

**DANAU SINGKARAK: MENCIPTA IDENTITAS MELALUI
DESAIN MASKOT SEBAGAI PENGUATAN BRAND
WISATA DAERAH**

DISERTASI KARYA SENI

**Guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Doktor
pada Program Studi Seni Program Doktor
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta**



**Oleh
Widia Marta
203121011
(Program Studi Seni Program Doktor)**

**PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa disertasi dengan judul **"DANAU SINGKARAK: MENCIPTA IDENTITAS MELALUI DESAIN MASKOT SEBAGAI PENGUATAN BRAND WISATA DAERAH"** ini, beserta seluruh isinya, adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiasi atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan kaidah dan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti ada plagiasi dan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam tesis ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini, maka saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Surakarta, Februari 2024
Yang membuat pernyataan



Widia Marta
203121011

PERSETUJUAN

DISERTASI KARYA SENI

**DANAU SINGKARAK: MENCIPTA IDENTITAS MELALUI
DESAIN MASKOT SEBAGAI PENGUATAN BRAND WISATA
DAERAH**

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor
pada Program Studi Seni Program Doktor
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta

Oleh :
Widia Marta

Surakarta, Kamis 7 Maret 2024

Menyetujui,

Promotor

Prof. Dr. Drs. Guntur, M. Hum.
NIP. 196407161991031003

Ko Promotor

Hafiz Aziz Ahmad, S.Sn, M.Ds., Ph.D.
NIP. 197410231998031001

Mengetahui
Koordinator Program Studi Seni
Program Doktor

Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum

PENGESAHAN

Telah dipertahankan dalam Ujian Kelayakan Karya
Program Studi Seni Program Doktor
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta
sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Doktor
pada hari, Kamis, 7 Maret 2024

Dewan Penguji

Ketua Penguji

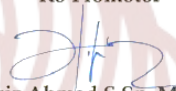

Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum
NIP. 196703051998032001

Sekretaris Penguji

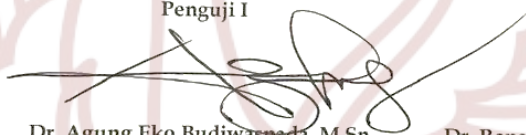

Dr. Drs. Badi Setiyono, M.Si
NIP. 196309021991031001

Promotor

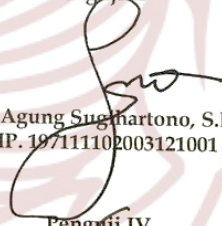

Prof. Dr. Drs. Guntur, M. Hum
NIP. 196407161991031003

Ko Promotor


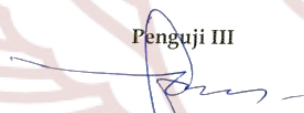
Hafiz Aziz Ahmad, S.Sn, M.Ds., Ph.D.
NIP. 197410231998031001

Penguji I


Dr. Agung Eko Budiwaspada, M.Sn
NIP. 196303171992011001

Penguji II



Dr. Ranang Agung Sughartono, S.Pd., M.Sn
NIP. 197111102003121001

Penguji III


Dr. Margana, M.Sn
NIP. 196006121991031001

Penguji IV


Dr. Ahmad Akmal, M.Pd.
NIP. 196202021986091001

Penguji V


Prof. Dr. Sarlon Defit, S.Kom, M.Sc

PENGESAHAN

DISERTASI KARYA SENI

**DANAU SINGKARAK: MENCIPTA IDENTITAS MELALUI DESAIN
MASKOT SEBAGAI PENGUATAN BRAND WISATA DAERAH**

Telah diterima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Doktor
pada Program Studi Seni Program Doktor

Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Surakarta



Direktur
Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum
NIP 196703051998032001

ABSTRAK

DANAU SINGKARAK: MENCIPTA IDENTITAS MELALUI DESAIN MASKOT SEBAGAI PENGUATAN BRAND WISATA DAERAH

Oleh
Widia Marta
203121011
(Program Studi Seni Doktor)

Danau Singkarak menjadi destinasi wisata yang unggul di Provinsi Sumatera Barat terletak di Kabupaten Solok dan Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu tujuan destinasi wisata rekreasi dengan keindahan alamnya secara alami dan didukung oleh bentuk wisata budaya, wisata sarana prasarana, wisata kuliner dan kerajinan. Peluang destinasi wisata menjadi pesona profil dalam *branding* dengan keunikannya dapat menjadi nilai jual dalam menentukan identitas, salah satu tujuan *branding* menciptakan desain maskot menghasilkan karakter lokal sebagai identitas brand Danau Singkarak kedudukannya sebagai tujuan wisata dan pengaplikasian desain maskot ke media souvenir untuk memperkuat promosi daerah. Metode penciptaan desain maskot menggunakan penelitian artistik merupakan penyelidikan secara orijinal dengan cara observasi, wawancara, hasil data yang dikumpulkan diproses dengan penelitian berbasis praktik (*practice-led research*) ditunjukkan melalui hasil kreatif berupa teknik grafis desain menggunakan software untuk menghasilkan maskot vector hingga bentuk final maskot 2D. Tujuan penelitian untuk menemukan konsep strategi adaptasi desain maskot sebagai identitas wisata daerah dari bentuk ikan bilih kedalam bentuk wujud desain maskot. Ikan bilih merupakan “keunikan alam” sesuatu yang khas potensi dari daerah Danau Singkarak. Hasil penciptaan maskot diaplikasikan kedalam media souvenir seperti boneka maskot, totebag, payung, baju kaos, topi, mug, botol minum, gantungan kunci, sebagai media promosi untuk kenang-kenangan saat berkunjung ke daerah wisata Danau Singkarak.

Kata Kunci: Mencipta Identitas Brand Wisata Daerah Danau Singkarak Melalui desain Maskot.

ABSTRAK

DANAU SINGKARAK: MENCIPTA IDENTITAS MELALUI DESAIN MASKOT SEBAGAI PENGUATAN BRAND WISATA DAERAH

Oleh
Widia Marta
203121011
(Program Studi Seni Doktor)

Lake Singkarak is a superior tourist destination in West Sumatra Province, located in Solok Regency and Tanah Datar Regency, which is one of the recreational tourist destinations with its natural beauty and is supported by forms of cultural tourism, infrastructure tourism, culinary and craft tourism. The opportunity for tourist destinations to become a charming profile in branding with its uniqueness can be a selling point in determining identity. One of the goals of branding is creating a mascot design to produce a local character as a brand identity for Lake Singkarak's position as a tourist destination and applying the mascot design to souvenir media to strengthen regional promotion. The method for creating mascot designs using artistic research is an original investigation by means of observation, interviews, the results of the data collected are processed using practice-led research, shown through creative results in the form of graphic design techniques using software to produce vector mascots to the final form of the mascot. 2D. The aim of the research is to find the concept of a mascot design adaptation strategy as a regional tourism identity from the shape of a bilih fish into the form of a mascot design. Bilih fish is a "natural uniqueness" something that is unique to the potential of the Lake Singkarak area. The results of mascot creation are applied into souvenir media such as mascot dolls, tote bags, umbrellas, t-shirts, hats, mugs, drinking bottles, key chains, as promotional media for keepsakes when visiting the Lake Singkarak tourist area.

Keywords: *Creating a Tourism Brand Identity for the Lake Singkarak Region Through Mascot Design.*

KATA PENGANTAR

Segala puja dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya memudahkan saya dalam menyusun dan menyelesaikan Disertasi Karya Seni dengan judul Danau Singkarak : Mencipta Identitas Melalui Desain Maskot Sebagai Penguatan Brand Wisata, disertasi ini disusun sebagai persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi di Program Studi Seni Program Doktor Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta.

Penyusunan penciptaan Disertasi karya ini menjabarkan tentang menciptakan desain maskot sebagai identitas Danau Singkarak yang memiliki kekayaan alam serta tujuan wisata, dan perikanan, ikan bilih menjadi inspirasi atau objek material dalam perancangan desain maskot Danau Singkarak.

Penulisan Disertasi ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada yang telah membantu saya dalam penyusunan disertasi ini, terlebih dahulu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum selaku promotor dan bapak Hafiz Aziz Ahmad, S.Sn, M.Ds., Ph.D. selaku kopromotor yang telah menambah pengetahuan dan wawasan sesuai dengan bidang studi yang saya tekuni sehingga terwujudnya disertasi ini.
2. Bapak Dr. I Nyoman Sukerna, S.Kar., M.Hum. Rektor ISI Surakarta
3. Ibu Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M. Hum. Sebagai (Direktur Pascasarjana ISI Surakarta), Bapak Dr. Budi Setiyono, M.Si. Sebagai (Wakil Direktur Pascasarjana), Dr. Zulkarnain Mistortoify, M. Hum Sebagai (Kaprosdi Seni Program Doktor).
4. Bapak H. Herman Nawas (Alm) beserta Ibu Dr. Zerni Melmusi, MM., Ak. CA. selaku Pendiri dan Ketua Yayasan Perguruan Tinggi

Komputer YPTK Padang beserta keluarga besar yayasan, terimakasih yang sebanyak-banyaknya yang telah memberikan izin dukungan dan materil untuk melanjutkan kuliah jenjang Doktoral,

5. Bapak Prof. Dr. Sarjo Defit, S.Kom, M.Sc. Rektor Universitas Putra Indonesia “ YPTK “ Padang. Yang selalu men do’a kan dan harapannya kepada kami demi agar bisa menyelesaikan studi S3 ini.
6. Orang Tua, dan keluarga yang selalu mendo’akan saya untuk terus semangat dalam menyelesaikan laporan penulisan Disertasi ini.
7. Bapak Jasman, S.Sg. selaku Ketua Badan Pengelola Kawasan Danau Singkarak (BPKDS) berbasis Nagari, sebagai narasumber informasi tentang daerah Danau Singkarak, Ibu Erna Muaro sebagai narasumber informasi tentang Ikan Bilih Danau Singkarak..
8. Terimakasih kepada team dosen penguji Disertasi atas saran-saran dan masukan yang telah diberikan oleh bapak Dr. Agung Eko Budiwaspada, M.Sn., Dr. Ranang Agung Sugihartono, S.Pd., Dr. Margana, M.Sn. Ketua Penguji Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M. Hum. (Direktur Pascasarjana ISI Surakarta), Sekretaris Penguji Dr. Budi Setiyono, M.Si. (Wakil Direktur Pascasarjana), Dr. Zulkarnain Mistortoify, M. Hum (Kaprodi Seni Program Doktor)
9. Dan para dosen pada Prodi Seni Program Doktor yang telah memberikan arahan saat kuliah. Para staf administrasi Pascasarjana ISI Surakarta dengan layanan yang sangat baik.

Semoga dengan saya membuat Disertasi ini dapat bermanfaat dan memberikan motivasi bagi para pembacanya. Khususnya bagi saya sendiri maupun generasi yang akan datang.

Surakarta, Desember 2023

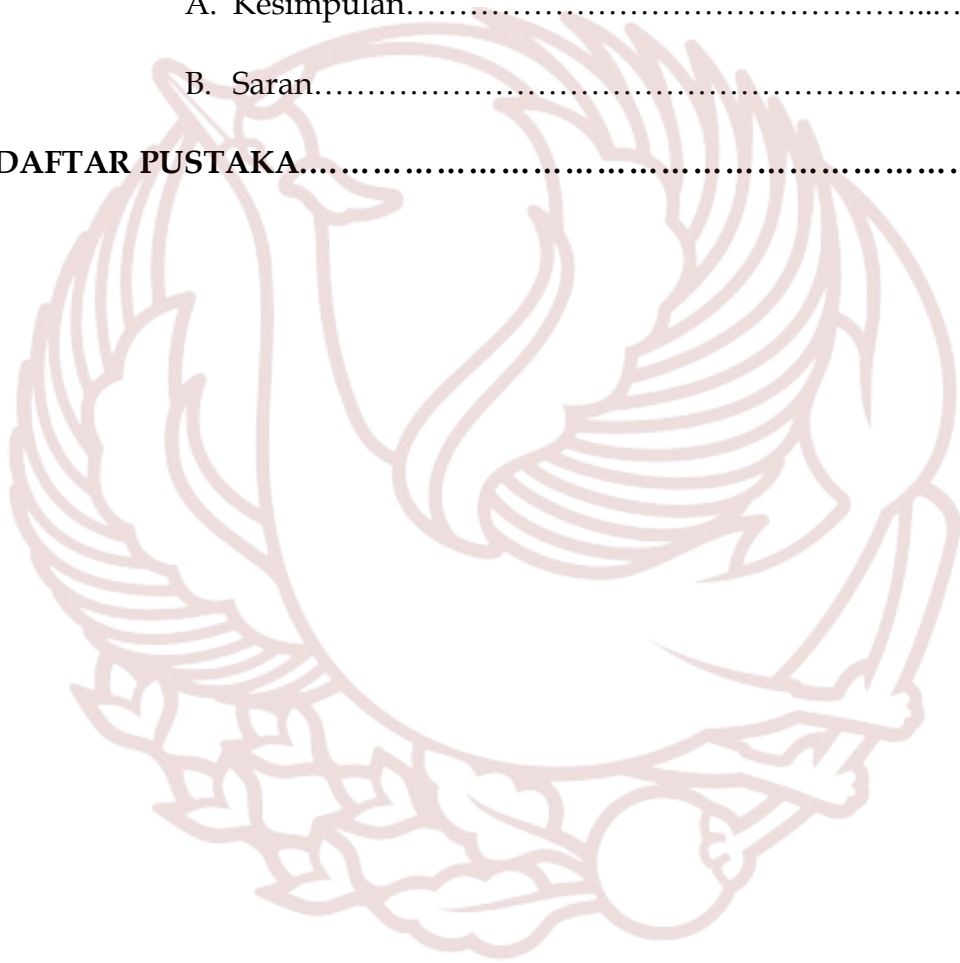
Widia Marta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iv
PENGESAHAN DIREKTUR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rencana Objek Penciptaan.....	8
C. Estimasi Wujud Penciptaan.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penciptaan.....	11
1. Tujuan Penciptaan.....	11
2. Manfaat Penciptaan.....	11
E. Tinjauan Pustaka.....	12
F. Gagasan Konseptual.....	26
G. Metode Penciptaan.....	28

	H. Sistematika Penulisan.....	35
BAB II	KONSEP PENCIPTAAN DESAIN MASKOT.....	37
	A. Konsep Penciptaan Desain Maskot.....	37
	B. Konsep Karakter Visual Maskot.....	40
	1. Maskot Sebagai Identitas.....	40
	2. Maskot Strategi Komunikasi.....	41
	3. Maskot Sebagai Tujuan Komunikasi.....	45
	C. Souvenir Maskot.....	46
	1. Maskot Sebagai Kostum.....	47
	2. Maskot Pada Busana.....	48
	3. Maskot Pada Kemasan.....	48
BAB III	METODE PENCIPTAAN DESAIN MASKOT.....	51
	A. Metode Desain Maskot.....	51
	1. Observasi.....	51
	2. Wawancara.....	57
	B. Metode Penciptaan Maskot.....	64
	C. Metode Media Souvenir.....	76
BAB IV	KARYA DESAIN MASKOT.....	78
	A. Desain Maskot.....	78
	B. Bentuk Maskot.....	88
	1. Pemilihan Atribut Kostum Maskot.....	88
	2. Prinsip Desain Maskot.....	93

3. Representasi Kostum Maskot Wilayah Danau Singkarak.....	94
C. Implementasi Bentuk Maskot.....	93
D. Media Souvenir Maskot.....	99
BAB V PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116



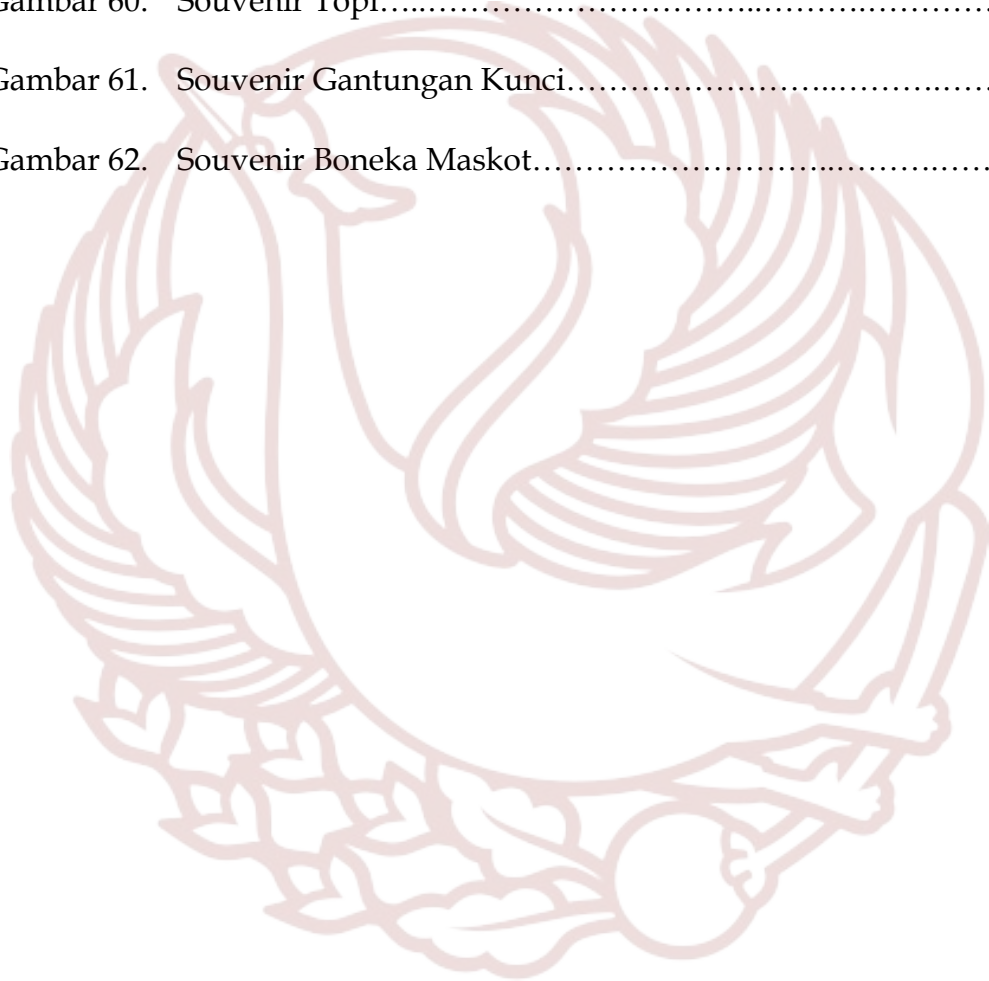
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Maskot Kumamon Square.....	10
Gambar 2.	Maskot Kota Malang “Osi dab Ji”	16
Gambar 3.	Desain Lomba Maskot Kota Surabaya.....	17
Gambar 4.	Maskot <i>Yuru-Chara</i> di Jepang.....	17
Gambar 5.	Bentuk Khas Karakter <i>Yuru-Chara</i>	18
Gambar 6.	Maskot Kumamon Square.....	19
Gambar 7.	Danau Singkarak.....	21
Gambar 8.	Bagan Pola Pikir Peneliti.....	38
Gambar 9.	Wisata Alam Danau Singkarak.....	49
Gambar 10.	Kesenian Budaya Daerah.....	52
Gambar 11.	Wisata Sarana Prasarana.....	53
Gambar 12.	Wisata Kuliner Dari Ikan Bilih.....	54
Gambar 13.	<i>Tour De Singkarak</i>	55
Gambar 14.	Penangkapan Ikan Bilih Danau Singkarak.....	56
Gambar 15.	Lomba Laju Sampan Danau Singkarak.....	57
Gambar 16.	Proses Wawancara Dengan Pemilik Usaha Ikan Bilih Ibu Erna.....	62
Gambar 17.	Proses Pengeringan Ikan Bilih Yang Sudah Diparut.....	62

Gambar 18.	Hasil Pengorengan Ikan Bilih.....	62
Gambar 19.	Ikan Bilih Mentah.....	62
Gambar 20.	Produk Ikan Bilih Goreng Yang Dikemas Plastik.....	62
Gambar 21.	Produk Ikan Bilih Krispi Yang Dikemas Plastik.....	62
Gambar 22.	Produk Ikan Bilih Rendang.....	63
Gambar 23.	Produk Ikan Bilih Balado.....	63
Gambar 24.	Proses Skema Design Thinking.....	66
Gambar 25.	Bentuk Visual Dasar Karakter Dari Ikan Bilih.....	69
Gambar 26.	Tone Warna Dasar Maskot.....	70
Gambar 27.	Tipografi.....	72
Gambar 28.	Bentuk gambaran ekspresi pose wajah mascot.....	73
Gambar 29.	Alternatif 1 Sketsa Karakter Maskot.....	80
Gambar 30.	Alternatif 2 Sketsa Karakter Maskot.....	81
Gambar 31.	Alternatif 3 Sketsa Karakter Maskot.....	82
Gambar 32.	Alternatif Sketsa Karakter Maskot Terpilih	84
Gambar 33.	Proses digitalisasi karakter maskot ke software corelDraw.....	85
Gambar 34.	Hasil Bentuk Digitalisasi Maskot 2D.....	86
Gambar 35.	Sketsa Dasar Pose Maskot.....	87

Gambar 36.	Digitalisasi Pose Maskot.....	87
Gambar 37.	Pose Maskot.....	88
Gambar 38.	Sketsa Dasar Pose Atribut Maskot.....	90
Gambar 39.	Digitalisasi Pose Atribut Maskot.....	91
Gambar 40.	Pose Atribut Maskot.....	92
Gambar 41.	Makna Atribut Maskot.....	93
Gambar 42.	Prinsip Karakter Maskot.....	95
Gambar 43.	Sketsa Dasar Representasi Kostum Maskot	97
Gambar 44.	Representasi Kostum Maskot.....	98
Gambar 45.	Maskot Wisata Daerah Danau Singkarak	99
Gambar 46.	Visualisasi Maskot Tour de Singkarak	101
Gambar 47.	Visualisasi Maskot Profesi Sebagai Nelayan	102
Gambar 48.	Visualisasi Maskot Babiduak.....	103
Gambar 49.	Visualisasi Maskot Berenang.....	104
Gambar 50.	Sketsa Dasar Souvenir Maskot.....	105
Gambar 51.	Digitaisasi Souvenir Maskot.....	105
Gambar 52.	Pewarnaan Desain Souvenir Maskot.....	106
Gambar 53.	Fainal Desain Souvenir Maskot.....	106
Gambar 54.	Kostum Maskot.....	107
Gambar 55.	Souvenir Baju Kaos.....	108

Gambar 56. Souvenir Botol Minum.....	109
Gambar 67. Souvenir Mug.....	110
Gambar 58. Souvenir Totebag.....	111
Gambar 59. Souvenir Payung.....	112
Gambar 60. Souvenir Topi.....	113
Gambar 61. Souvenir Gantungan Kunci.....	114
Gambar 62. Souvenir Boneka Maskot.....	115



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Survei Kawasan Danau Singkarak.....	22
----------	-------------------------------------	----



DAFTAR PUSTAKA

- Ade Lose Hermanto, Y., Rabani, R., & . P. (2020). Dinoyo's Ceramic Mascot As a Support of Brand Identity. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i12.7623>
- Ariesta, O. (2020). Perancangan Maskot ISI Padang Panajng Sebagai Media Branding: *Jurnal Bahasa Rupa*, 3(2), 104-116. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v3i2.490>.
- Abdurrohman, A., Aditya, A., & Nurfitri, R. (2023). Perancangan Desain Maskot Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan Design Thinking. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(01), 38-46. <https://doi.org/10.32664/mavis.v5i01.757>
- Armayuda, E., & Pragadeva, R. (2020). METODE DESAIN DARI BRAND MENJADI MASKOT BERDASARKAN ADAPTASI METODE ALINA WHEELER KE DALAM MODEL 5M. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 277-287. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3622>
- Alamsah, R., & Abidin, M. (2022). 151 Perancangan Maskot untuk Mendukung Identitas Visual Objek Wisata Air Merambat Roro Kuning Bajulan Nganjuk. *BARIK*, 3(2): 151-164. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/47278>
- Adinda, D., & Sarmini, S.(2021). Strategi Masyarakat Adat Sendi dalam mempertahankan Eksistensinya : Studi Kasus di Desa Pacet Kabupaten Mojokerto. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 9(2), 324-341. <https://doi.org/10.26740/kmkn.v9n2.p324-341>
- Bahrudin, A., Fernando, F., & Al-Amien, A. F. (2022). Perancangan Produk Souvenir Objek Wisata Lubuak pandakian Nagari Sumpur Kudus Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung. *Gondang: Jurnal Seni Dan Budaya*, 6(1), 47. <https://doi.org/10.24114/gondang.v6i1.30493>

- Brahmanto, E. (2022). Foto Selfie Sebagai daya Tarik Minat Khusus Di Heha Sky View Patuk Gunung Kidul Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 163–170.
<https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.13861>
- Process Design Thinking. (2020). *The Graphic Design Process*.
<https://doi.org/10.5040/9781350050815.0004>
- Dewi, R. R. C., & Handriyotopo, H. (2020). Desain Maskot Dan Promosi Pariwisata Kota Muaro Taweh Kalimantan Tengah. *Pendhapa*, 10(2).
<https://doi.org/10.33153/pendhapa.v10i2.2937>
- Fadhal, Soraya & Nurhajati, Lestari. (2012). Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*. 1(3) :176-200.
<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/60/47>
- FISENKO, T. (2022). Maskot as a tool of image formation. *Obraz*, 38(1), 6–19. Internet Archive. [https://doi.org/10.21272/obraz.2022.1\(38\)-6-19](https://doi.org/10.21272/obraz.2022.1(38)-6-19)
- Ghaisani, Alissa, Dhoivina. (2015). Pemanfaatan Yuru-Kyara Untuk Meningkatkan Efek Ekonomi Daerah Dan Sebagai Media Promosi Pariwisata Daerah Jepang. Skripsi : Universitas Darma Persada Jakarta. <http://repository.unsada.ac.id/5352/3/BAB-01.pdf>
- Gunarto, A. (2018). Pelestarian Ikan Bilih (*Mystacoleucus padangensis*) Melalui Pengembangan Agrowisata Perikanan Di Danau Singkarak Sumatera Barat. *Jurnal Rekeyasa Lingkungan*: 5(2).
<https://doi.org/10.29122/jrl.v5i2.1888>
- Gonen, E. (2019). Tim Brown, Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation (2009). *Markets, Globalization & Development Review*, 04(02).
<https://doi.org/10.23860/mgdr-2019-04-02-08>
- Guntur. (2016). *Metode Penelitian Artistik*, Surakarta, ISI Press.
- Hunter, W. C. (2011). The good souvenir: representations of Okinawa and Kinmen islands in Asia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 81–99.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.586571>

- Jonathan., & Lubis Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.
- Jillian Rae Suter. (2016). Who Is Hikonyan? The Phenomenon of Japanese Yuru-Chara. *Sociology Study*, 6(12).
<https://doi.org/10.17265/2159-5526/2016.12.004>
- Kelley, D., & Brown, T. (2018). *An introduction to Design Thinking*. Institute of Design at Stanford.
<https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000142>
- Kusuma, P., & Soewardikoen, D. W. (2018). City Mascot as A Supporting Force in City Imaging. *Proceedings of the 4th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2017 (4th BCM 2017)*. <https://doi.org/10.2991/bcm-17.2018.77>
- Kusuma, P., Dharsono, D., Dwi Marianto, M., & Guntur, G. (2022). Hermeneutics Analysis of Osi and Ji Mascots. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 37(3), 281-288.
<https://doi.org/10.31091/mudra.v37i3.1889>
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.
- Kurniawan, F. L., & Sayatman, S. (2018). Perancangan Maskot untuk Memperkuat Identitas Visual Kota Kediri. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 7(1): 2337-3520.
<https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i1.29547>
- Lauwrentius, Stephen, et al. "Penciptaan City Branding melalui Maskot sebagai Upaya Mempromosikan Kabupaten Lumajang." *Jurnal Art Nouveau*, vol. 4, no. 2, 2015, pp. 162-17.
<https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php>.
- Lee, I.-J., Chen, C.-H., & Su, C.-Y. (2017). App based souvenirs and entry tickets: A new means of enhancing post visit memories: A case study from Taiwan. *Tourism Management Perspectives*, 24, 177-185.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.09.001>

- Li, F. (Sam). (2023). Souvenir in tourism research: a literature review and future agenda. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 4(1/2), 15–27. <https://doi.org/10.1108/trc-09-2022-0022>
- Mahatmi, N., & Satyagraha, A. (2020). Mascot Design for the Indonesian Pavilion at World Expo 2020. *Proceedings of the International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES 2020)*, 5(2) : 120-125. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201202.064>.
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Melany, & Sudarmiati. (2023). The Role of Souvenir in Tourism Indonesia: a Thematic Review. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1). <https://doi.org/10.55927/jambak.v2i1.4056>
- Novica, D. R., & Hidayat, I. K. (2019). Kajian Visual Desain Karakter Pada Maskot Kota Malang. *JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 3(2). <https://doi.org/10.17977/um037v3i2p52-58>.
- Putri, I. E., & Syamsir, S. (2020). Implementasi Peran Pemerintahan Daerah Dalam Pelestarian Populasi Ikan Bilih Di Danau Singkarak Berdasarkan Peraturan Gubernur Nomor 81 Tahun 2017. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 128–137. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v2i2.143>
- Putra, Ricky W. 2021. *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*. Yogyakarta : Andi.
- Purwowibowo, P. (2020). BANYUWANGI: KOTA FESTIVAL MENUJU DESTINASI WISATA INDONESIA DAN DUNIA. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(2), 95. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i2.14633>
- Rangga, Agung. (2015). Lomba Maskot Surabaya. *Jurnal Kehidupan*. <https://agungrangga.com/2015/11/04/maskot-surabaya-cak-sura-dan-cak-baya/>.

- Rustan, Surianto. 2008. *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Radomskaya, V., & Pearce, P. L. (2020). Adding character: The role of destination mascots in tourism development. *Tourism Management*.
- Rahmadini, S. (2023). Studi Komparasi Maskot-Maskot Non-Manusia dalam Menggambarkan Citra Institusi di Media Sosial. *CandraRupa : Journal of Art, Design, and Media*, 2(2), 105–112.
<https://doi.org/10.37802/candrarupa.v2i2.446>
- Syandri H. 2008. Aspek Reproduksi Ikan Bilih, *Mystacoleuseus Pandangensis* Bleeker dan Kemungkinan Pembenihan di Danau Singkarak. Tesis Pascasarjana Biologi, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Setiawan, Agus. 2018. *Metodologi Desain*. Yogyakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sadat, Andi M. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sthapit, E. (2018). The more the merrier: Souvenir shopping, the absence of choice overload and preferred attributes. *Tourism Management Perspectives*, 26, 126–134.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.001>
- Soedewi, S. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website UMKM Kirihuci: *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17.
<https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugihartono, R. A. (2016). Antropomorfisme Dalam Kesenian Indonesia. *Capture : Jurnal Seni Media Rekam*, 2(2).
<https://doi.org/10.33153/capture.v2i2.609>
- Syandri, H., Junaidi, J., & Azrita, A. (2017). Pengelolaan Sumber Daya Ikan Bilih (*Mystacoleucus padangensis* Blkr) Endemik Berbasis Kearifan Lokal Di Danau Singkarak. *Jurnal Kebijakan Perikanan Indonesia* : 3(2), 135.
<https://doi.org/10.15578/jkpi.3.2.2011.135-144>

- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Thamrin, & Hidayat, M. R. (2020). Analysis of the City Branding Process 'Taste of Padang' as the West Sumatera Tourism Destination Brand. Proceedings of the 5th Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA-5 2020).
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201126.081>
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Widyastuti, Yustina Erna. 1993. *Flora-Fauna Maskot Nasional dan Povinsi* : Jakarta. Penebar Swadaya.
- Wheeler, Alina. 2009. *Designing Brand Identify*. Kanada : John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Wiratmo, T. G., Grahita, B., Maslan, R., Fadillah, F., & Ratri, D. (2021). A Framework To Design Maskot Character As Supporting For City Branding Bacsed On Yuru-Chara Concept. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 01-12.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4379>
- Wicaksono, A. K., Budiwaspada, A. E., & Adhitama, G. P. (2021). Penggunaan Maskot Sebagai Bagian Dari City Branding Kota Malang (Studi Kasus: Osi Dan Ji): *GESTALT*, 3(2), 77-90.
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v3i2.90>