

# PERANCANGAN MASKOT DAN *MERCHANDISE* SEBAGAI *BRAND AWARENESS* RIEF *TRAVEL PLANNER*

I Nyoman Adi Wiguna Budiasa<sup>1</sup>, I Wayan Nuriarta<sup>2</sup>, AgusNgurah AryaPutraka<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta,  
Kec.Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia.

E-mail: [adiwigunabudiasa10@gmail.com](mailto:adiwigunabudiasa10@gmail.com)

## Abstrak

RIEF *Travel Planner* adalah perusahaan yang bergerak di bidang perencanaan perjalanan dengan fokus pada kemudahan, kenyamanan, dan pengalaman berkesan bagi pelanggannya. Dalam upaya memperkuat identitas merek dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *brand*, dilakukan perancangan maskot dan *merchandise* sebagai media promosi yang efektif. Maskot, yang diberi nama "Rilo," dirancang dengan filosofi keterbukaan dan semangat kegembiraan dalam perjalanan, sementara *merchandise* seperti baju, *tumbler*, *key chain*, dan stiker dikembangkan dengan elemen warna khas dan *font* "Poppins". Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan keterikatan emosional pelanggan terhadap RIEF *Travel Planner*. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain kreatif, yang mencakup tahapan analisis kebutuhan, eksplorasi ide visual, dan implementasi desain. Tahap analisis dilakukan untuk memahami karakteristik perusahaan dan preferensi target *audiens*, sementara eksplorasi dan implementasi bertujuan menciptakan desain yang relevan dan menarik. Hasil analisis menunjukkan bahwa maskot "Rilo," dengan aksesori seperti ransel, kamera, dan syal, mampu merepresentasikan identitas perusahaan secara efektif. *Merchandise* yang dirancang dengan warna hijau, biru, kuning, merah, coklat, dan oranye menghasilkan daya tarik visual yang konsisten dengan citra perusahaan. Perancangan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Perancangan maskot, *Merchandise*, *Brand Awareness*, RIEF *Travel Planner*.

## Abstract

RIEF *Travel Planner* is a company engaged in travel planning with a focus on convenience, comfort, and creating memorable experiences for its customers. In an effort to strengthen its brand identity and increase public awareness of the brand, the company has undertaken the design of a mascot and *merchandise* as an effective promotional tool. The mascot, named "Rilo," is designed with the philosophy of openness and the spirit of excitement in travel, while *merchandise* items such as t-shirts, tumblers, keychains, and stickers have been developed with distinctive colors and the "Poppins" font. This research aims to enhance brand awareness and emotional engagement with customers of RIEF *Travel Planner*. The methodology used is a qualitative approach with creative design, which includes the stages of needs analysis, visual idea exploration, and design implementation. The analysis stage is conducted to understand the company's characteristics and target audience preferences, while the exploration and implementation stages aim to create designs that are relevant and appealing. The analysis results show that the "Rilo" mascot, complete with accessories such as a backpack, camera, and scarf, effectively represents the company's identity. *Merchandise* designed with colors such as green, blue, yellow, red, brown, and orange creates a visual appeal that is consistent with the company's image. This design not only increases brand awareness but also strengthens customer loyalty.

Keywords: Mascot Design, *Merchandise*, *Brand Awareness*, RIEF *Travel Planner*.

## PENDAHULUAN

Tugas Akhir melalui studi/proyek independen berbasis MBKM dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa Institut Seni Indonesia Denpasar, terutama pada Program Studi Desain Komunikasi Visual. Tujuan dari studi/proyek independen ini adalah untuk memberikan ruang bagi mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas, serta mengeksplorasi potensi diri dalam ranah Desain Komunikasi Visual. Pada program studi/proyek independen ini, penulis berkolaborasi dengan RIEF *Travel Planner* dalam proses penciptaan karya yang tidak hanya mencerminkan pemahaman mendalam terhadap desain, melainkan juga sebagai wadah kolaborasi yang unik.

Tugas akhir penulis pada program studi Desain Komunikasi Visual mengangkat tema "Perjalanan dalam Harmoni". Tema ini bertujuan untuk merasakan perjalanan yang penuh dengan keseimbangan antara alam dan pengalaman yang ditawarkan sepanjang perjalanan. Perjalanan bukan hanya tentang destinasi yang dikunjungi, tetapi juga tentang bagaimana elemen-elemen perjalanan berkolaborasi untuk menciptakan pengalaman yang menyatu dengan alam. Dalam konteks ini, desain maskot dapat menjadi karakter yang mencerminkan kedamaian, keseimbangan, dan energi positif yang terkait dengan perjalanan yang harmonis. Desain maskot ini harus menciptakan kesan bahwa perjalanan yang diwakilinya adalah perjalanan yang menenangkan dan menyegarkan.

Pembuatan maskot sangat penting bagi perusahaan karena membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan memperkuat *branding*. Maskot adalah representasi visual berupa karakter, figur, atau simbol yang dirancang untuk mewakili suatu merek, organisasi, atau acara. Biasanya, maskot berbentuk karakter kartun, hewan, objek, atau sosok unik lainnya yang mudah dikenali dan diingat. Maskot tidak hanya menjadi identitas visual, tetapi juga alat untuk menciptakan hubungan emosional dengan audiens, sekaligus menyampaikan pesan merek atau nilai-nilai yang diusung secara menarik.

Dengan karakter yang mudah diingat, maskot dapat menarik perhatian konsumen dan memperkuat citra merek. Maskot dirancang untuk mempersonalisasi merek, menciptakan konsistensi identitas visual, serta membangun hubungan emosional dengan *audiens*. Selain itu, maskot juga dapat meningkatkan keterlibatan dengan *audiens* melalui interaksi langsung di berbagai acara atau di media sosial.

Maskot juga memainkan peran utama dalam kampanye pemasaran yang efektif. Maskot sering

digunakan untuk menyampaikan pesan atau nilai-nilai merek, seperti semangat inovasi, petualangan, atau kehangatan dalam pelayanan. Dalam dunia yang kompetitif, memiliki maskot yang mencerminkan citra merek secara konsisten dapat membantu perusahaan membangun kesan yang kuat di benak konsumen, memperluas jangkauan merek, dan meningkatkan daya tarik materi pemasaran.

Pentingnya *brand awareness* juga sangat berkaitan dengan peran maskot. *Brand awareness* mengacu pada tingkat pengenalan konsumen terhadap suatu merek, yang memungkinkan mereka untuk mengenali, mengingat, serta membedakan merek tersebut dari kompetitor. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan maskot, dapat meningkatkan *brand awareness* dengan menciptakan kesan positif, menarik perhatian, dan menciptakan loyalitas konsumen. Tingkat *brand awareness* yang tinggi memberikan keuntungan kompetitif, mempercepat penerimaan produk baru, dan memperkuat posisi merek di pasar.

Dengan memanfaatkan maskot yang efektif, seperti pada RIEF *Travel Planner*, perusahaan dapat memperkuat *brand awareness* sekaligus menciptakan hubungan emosional yang erat dengan *audiens*. Maskot ini berkontribusi dalam menciptakan pengalaman yang berkesan, meningkatkan visibilitas merek, serta meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dampaknya, maskot tidak hanya memperkuat pesan merek, tetapi juga membantu membangun loyalitas pelanggan yang lebih kokoh.

## METODE PENCIPTAAN

Metode penciptaan mencakup langkah-langkah sistematis dan kreatif untuk menghasilkan karya orisinal. Dalam desain, proses ini melibatkan riset untuk memahami kebutuhan, *brainstorming* untuk ide-ide kreatif, serta pembuatan sketsa atau prototipe yang kemudian dikembangkan menggunakan perangkat desain. Evaluasi hasil kerja penting untuk memastikan desain mencapai tujuan dan efektif pada *audiens*. Proses ini sering digunakan oleh desainer untuk menciptakan solusi inovatif yang dikenali publik, seperti yang dilakukan oleh desainer terkenal seperti Paula Scher, Milton Glaser, dan agensi besar seperti Pentagram dan Landor.

### 1. Riset Pasar dan Target Audience

Langkah pertama adalah riset untuk memahami pasar dan *audiens* target, termasuk analisis kompetitor, tren desain, dan preferensi *audiens*. Riset ini memastikan bahwa maskot dan *merchandise* relevan dan menarik. Dengan target *audiens* milenial dan Gen Z, desain harus *fun*, unik, dan cocok sebagai koleksi atau hadiah. Maskot berbentuk hewan, seperti burung macaw atau

elemen lokal Bali, bisa menjadi pilihan menarik untuk wisatawan domestik dan internasional berusia 18-35 tahun yang aktif di media sosial.

## 2. Konsep Visual dan Sketsa Awal

Tentukan konsep desain maskot berdasarkan karakter burung macaw yang ceria dan ramah, mencerminkan semangat petualangan. Sketsa awal fokus pada ekspresi, bentuk tubuh, dan elemen perjalanan seperti ransel, kamera, dan syal.

## 3. Pemilihan Warna

Gunakan kombinasi warna biru, oranye, dan kuning untuk mencerminkan nilai RIEF *Travel Planner*. Warna biru menciptakan ketenangan, kuning melambangkan kebahagiaan, dan oranye menambah energi.

## 4. Tipografi

Gunakan *font Poppins* untuk kesan modern, ramah, dan profesional, memastikan desain tetap bersih dan mudah dibaca.

## 5. Layout

Terapkan prinsip *grid system* dan ruang kosong untuk menjaga keseimbangan visual, dengan maskot sebagai fokus utama, terutama pada *merchandise* seperti stiker.

## 6. Digitalisasi dan Penyempurnaan Desain

Desain maskot dan *merchandise* secara digital, sempurnakan detail dan elemen-elemen penting agar sesuai dengan identitas merek.

## 7. Uji Coba Target dengan Audiens

Lakukan uji coba dengan *audiens* untuk mendapatkan *feedback* dan menilai efektivitas desain dalam membangun *brand awareness*.

## 8. Finalisasi dan Produksi

Finalisasi desain setelah uji coba dan revisi, persiapkan file untuk produksi *merchandise* dalam berbagai format dan media.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Maskot burung Macaw dipilih untuk RIEF *Travel Planner* karena melambangkan kebebasan, eksplorasi, dan petualangan. Burung ini memiliki warna cerah seperti biru, kuning, dan oranye yang mencerminkan ketenangan, kebahagiaan, dan kreativitas. Ekspresi wajah yang ramah dan energik menciptakan koneksi emosional yang kuat dengan *audiens*. Filosofi burung Macaw sebagai makhluk sosial yang hidup dalam kelompok menggambarkan pentingnya hubungan dan kolaborasi dalam perjalanan hidup. Perpaduan warna pada maskot ini memperkuat nilai-nilai ketenangan, kreativitas, dan kebahagiaan, yang sejalan dengan tema “Perjalanan dalam Harmoni”. Atribut pendukung seperti ransel, kamera, dan syal menekankan kesiapan, eksplorasi, dan keramahan, memperkaya tampilan

maskot yang menggambarkan perjalanan yang terorganisir dan menyenangkan. Dengan desain yang ceria, maskot burung Macaw diharapkan memperkuat identitas visual RIEF *Travel Planner* sebagai penyedia layanan perjalanan yang kreatif, profesional, dan menyenangkan.

### 1. Konsep

Maskot burung Macaw dipilih untuk RIEF *Travel Planner* sebagai simbol kebebasan, eksplorasi, dan petualangan. Dikenal dengan warna cerah seperti biru, kuning, dan oranye, maskot ini mencerminkan ketenangan, kebahagiaan, dan kreativitas. Ekspresi wajah ramah dan mata bulat dari burung Macaw memberikan kesan ceria yang mudah berinteraksi, menciptakan koneksi emosional yang kuat dengan *audiens*. Atribut pendukung seperti ransel, kamera, dan syal memperkuat konsep perjalanan yang siap, eksploratif, dan menyenangkan. Filosofi burung Macaw yang mampu menjelajahi dunia tanpa batas, serta memiliki hubungan sosial yang kuat, mempertegas pesan bahwa perjalanan adalah pengalaman yang penuh makna dan terhubung. Warna biru pada maskot melambangkan ketenangan, kuning merepresentasikan kebahagiaan dan pengetahuan, dan oranye mencerminkan energi dan semangat petualangan. Dengan atribut seperti ransel dan kamera, maskot ini juga melambangkan kesiapan, dokumentasi, dan semangat eksplorasi.



**Gambar 1.** Referensi Desain Maskot  
(Sumber: Pinterest, 2024)

Perbedaan utama antara maskot ini dengan desain maskot lainnya terletak pada konsep yang lebih mendalam, menggabungkan elemen eksplorasi, kebebasan, dan keramahan untuk membangun identitas *brand*. Maskot ini dirancang tidak hanya untuk menarik perhatian secara visual, tetapi juga untuk memperkuat hubungan emosional dengan *audiens*, membangun citra positif dan meningkatkan keterikatan dengan pelanggan. Selain itu, maskot ini mendukung berbagai strategi promosi dengan memperluas jangkauan brand RIEF *Travel Planner* dan menjadi elemen yang

mengkomunikasikan bahwa RIEF adalah mitra perjalanan yang andal dan menyenangkan.

## 2. Tahapan Penciptaan

Proses penciptaan maskot RIEF *Travel Planner* dimulai dengan penentuan tujuan proyek untuk merepresentasikan identitas brand. Tahap selanjutnya adalah pemilihan konsep karakter yang mencerminkan nilai-nilai RIEF, diikuti dengan pengumpulan referensi visual seperti gaya ilustrasi dan inspirasi warna. Sketsa awal maskot (*wireframe*) dibuat untuk merancang bentuk tubuh, ekspresi wajah, dan atribut maskot. Setelah itu, maskot dikembangkan dalam ilustrasi akhir yang lebih detail. Prototipe maskot kemudian diuji untuk memastikan aplikasinya efektif pada media promosi dan *merchandise*. Proses ini terstruktur untuk menghasilkan maskot yang sesuai dengan visi *brand*.

### a. Penentuan tujuan proyek

Penentuan tujuan proyek pada tahap awal program MBKM Studi/Proyek Independen dilakukan melalui *briefing* antara pihak mitra RIEF *Travel Planner* dan penulis. Tujuan utama penciptaan maskot adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan menciptakan identitas visual yang kuat, sesuai dengan visi RIEF *Travel Planner* sebagai penyedia layanan perjalanan yang inovatif, ceria, dan terpercaya. Maskot dirancang untuk mewakili nilai-nilai perusahaan seperti petualangan, keramahan, dan kebahagiaan.

### b. Pemilihan Konsep Karakter

Maskot juga berfungsi sebagai media komunikasi interaktif yang ramah, digunakan dalam konten digital, promosi, dan *merchandise*. Platform implementasi maskot meliputi produk seperti *t-shirt*, *tumbler*, *keychain*, *tote bag*, dan stiker, yang dirancang untuk menjangkau *audiens* lebih luas dan menciptakan keterikatan emosional. Dengan demikian, maskot diharapkan dapat menjadi ikon yang unik, mudah dikenali, dan merepresentasikan semangat serta kepribadian brand RIEF *Travel Planner* di berbagai saluran komunikasi.

### c. Pengumpulan Referensi Visual

Tahap pengumpulan referensi visual melibatkan dua fokus utama: pertama, mengumpulkan foto burung Macaw untuk mempelajari warna bulu cerah (biru, kuning, oranye), proporsi tubuh ramping, dan elemen khas seperti ekor panjang

melengkung dan paruh besar, yang mencerminkan kebebasan, kreativitas, dan kebahagiaan. Kedua, mengumpulkan referensi gerakan dan ekspresi burung Macaw, seperti mengangkat sayap atau menunjukkan ekspresi ceria, untuk menciptakan maskot yang dinamis dan ramah. Kedua elemen ini akan diintegrasikan dalam desain maskot untuk memperkuat konsep visual dan koneksi emosional dengan *audiens*.



Gambar 2. Foto Burung Macaw  
(Sumber: Pinterest, 2024)



Gambar 3. Referensi gerakan Burung Macaw  
(Sumber: Pinterest, 2024)

Gaya ilustrasi kartun dengan garis sederhana dan warna cerah dipilih untuk maskot RIEF *Travel Planner* karena daya tarik visualnya, fleksibilitas aplikasi, dan kemampuannya menyampaikan kesan ramah dan energik. Kombinasi warna biru, kuning, dan oranye mendukung tema "Perjalanan dalam Harmoni," memperkuat identitas brand dengan cara yang efisien dan estetis. Palet warna biru, kuning, dan oranye mencerminkan tema "Perjalanan dalam Harmoni." Biru melambangkan ketenangan, kuning menggambarkan keceriaan, dan oranye mencerminkan

semangat. Palet ini memperkuat identitas visual RIEF *Travel Planner* dan konsistensi desain pada maskot, logo, serta *merchandise*, meningkatkan daya tarik dan *brand awareness*.



**Gambar 4.** Color Palette Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber: Wiguna, 2024)

Memastikan konsistensi warna utama (biru, kuning, oranye) pada maskot RIEF *Travel Planner* memperkuat identitas visual *brand*. Warna ini menciptakan asosiasi kuat, kesan ceria, energik, dan menyegarkan, serta meningkatkan daya tarik visual. Konsistensi ini menjadikan maskot simbol yang mudah diingat dan memperkuat citra serta pesan *brand*.



**Gambar 5.** Logo RIEF *Travel Planner*  
(Sumber : RIEF *Travel Planner*)



**Gambar 6.** Color Palette RIEF *Travel Planner*  
(Sumber : RIEF *Travel Planner*)

- d. Pembuatan Sketsa Awal (*Wireframe*)  
Tahap sketsa awal maskot burung macaw untuk RIEF *Travel Planner* menghasilkan tiga variasi desain. Sketsa pertama menampilkan karakter dengan bentuk tubuh bulat dan proporsi lucu yang memberikan kesan ramah. Sketsa kedua

menunjukkan postur tubuh lebih besar, mencerminkan karakter dinamis dan siap berpetualang. Sketsa ketiga menonjolkan proporsi kartun dengan kesan ceria, petualang, dan penuh energi. Setiap sketsa mencakup atribut seperti ransel, kamera, dan syal yang melambangkan perjalanan. Tahap berikutnya setelah pemilihan sketsa oleh mitra dilanjutkan pembuatan sketsa lebih detail dengan penambahan elemen pendukung seperti tekstur bulu, detail ransel, dan kamera untuk meningkatkan realisme dan estetika maskot. Garis sketsa diperhalus, proporsi tubuh disesuaikan agar lebih seimbang, dan ekspresi wajah diperjelas untuk mencerminkan keceriaan serta semangat petualangan.



**Gambar 7.** Sketsa Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber : Wiguna 2024)

- e. Penebalan Sketsa (*Inking*)  
Pada tahap *inking*, garis-garis sketsa maskot diperhalus dan ditegaskan untuk menciptakan tampilan bersih dan profesional. Garis luar dibuat lebih tegas untuk memberikan struktur yang jelas, sementara detail seperti tekstur bulu, bentuk paruh, serta elemen tambahan seperti syal, ransel, dan kamera diperinci agar lebih terlihat. Tahap ini juga memastikan proporsi tubuh, seperti kepala, sayap, dan ekor, terlihat seimbang, serta menegaskan ekspresi wajah ceria dan energik. Setelah sketsa selesai, *inking* dilakukan

untuk tampak depan, samping, belakang, dan variasi *pose* maskot. Inking tampak depan bertujuan menegaskan garis utama dan detail maskot dari sudut pandang depan, memperjelas struktur tubuh, proporsi, dan elemen pendukung. Proses ini menjadi panduan visual yang jelas untuk pengembangan lebih lanjut.



**Gambar 8.** Hasil *Inking* Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber: Wiguna, 2024)

- f. Proses Pewarnaan dan Final  
Maskot diwujudkan dalam ilustrasi final dengan detail lengkap melalui pewarnaan menggunakan perangkat lunak desain grafis seperti *Procreate*. Warna diberikan dengan mempertimbangkan identitas brand, pencahayaan, bayangan, dan elemen visual lainnya agar maskot tampak hidup dan menarik. Warna utama maskot, seperti bulu, pakaian, serta aksesoris seperti ransel, syal, dan kamera, diolah dengan detail agar terlihat jelas dan mencolok. Versi final maskot mencakup berbagai pose dan ekspresi dengan resolusi tinggi, memastikan fleksibilitas penggunaannya di media cetak dan digital. Hal ini menjadikan maskot burung Macaw sebagai ikon strategis yang memperkuat identitas RIEF *Travel Planner*.



**Gambar 9.** Tampak depan Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber: Wiguna, 2024)



**Gambar 10.** Tampak Samping Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber: Wiguna, 2024)



**Gambar 11.** Tampak Belakang Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber: Wiguna, 2024)



**Gambar 12.** *Pose* Maskot RIEF *Travel Planner*  
(Sumber: Wiguna, 2024)

### 3. Deskripsi Karya

Maskot RIEF *Travel Planner*, RILO, adalah seekor burung macaw yang melambangkan kebebasan, keceriaan, dan semangat eksplorasi. Nama "RILO" berasal dari bahasa Jawa, yang berarti "ikhlas" atau "menerima dengan hati terbuka," sesuai dengan filosofi perjalanan yang mengedepankan keterbukaan terhadap pengalaman baru. Karakteristik burung macaw yang penuh warna, ceria, dan energik dipilih untuk mencerminkan semangat RIEF *Travel Planner* sebagai mitra perjalanan yang inspiratif dan menyenangkan. Desain RILO menggunakan kombinasi warna biru, kuning, dan oranye, yang selaras dengan identitas visual *brand*. Biru melambangkan kepercayaan dan stabilitas, kuning mencerminkan kegembiraan dan optimisme, sedangkan oranye mengekspresikan semangat dan kreativitas. Maskot ini dilengkapi atribut seperti kamera di depan tubuh, simbol kemampuan menangkap momen perjalanan yang berharga; ransel kecil di punggung, tanda kesiapan dan kepraktisan; serta *slayer* di leher yang menambah kesan gaya kasual dan modern.

Dengan desain yang hangat, ceria, dan profesional, RILO membangun hubungan emosional yang kuat dengan pelanggan sekaligus mencerminkan kesiapan RIEF *Travel Planner* dalam mendukung perjalanan dengan perencanaan matang. Sebagai elemen visual utama *brand*, RILO tidak hanya memperkuat identitas RIEF *Travel Planner* tetapi juga mengundang pelanggan untuk menjelajahi dunia dengan semangat keterbukaan, kreativitas, dan kegembiraan. Filosofi "ikhlas" yang diusung RILO menciptakan pengalaman perjalanan yang penuh makna, inspirasi, dan kebahagiaan.

### 4. Estetika Karya

Estetika dalam desain visual berperan penting dalam menciptakan pengalaman dan respons emosional audiens. Menurut Wijaya (2021), estetika tidak hanya mengenai keindahan formal, tetapi juga mencakup komunikasi visual yang memengaruhi persepsi dan emosi. Unsur desain seperti bentuk, warna, komposisi, dan tipografi dipilih dengan cermat untuk menciptakan kesan kuat dan menyampaikan pesan secara efektif. Dengan demikian, estetika bukan hanya tentang visual yang menarik, tetapi juga membangun koneksi mendalam antara karya dan audiens. Maskot RIEF *Travel Planner*, Rilo, dirancang dengan estetika yang mencerminkan identitas merek yang ceria, ramah, dan penuh semangat. Menggunakan gaya flat design yang sederhana

namun ekspresif, Rilo tampil sebagai karakter yang mudah dikenali dan bersahabat. Bentuk tubuh burung macaw dengan ekspresi wajah ceria dan sayap terbuka lebar menjadi simbol semangat menjelajahi dunia.

Palet warna ceria yang didominasi biru, kuning, dan oranye mendukung identitas visual RIEF *Travel Planner*: biru melambangkan ketenangan dan kebebasan, kuning merepresentasikan kebahagiaan dan optimisme, sementara oranye memberikan kesan energik dan dinamis. Elemen aksesoris seperti ransel, kamera, dan syal semakin memperkuat karakter Rilo sebagai maskot petualangan. Ransel menunjukkan kesiapan perjalanan, kamera melambangkan eksplorasi dan dokumentasi momen, sedangkan syal menambahkan kesan kehangatan dan kepraktisan. Rilo dirancang untuk tidak hanya estetis tetapi juga fungsional, digunakan secara konsisten di berbagai media promosi dan platform digital. Maskot ini menjadi simbol visual yang memperkuat citra RIEF *Travel Planner*, menginspirasi *audiens* untuk menjelajah dunia dengan semangat terbuka dan penuh petualangan.

## KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa desain maskot RIEF *Travel Planner*, Rilo, berhasil menciptakan identitas merek yang ramah, ceria, dan penuh semangat eksplorasi melalui penerapan estetika visual yang cermat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan maskot yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan keterikatan emosional antara RIEF *Travel Planner* dengan *audiens*. Dengan memilih burung macaw sebagai maskot, desain yang menggunakan palet warna biru, kuning, dan oranye, serta elemen aksesoris seperti ransel, kamera, dan syal, Rilo berhasil mewakili nilai-nilai kebebasan, keceriaan, dan semangat petualangan yang ingin ditonjolkan oleh RIEF *Travel Planner*. Desain ini juga diharapkan dapat digunakan secara konsisten dalam berbagai media promosi dan platform digital, memperkuat *brand awareness* dan mendorong audiens untuk menjelajahi dunia dengan semangat terbuka dan penuh inspirasi.

## DAFTAR RUJUKAN

Hendra, R., & Pratama, M. (2019). Pentingnya Identitas Visual dalam Membangun Brand Awareness pada Perusahaan Kreatif. *Jurnal Branding dan Desain*.

Kurniawan, R. (2020). Pengaruh Warna pada Desain Maskot terhadap Emosi dan Daya Tarik Audiens. *Jurnal Psikologi Warna*.

Martanto, Y., & Dewi, I. (2018). Mengenal Peran Maskot dalam Strategi Pemasaran dan Branding. *Jurnal Pemasaran dan Desain*, 7(3), 70-80.

Pengaruh Bentuk, Warna, dan Komposisi terhadap Persepsi Audiens. *Jurnal Desain dan Komunikasi Visual*.

Tandarto, Dharmayanti. "Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Loyalty dengan Celebrity Endorsement Raline Shah Sebagai Variabel Intervening TOP WHITE COFFEE Di Semarang." 2017.

Wijaya, T. (2021). Estetika dalam Desain Visual: