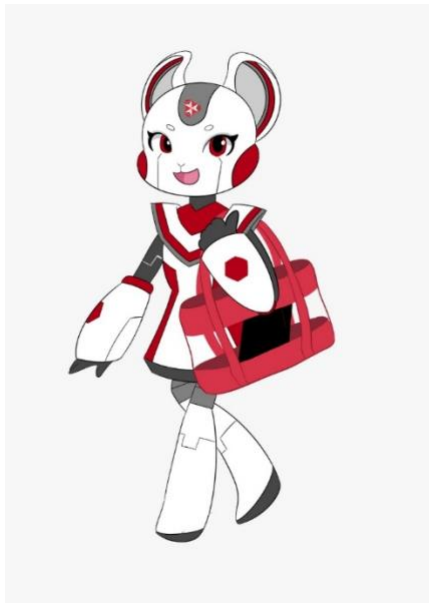
Gambar 4.6 Cylo Memegang Piala
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



Gambar 4.7 Jangan Berisik!
(Cyla)
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

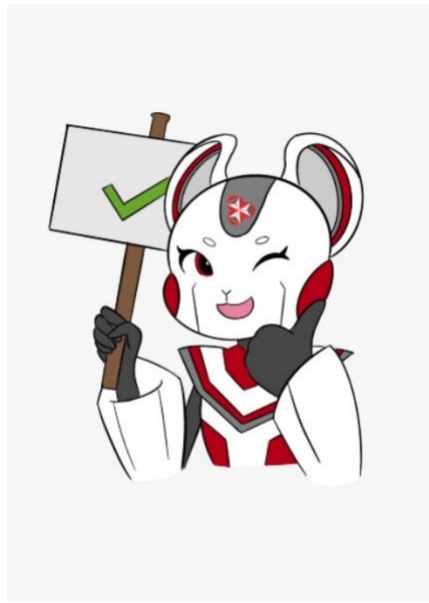


Gambar 4.8 Jangan Melakukan Itu! (Cylo)
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



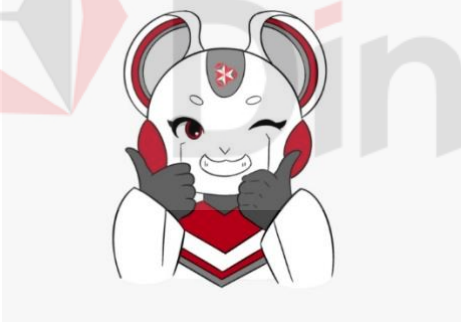
**Gambar 4.9 Membawa Totebag
(Cyla)**

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



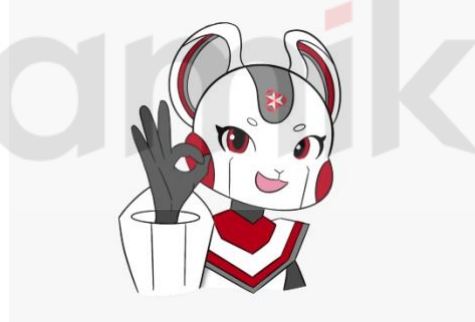
Gambar 4.10 Yup Benar (Cyla)

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



Gambar 4.11 Siip (Cyla)

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



Gambar 4.12 Okay (Cyla)

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.13 Jangan Berisik!
(Cylo)**
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



Gambar 4.14 No atau Stop! (Cylo)
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.15 Jangan Lupa
Minum! (Cylo)**
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.16 Dilarang Makan
Disini! (Cyla)**
(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.17 Tunjukkan Kartu
Perpusmu! (Cyla)**

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.18 Simpan Barang di
Lemari! (Cyla)**

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.19 Jangan Lakukan
Itu! (Cyla)**

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)



**Gambar 4.20 Selempang Duta
Aksara Cyla dan Cylo**

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam pelaksanaan kerja praktik perancangan media promosi Perpustakaan Universitas Dinamika dengan pengembangan desain maskot, dapat disimpulkan bahwa proses perancangan maskot ini berhasil menciptakan identitas visual yang menarik dan sesuai dengan karakter perpustakaan serta nilai-nilai universitas. Maskot yang dikembangkan mampu menggambarkan semangat literasi, kemudahan akses informasi, dan kehangatan layanan perpustakaan. Selain itu, desain maskot juga telah mempertimbangkan aspek estetika dan fungsional yang dapat diaplikasikan pada berbagai media promosi perpustakaan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan civitas akademika.

5.2 Saran

1. Pengembangan lebih lanjut: Disarankan untuk melakukan pengujian dan evaluasi maskot pada pengguna perpustakaan agar mendapatkan feedback yang konstruktif untuk penyempurnaan desain.
2. Penerapan konsisten: Maskot perlu digunakan secara konsisten dalam berbagai media, baik cetak maupun digital, untuk memperkuat branding perpustakaan.
3. Kegiatan promosi: Disarankan untuk mengintegrasikan maskot dalam program-program promosi dan edukasi perpustakaan guna meningkatkan kesadaran dan minat membaca di kalangan mahasiswa.
4. Kolaborasi lintas departemen: Perpustakaan dapat bekerja sama dengan pihak fakultas dan organisasi mahasiswa untuk memperluas penggunaan maskot sehingga dampak positifnya lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhi, Yudha. 2013. Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta: PT. Bintang Pustaka Abadi
- Astuti, S. (2017). Pemasaran Perpustakaan: Teori dan Praktik di Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Bootwala, Shaila. 2007. Advertising and Sales Promottion. Mumbay : Nikali Prakashan
- Buckland, M. (1992). Redefining the Library: A Cultural Perspective. Chicago: University of Chicago Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Hidayah, L.R., dkk. (2022). Peran Maskot Untuk Memperkuat dentitas Visual Brand. Vol 1 (12). Viewed on <
<https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/download/2934/1980/7332>>
- Husni, A. (2018). Perpustakaan dan Literasi Informasi: Meningkatkan Kualitas Pembelajaran dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- Muhtadien, S. dan Krismayani, I. (2019). Faktor-Faktor Penyebab Rendahnya Minta Kunjung Siswa Ke Perpustakaan SMAN 2 Mranggen. Viewed on <
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/viewFile/23240/21268>>
- Nada, I. W. dan Griadhi, M. H.W. (2024). Perpustakaan Sebagai Pusat Informasi Entrepreneurship. Vol 4 (1). Viewed on <
<https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/msip/article/download/3854/1471/>>
- Nugroho, Y. & Budiarti, S. (2018). "Peran Media Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Pengguna ke Perpustakaan". Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 8(2), 45-58.
- Purwandari, I. (2017). Perpustakaan Digital: Implementasi Teknologi dalam Pengelolaan Sumber Daya Informasi. Jakarta: Prenadamedia

- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Smith, J., & Jones, M. (2016). "Mascots and Branding in Educational Institutions". *Journal of Branding and Marketing*, 22(3), 30-42.
- Soeharyo, S. (2015). *Manajemen Perpustakaan: Konsep dan Praktik*. Jakarta: Grasindo.
- Syarifuddin, M. (2018). "Strategi Promosi Perpustakaan untuk Meningkatkan Kunjungan Pengguna." *Jurnal Pengembangan Perpustakaan*, 8(1), 25-38.
- Taufik, H. (2021). *Pengenalan dan Perancangan Maskot sebagai Media Promosi*. Surabaya: Universitas Dinamika Press.
- Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identity*. Canada, New Jersey: Acid Free Paper.



UNIVERSITAS
Dinamika