

DESAIN MASKOT DAN PROMOSI PARIWISATA KOTA MUARA TEWEH KALIMANTAN TENGAH

Rintania Rosita Citra Dewi¹, Handriyotopo²

Prodi S1-Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

¹Email: rorosozit@gmail.com

²Email: handriyo@isi-ska.ac.id

ABSTRACT

Promotion is an important tool for the development of the tourism industry which is being promoted by the government. Likewise for the city of Muara Teweh in Central Kalimantan Province, which is developing the tourism economic sector. Promotional activities are important so that the potential for superior and unique tourist destinations can be an alternative for tourists to visit the province of Central Kalimantan. The design of tourism promotion in Muara Teweh city with a visual approach using mascot as a promotional strategy through the concept of visual identity has a different persuasive appeal to the promotion approach that has been done before. The mascot creation method begins with qualitative research with field observations through the design stages of design principles namely sketches, thumbnails, experimentation, and design executions that incorporate visual elements from endangered Kalimantan animal figures, namely Orangutans, Honey Bears, and Hornbills. The combination of these three animal element figures became the city mascot of Muara Teweh named "Arai" which means happy (spirit). Thus "Masai Arai" is expected to be able to represent the visual identity of the promotion of the city of Mura Teweh, Central Kalimantan, to support the communication process of message promotion through above-line advertising media and below-line media as well as merchandise.

Keywords: Promotion, Mascot, Muara Teweh Tourism

PENDAHULUAN

Muara Teweh berada di Kabupaten Barito Utara terletak di tengah-tengah pedalaman Provinsi Kalimantan Tengah dengan produk andalannya dari sektor Kehutanan, pertambangan batu bara, emas, perkebunan kelapa sawit, rotan, dan karet. Banyak potensi yang terdapat pada kota Muara Teweh mulai dari kerajinan hingga kebudayaannya. Segi kerajinan terdapat jenis olahan rotan dan industri perkebunan sawit yang luas, tetapi kurang media promosi, kota ini belum banyak diketahui oleh banyak orang. Suatu daerah biasanya terdapat sesuatu hal menjadi daya tarik daerah tersebut seperti tempat-tempat pariwisata atau destinasi. Kunjungan dengan keanekaragaman yang terdapat

pada suatu daerah entah berupa budaya (adat istiadat) monumen dan pemandangan alamnya. Muara Teweh memiliki banyak tujuan destinasi wisata, di mana tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi wisatawan khususnya wisata alam. Kalimantan Tengah yang terletak di tengah pulau Borneo masih sangat jarang mempromosikan aspek kebudayaan dan jenis pariwisatanya. Pada dasarnya potensi daerah Kalimantan sangat besar akan tetapi promosi masih sangat kurang oleh karena itu dibutuhkannya media promosi guna mengenalkan kepada khalayak publik tentang potensi tempat wisata di kota Muara Teweh Kalimantan Tengah. Desain komunikasi visual adalah Ilmu yang mempelajari konsep komunikasi

dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan *layout*. Semuanya dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju. (Sumbo Tinarbuko. 2015:77). Demikian halnya dalam mempromosikan Wisata Muara Teweh melalui tahapan komunikasi produk periklanannya. Perancangan komunikasi melalui maskot adalah sebuah inovasi untuk memperkenalkan produk wisata Maura Teweh. Posisi desainer komunikasi visual haruslah kreatif, inovatif dan memiliki kepekaan rasa estetik. Demikian pula pada perancangan maskot diperlukan kreativitas estetik, dan dalam periklanannya nanti haruslah menggali potensi simbolik lokalitasnya untuk memperebutkan pasar destinasi wisata, seperti yang diungkapkan Handriyotopo (2004:52) maka dalam kegiatan promosi desainer perlu memiliki *nice creativity* dan strategi marketing untuk mengkomunikasikan pesan secara visual yang lebih jitu untuk memperebutkan pasar yang semakin sempit dan penuh tantangan. Dalam hal ini pariwisata daerah Muara Teweh untuk meningkatkan destinasi wisatanya. Melalui desain komunikasi visual proses suatu promosi akan berjalan lebih menarik dan pantas untuk diterima oleh para konsumen ataupun khalayak umum, desain komunikasi visual mempunyai banyak bidang yang bervariasi dalam proses promosi, salah satunya dengan media promosi menggunakan desain maskot. Maskot menjadi peranan penting dalam menyampaikan suatu promosi, pada dasarnya maskot di Indonesia lebih banyak digunakan pada event acara atau instansi perusahaan.

PEMBAHASAN

Perancangan maskot kota ini bertujuan untuk mempromosikan tempat-tempat wisata yang terdapat di kota Muara Teweh, agar meningkatkan daya tarik masyarakat setempat

diperlukannya perancangan promosi yang baik. Melalui perancangan media maskot sebagai alat promosi dengan menggunakan unsur atau elemen visual menggabungkan identitas dari fauna-nya memiliki nilai tambah terkait keanekaragaman faunanya yang tidak dijumpai di daerah lain di Indonesia. Elemen periklanannya selalu menonjolkan aspek maskot sebagai daya gerak dari ilustrasi yang ditonjolkan dari sisi promosi periklanannya disamping ilustrasi berwujud visual fotografi.

Maskot dalam banyak pengertian adalah suatu lambang yang mencerminkan suatu event atau tempat tertentu, maskot banyak digunakan dalam hal promosi agar dapat menjadi bagian yang paling diingat oleh masyarakat atau konsumen yang menyaksikan event atau tempat tertentu yang memiliki ciri khas sendiri. Peran maskot dalam dunia promosi menjadi sangat penting dikarenakan masyarakat modern saat ini lebih menyukai sesuatu yang menarik perhatian. Maskot merupakan tokoh representatif, produk simbolistik dan alat untuk berkomunikasi yang digunakan sebagai alat mencitrakan dan sosialisasi seseorang/ identitas kota / produk / organisasi / event tertentu.

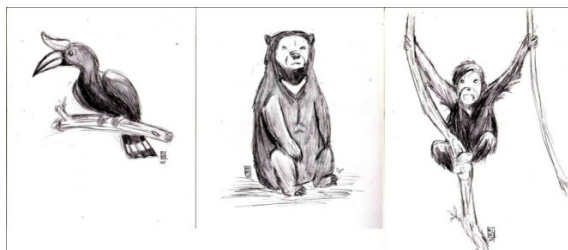
Proses promosi pariwisata kota Muara Teweh dengan menggunakan maskot memiliki posisi penting untuk memperkuat identitas kota tersebut, maskot di beberapa negara mempunyai beberapa kebutuhan yang berbeda, dan di Indonesia sendiri masyarakat mengenal maskot lebih kepada suatu kegiatan yang berhubungan dengan, acara, olimpiade, pekan raya dan taman bermain. Proses perancangan desain maskot ini didasari oleh keinginan memperkenalkan pariwisata daerah dengan cara memaskotkan hewan atau fauna khas daerah tersebut dan menjadikannya sebuah lambang atau ikonik daerah tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memaskotkan adalah menjadikan maskot tiap provinsi, tumbuhan dan binatang yang menjadi ciri khas daerahnya (KBBI Edisi ke IV, 2008:884).

1. Konsep Visual

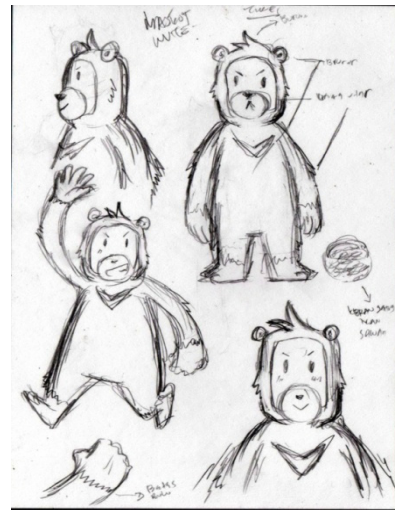
Desain maskot ini menggunakan media promosi pada iklan koran dan internet, media promosi pada iklan ini akan lebih menekankan ke dalam desain dan konsep media dengan menggunakan berbagai macam jenis karya yang telah dirangkum dengan menggunakan analisis data yang sudah diolah maka dimulailah dengan proses pembuatan desain Maskot kota Muara Teweh, yang diaplikasikan ke berbagai media seperti koran dan *billboard* yang dipasang di tempat wisata Dam Teringsing, Bumi Perkemahan Penglima Batur, dan Air Terjun Doyan. Maskot akan dibuat sesuai kegiatan dan aktifitas dari ketiga tempat wisata tersebut.

2. Draft / Thumbnail

Desain maskot kota Muara Teweh tahap awal perlu membuat banyak alternatif desain sebagai solusi penciptaan dan alternatif desain itu dikenal dengan nama *Thumbnail* atau lebih dikenal dengan nama *Prototipe*, *Thumbnail* lebih penting dari pada *Final Project* karena proses ini membuktikan proses berfikir, percobaan, dan perkembangan (Amy, 2007: 10). Proses tahapan desain ini dari hasil riset merupakan proses awal mula pembentukan desain atau prototif desain yang sudah dianalisis yang akan menjadi proses selanjutnya dalam pembuatan desain. Berikut ini adalah proses pembuatan prototip dari desain maskot yang akan dibuat:



Gambar 1 : Sketsa Hewan sebagai bentuk Maskot
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)



Gambar 2 : Sketsa Proses Pembuatan Maskot dari Penggabungan Tiga Hewan khas Kalimantan.
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Proses sketsa di atas menggambarkan maskot kota Muara Teweh diambil dari segi fauna hewan khas Kalimantan tengah. Proses sketsa dengan mengumpulkan berbagai gambar referensi yang ada dan disatukan menjadi sebuah karakter baru yang akan mewakili sebuah maskot untuk kota Muara Teweh. Maskot ini menampilkan hewan khas yang menjadi satu. Referensi maskot ini di ambil dari perpaduan beberapa hewan seperti pada maskot bernama Vinicius di Olimpiade Rio, yang memiliki badan monyet, berwajah kucing dan bercorak burung. Maskot kota Muara Teweh ini juga mengambil ciri khas dari tiga hewan Kalimantan.



Gambar : 3 Sketsa Maskot 2
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

3. Filosofis

Promosi dengan menggunakan maskot daerah sebagai daya tarik dan minat masyarakat lokal dikarenakan tujuan dari memperkenalkan pariwisata kota Muara Teweh dan lebih mengenalkan hewan khas Kalimantan yang mulai berkurang habitatnya. Beberapa bentuk maskot di dalamnya terdapat unsur penting dari berbagai hewan endemik yang telah diambil. Seperti paruh burung Enggang yang terkenal akan cirinya dan menjadi barang pusaka suku Dayak. Bentuk dada beruang madu yang menandakan bahwa beruang tersebut adalah jenis beruang yang hanya hidup di dataran tropis dan merupakan beruang yang mempunyai badan terkecil dari jenis beruang lainnya. Adapula bentuk wajah orangutan dan warna bulunya yang mempunyai ciri khas.

Maskot Kota Muara Teweh ini bernama "Arai" dalam bahasa Dayak yang berarti bahagia/senang. Slogan kota Muara Teweh yang berbunyi "Iya Mulik Bangkang Turan" yang berarti "Pantang Menyerah Sebelum Berhasil" adalah salah satu alasan mengapa nama Arai dipilih. Keberhasilan akan mendatangkan kebahagiaan tetapi jika kita berbahagia dalam melakukan suatu usaha yang didapat adalah keberhasilan. Kedua kata tersebut memiliki arti yang bersangkutan paut dalam aktifitas bermasyarakat dan sosialisasi. Arai digambarkan bersifat periang, selalu berpikir positif, suka berpetualang, mencoba hal yang baru dan pantang menyerah. ini didasari oleh masyarakat kota Muara Teweh yang selalu pantang menyerah dan semangat dalam melakukan berbagai kegiatan.

4. Desain Maskot

Pembuatan desain maskot dari awal tahap *thumbnail* atau *draf* memasuki desain maskot final. Pemilihan bentuk dan karakter maskot yang menggabungkan tiga jenis hewan khas Kalimantan tengah yang sudah mu-

lai terancam kepunahannya diharapkan akan memberikan kesan yang lebih mengena kepada masyarakat. Proses selanjutnya yaitu pewarnaan kepada maskot, warna yang digunakan adalah warna Coklat, Kuning, Merah, Hitam, dan *Cream*. Maskot akan diberikan beberapa desain alternatif dan desain untuk diterapkan ke berbagai tempat wisata yang ada di kota Muara Teweh juga beberapa desain pose untuk kebutuhan lain yang akan dibuat. Desain Maskot Arai di buat beberapa varian agar dapat sesuai dengan kebutuhan dan penempatannya di berbagai media iklan yang mempunyai banyak tema.



Gambar 4 : Arai Maskot Kota Muara Teweh (Sumber :Rintania Rosita, 2017)

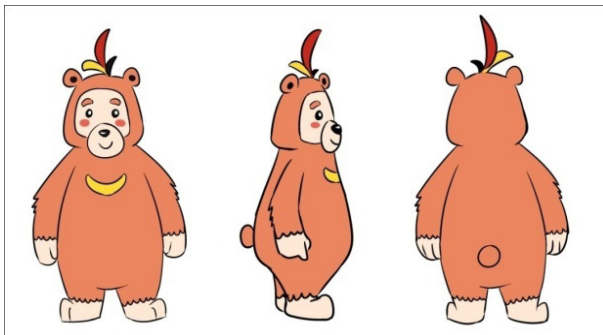


Gambar 5 : Desain Maskot dari Pengambilan Bentuk 3 Hewan Khas Kalimantan yaitu Burung

Enggang, Orangutan dan Beruang Madu. (Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Desain maskot Muara Teweh mengambil dari unsur dimana ciri khas pulau Kalimantan yang terkenal dengan identitas keanekaragaman hayatinya, pada maskot kota Muara Teweh penjelasan gambar sebagai berikut :

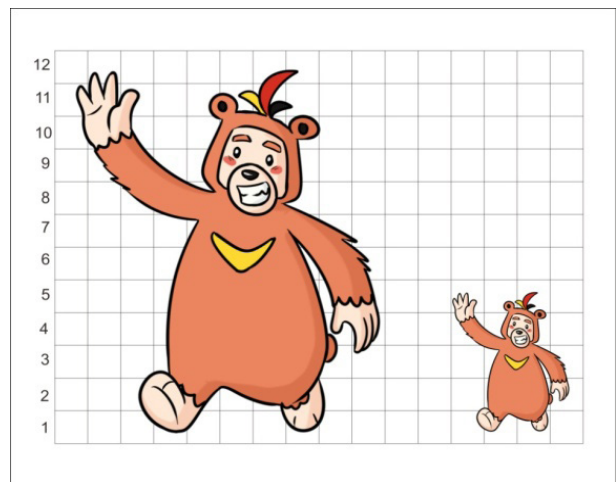
- Kepala : Bentuk desain kepala pada maskot Muara Teweh diambil dari orangutan yang mempunyai telinga beruang dan jambul burung Enggang.
- Dada : Bagian dada ada tanda khas beruang madu yang berbentuk “V”
- Tangan : Kedua tangan Maskot Muara Teweh diambil dari desain tangan orang utan yang mempunyai lengan panjang berbulu.
- Kaki : Kaki Maskot Muara Teweh mengambil bentuk beruang madu yang mempunyai bentuk kaki yang lebih pendek dan telapak kaki yang melebar.
- Ekor : Ekor yang diambil adalah ekor beruang yang berbentuk bulat.



Gambar 6 : Maskot Arai Kota Muara Teweh Berbagai Sudut
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)



Gambar 7 : Ekspresi Wajah Maskot Arai Kota Muara Teweh
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)



Gambar 8 : Grid Maskot Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Grid menampilkan maskot Arai dalam berbagai ukuran yang terdapat pada kotak. Maskot Arai berukuran paling kecil yaitu

sekitar 5 x 5 cm ukuran maskot dapat berubah sesuai yang diperlukan akan tetapi tidak boleh terlalu kecil, ukuran maskot cukup terlihat oleh mata. Ukuran maskot ini dimaksudkan untuk pengaplikasian maskot ke berbagai media yang dibutuhkan seperti, media iklan lini atas dan media lini bawah. Contohnya adalah media iklan surat kabar, *website*, *banner*, poster, *balih* dan *merchandise*.



Gambar 9 : Tipografi Nama Maskot Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)



Gambar 10 : Tipografi Maskot Arai *Font*
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Tipografi nama maskot Arai dibuat manual dengan menggunakan warna merah sebagai warna utama, pada bagian huruf terakhir menggunakan motif matahari yang disesuaikan dengan sifat maskot yaitu selalu ceria dan suka berpetualang. Tipografi nama maskot ini dibuat khusus untuk membantu proses pengenalan maskot dengan lebih jelas agar para masyarakat dapat lebih mengenal dan mengetahui maskot

tersebut. Tipografi ini bernama *Arai Font*, nama maskot Arai tersebut tidak dijadikan keperluan utama sehingga dapat dipakai maupun tidak dipakai dalam pengaplikasian ke media. Desain maskot dibuat beberapa versi untuk memudahkan pengaplikasian dalam berbagai kebutuhan media promosi dan informasi. Berikut ini beberapa Desain Maskot Arai untuk pengaplikasiannya di tiga tempat wisata kota Muara Tewe h.

a. Maskot Arai Dam Teringsing

Dam teringsing pada dasarnya lebih menonjolkan aktifitas dibidang perikanan maka dari itu dibuatlah maskot Arai dengan menggunakan alat pancing dan ikan sebagai aksesoris pendukung.



Gambar 11: Maskot Arai Dam Teringsing
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

b. Maskot Arai Bumi Perkemahan

Bumi perkemahan Panglima Batur menonjolkan kegiatan pramuka para siswa di sekolah ataupun kegiatan pencinta alam dan lingkungan. Maskot Arai dibuat memakai aksesoris tambahan seperti tas *backpacking* dan slayer.



Gambar 12 : Maskot Arai Bumi Perkemahan Panglima Batur
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

c. Maskot Arai Air Terjun Doyan










Air terjun Doyan termasuk salah satu tempat wisata yang baru-baru saja diresmikan oleh pemerintah, yang pada umumnya masih menjadikan tempat itu sebagai tempat wisata air. Maskot Arai digambarkan memakai aksesoris sebagai pelengkap kacamata renang dan ban pelampung untuk pengaplikasiannya pada air terjun Doyan.



Gambar 13 : Maskot Arai Air Terjun Doyam
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

5. Warna

Warna yang digunakan dalam pembuatan maskot adalah warna coklat, hitam, krim, merah, dan kuning.

	C:4 M:58 Y:66 K:0		C:1 M:11 Y:89 K:0
	C:11 M:66 Y:76 K:1		C:1 M:24 Y:90 K:0
	C:0 M:9 Y:14 K:10		C:11 M:96 Y:100 K:2
	C:1 M:21 Y:25 K:0		C:71 M:67 Y:67 K:80
	C:3 M:73 Y:63 K:0		

Gambar 14 : Identitas Warna
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Pemilihan warna-warna tersebut berdasarkan jenis hewan yang paling terkenal di Kalimantan , coklat menjadi warna dominan maskot Arai karena mengambil dari jenis hewan orangutan yang paling banyak di temui diberbagai daerah sekitar Kalimantan.

6. Pengaplikasian Maskot Arai

Media utama dalam penerapan iklan promosi tempat pariwisata berserta Maskot Arai menggunakan media iklan lini atas yaitu koran Kalteng Pos, poster/baliho, dan Iklan *Banner website* baritoutara.go.id, untuk selanjutnya maskot Arai yang memiliki versi 3 tempat wisata andalan kota Muara Teweh yang diterapkan dalam media alternatif. Berikut ini media yang pengaplikasian maskot Arai dari media utama/ lini atas dan media alternatif/*supporting*:

a. Media Iklan Cetak Koran

Media promosi iklan lokal daerah menggunakan koran yang akan menjangkau masyarakat lokal Muara Teweh. Media koran adalah media informasi yang masih diandalkan oleh masyarakat kota Muara Teweh. Media ini memberikan info daerah lokal yang biasanya tidak di tayangkan oleh stasiun televisi nasional. Oleh sebab

itu media cetak koran daerah masih memiliki banyak peminat dari kalangan muda hingga tua.



Gambar 15: Desain Koran (Sumber :Rintania Rosita, 2017)



Gambar 16: Final Design Koran Halaman Depan (Sumber :Rintania Rosita, 2017)

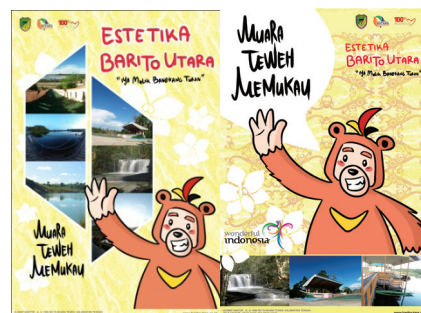
Jenis Iklan	Iklan Display Koran Halaman 1
Ukuran	5 Kolom x 6 cm
Warna	FC (Full Colour)
Jadwal Tayang	Minggu 19 November 2017
Verbal	<p>a. <i>Headline</i> : Estetika Barito Utara</p> <p>b. <i>Sub Headline</i>: Muara Teweh Memukau</p> <p>c. <i>Body Copy</i>: Tempat Wisata kota Muara Teweh</p> <p>d. Selogan : “Iya Mulik Bangkang Turan”</p> <p>e. Identitas: Maskot Arai</p>

Visua-lisasi	a. Ilustrasi: Foto Dokumentasi tempat wisata kota Muara Teweh
---------------------	---

Koran menjadi media yang dipilih dikarenakan tingkat efektifitas kepada masyarakat lokal Muara Teweh dan sekitarnya. Koran Kalteng Pos menjadi salah satu media informasi Kalimantan Tengah yang paling dicari. Informasi seputar Kalimantan Tengah biasanya hanya bisa didapat secara akurat melalui koran Kalteng Pos, dikarenakan informasi lewat media lain seperti televisi dan radio terkadang sudah jarang didapatkan.

b. Media Luar Ruang

Media iklan luar ruang dengan menggunakan poster dan baliho yang sudah tersedia di beberapa alternatif papan baliho yang sudah disediakan pemerintah kota Muara Teweh Kalimantan Tengah. Menggunakan informasi iklan ini agar masyarakat lokal dan non lokal yang sedang berkunjung ke kota Muara Teweh dapat melihat secara langsung informasi yang ada dengan menggunakan iklan poster atau baliho tersebut.



Gambar 17: Final Design Poster (Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Jenis Iklan	Iklan Poster dan Baliho
Ukuran	61 x 91 cm (Poster) 4 x 6 m (Baliho)
Warna	FC (Full Colour)
Jadwal Tayang	2 bulan

Verbal	f. <i>Headline</i> : Muara Teweh Memukau
	g. <i>Sub Headline</i> : Estetika Barito Utara
	h. <i>Body Copy</i> : Tempat Wisata kota Muara Teweh
	i. Selogan : “ <i>Iya Mulik Bangkang Turan</i> ”
	j. Identitas: Maskot Arai
	Visualisasi

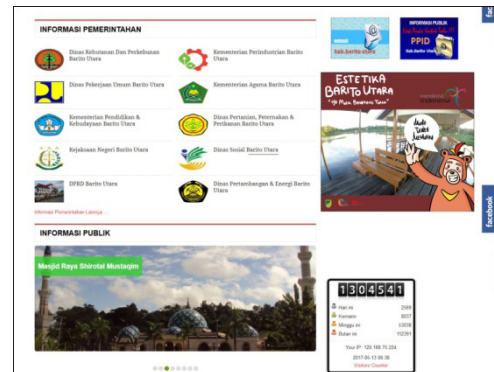
Poster dan baliho untuk memperkenalkan pariwisata kota Muara Teweh menggunakan maskot Arai dengan menggunakan foto-foto tempat wisata kota Muara Teweh. Menggunakan ornamen batik khas Kalimantan, lalu bunga Anggrek yang banyak terdapat di hutan Kalimantan sebagai *background* untuk baliho dan poster. Meskipun sasaran promosi daerah ini pada dasarnya untuk daerah lokal dan sekitarnya akan tetapi maskoyarakat luas yang sedang berkunjung ke kota Muara Teweh juga dapat meliaht informasi dengan menggunakan iklan ini.

c. Media Iklan Website

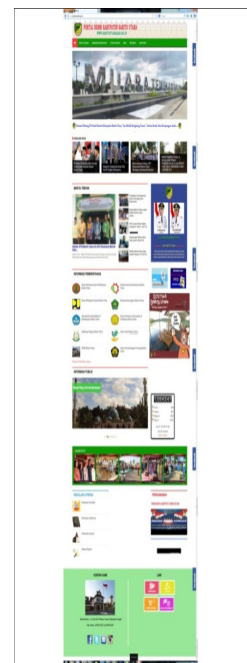
Media iklan *website* yang digunakan adalah web resmi Barito Utara yaitu www.baritoutara.go.id terdapat banyak informasi seputar kabupaten Barito Utara dan kota Muara Teweh yang sebagai Ibu kota. Iklan *website* dipilih karena akan memudahkan masyarakat sekarang ini cukup banyak menggunakan media sosial dan info dari internet. Iklan *web* ini diharapkan dapat memberi informasi khususnya bagi masyarakat non-lokal yang ingin mengetahui informasi tentang Barito Utara.



Gambar 18: *Final Design Web* (Sumber :Rintania Rosita 2017)



Gambar 19: *Final Design* dalam Web Baritoutara.go.id versi *cut* (Sumber:Rintania Rosita, 2017)



Gambar 20: *Final Design* dalam Web Baritoutara.go.id versi *Full*. (Sumber :Rintania Rosita, 2017)

Jenis Iklan	Iklan <i>banner website</i> di www.baritoutara.go.id
Ukuran	25 cm x 25 cm
Warna	FC (<i>Full Colour</i>)
Jadwal Tayang	6 bulan

Verbal	<p>a. <i>Headline</i> : Estetika Barito Utara</p> <p>b. <i>Sub Headline</i>: Muara Teweh Memukau</p> <p>c. <i>Body Copy</i>: Tempat Wisata kota Muara Teweh</p> <p>d. Selogan : “<i>Iya Mulik Bangkang Turan</i>”</p> <p>e. Identitas: Maskot Arai</p>
Visual- isasi	<p>d. Ilustrasi: Maskot Arai dan Foto Dokumentasi tempat wisata kota Muara Teweh</p>

Desain iklan pada *website* Barito Utara memudahkan para masyarakat lokal dan daerah sekitarnya menemukan informasi dengan cepat dan akurat. Desain iklan menampilkan kesan yang sederhana namun tetap memperlihatkan sisi keindahan wisata alam yang terdapat di kota Muara Teweh. Ketiga media di atas adalah promosi Iklan menggunkan pada media utama / lini atas. Selanjutnya desain iklan melalui media alternatif yang akan membantu proses promosi pariwisata kota Muara Teweh dengan Arai sebagai maskot utamanaya.

d. Media Iklan Alternatif/*Supporting*

Media iklan alternatif tidak kalah penting sebagai bahan promosi dikarenakan keefektifannya dalam penyampaian iklan tersampaikan kepada para konsumen dengan cepat.

1. Kaos

Kaos sebagai media alternatif yang cukup banyak peminatnya dari anak-anak hingga dewasa. Salah satu *merchandise* yang paling banyak di cari wisatawan untuk cendramata.



Gambar 21 : Kaos Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

2. *Button Pin*

Pin salah satu *merchandise* yang juga sering di temui sebagai cendaramata dan cocok untuk semua kalangan. Pin biasanya sebagai hiasan tas, perekat pakaian, jilbab atau baju.



Gambar 22 : Pin Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

3. *Totebag*

Totebag menjadi salah satu *merchandise* yang cukup dicari para wisatawan tidak hanya berguna sebagai cendramata *totebag* juga berguna untuk membawa barang dan ramah lingkungan.



Gambar 23 : *Totebag* Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

4. Gantungan Kunci

Gantungan kunci menjadi aksesoris yang juga kerap dicari para wisatawan. Paket *merchandise* ini biasanya banyak diminati oleh semua kalangan. Gantungan kunci biasanya digunakan untuk hiasan tas dan lainnya.



Gambar 24 : Gantungan kunci Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

5. *Stande Figure*

Merchandise ini biasanya digunakan sebagai penghias rumah atau pun cendramata. *Stande Figure* ini mempunyai banyak variasi yang dapat menunjang proses promosi salah satunya *stande* yang berukuran 1 x 1 yang biasanya di pajang di tempat umum sarana wisata ataupun promosi film di bioskop.



Gambar 25 : *Stande Figure* Arai Menyapa
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

6. Kartu Pos / *Pos card*

Kartu pos dapat menjadi cendramata yang unik, walaupun kegunaan kartu pos saat ini sudah jarang dipakai, tetapi kartu pos masih banyak dicari wisatawan karena dapat dijadikan koleksi dan hadiah.



Gambar 26 : Kartu pos Arai Dam Teringsing dan Bumi Perkemahan Panglima Batur
(Sumber : Rintania Rosita, 2017)



Gambar 27 : Kartu pos Arai Air Terjun Doyan
(Sumber : Rintania Rosita, 2017)





Gambar 28 : Desain Alternatif Kartu pos
(Sumber : Rintania Rosita, 2017)

7. *Cutting Sticker*

Sticker menjadi cendramata yang juga banyak dicari oleh wisatawan. Bentuknya yang kecil dan murah biasanya menjadi sasaran oleh-oleh satu ini. Walaupun murah *sticker* mempunyai keunggulan tersendiri dalam proses promosi.



Gambar 29 : *Sticker* Arai
(Sumber :Rintania Rosita, 2017)

SIMPULAN

Desain Maskot sebagai promosi pariwisata kota Muara Teweh Kalimantan Tengah yang merupakan proses pengenalan dan informasi tempat-tempat wisata yang terdapat pada kota Muara Teweh. Pembuatan maskot daerah ini menampilkan strategi promosi yang berbeda sehingga dapat memberikan warna dan citra baru dalam industri kreatif di Indonesia. Konsep maskot dilihat dari tujuan, latar belakang pariwisata, dan promosi daerah dimana mejadi alasan dibuatnya Maskot. Bentuk maskot diambil dari tiga jenis hewan khas Kalimantan Tengah yaitu Orangutan, Beruang Madu dan Burung Enggang.

Ketiga hewan tersebut dideformasi menjadi maskot kota Muara Teweh yang akan membatu proses promosi pariwisata kota Muara Teweh kabupaten Barito Utara. Proses pembuatan maskot yang mengambil 3 elemen utama ini berdasarkan observasi yang di temukan bahwa banyaknya maskot kota Kalimantan yang kebanyakan hanya menggunakan salah satu hewan saja untuk di jadikan maskot. Oleh sebab itu, dengan menggunakan 3 elemen penggabungan hewah khas Kalimantan ini di harapkan maskot Arai dapat lebih terlihat berbeda dan unik. Jenis media yang dipilih dalam penerapan maskot Arai dibedakan menjadi dua yaitu media iklan utama dan media iklan alternatif. Media iklan utama disini mempromosikan maskot Arai dan Pariwisata kota Muara Teweh di dalamnya, yaitu dengan menggunakan media iklan lini atas, koran, poster/baliho, dan *website* baritoutara.go.id. Selanjutnya iklan media alternatif yang lebih berisi pengenalan maskot Arai dari pembuatan aksesoris dan *merchandise*.

DAFTAR PUSTAKA

E Arntson, Amy.2007. *Graphic Design Basics*. Thomson: USA.

Sumbo, Tinarbuko.2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*.Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV*. Jakarta : PT Gramdia Pustaka Utama.

Jurnal Cetak

Handriyotopo. 2004. *Peranan Perancang Komunikasi Visual*. Ornamen: Vol. 01. No.01. STSI Surakarta Press.

Jurnal Online

Ary Utamaning Tyas. 2014. Perancangan Maskot *Si Sapat* Sebagai Media *Branding* Pondok Bakso Sempurna Kranggan Temanggung Jawa Tengah. Tugas Akhir Karya Seni). (<http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/18820> terakhir diakses 24 Januari 2017)

Sumber Internet

Ahman Wahib, pengertianterbaik.blogspot.co.id (diakses tanggal 13 Mei 2017)

Rin,Akiba Nation.com, 2013 (diakses tanggal 19 Desember 2016)

<http://www.baritoutara.go.id> (diakses tanggal 13 Mei 2017)