

Penggunaan Maskot Sebagai Media Pendukung Untuk Kegiatan Promosi di Wisata Agro Lembah Kecubung

Use of Mascot as a Supporting Media for Promotional Activities at Kecubung Valley Agrotourism

Nathaniela Sabitah Haq¹, Diana Aqidatun Nisa²

^{1,2} UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Email : nathanielawibowo@gmail.com

Article History:

Received: 30 September 2023

Revised: 30 Oktober 2023

Accepted: 30 November 2023

Abstract: *This community service was carried out in Penanggungan Village, Trawas District, Mojokerto Regency. Penanggungan Village is one of the tourist villages in Mojokerto Regency and one of the tourist attractions owned by Penanggungan Village is Lembah Kecubung Agrotourism. The problem faced by the manager is the lack of a promotion strategy. The solution that can be done is to do branding to help improve the image of Amethyst Valley Agrotourism, one of which is by designing a mascot.*

Keywords: *promotions, mascots, tourist attractions*

Abstrak

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menarik minat pembeli hingga mereka melakukan pembelian kembali pada suatu produk tersebut. Di masa kini media promosi memiliki banyak macam bentuk salah satunya dengan adanya maskot. Maskot mampu menjadi salah satu alternatif bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan minat beli. Terlebih lagi apabila maskot dari suatu perusahaan tersebut juga mampu memvisualisasikan karakter dari perusahaan tersebut. Pada kegiatan pengabdian masyarakat MBKM PPKM Bina Desa UPN “Veteran” Jawa Timur, mahasiswa melakukan perancangan maskot untuk tempat wisata yaitu Wisata Agro Lembah Kecubung. Tujuan dari dirancangnya maskot ini ialah untuk membantu meningkatkan jumlah pengunjung sekaligus untuk membantu kegiatan promosi tempat wisata. Perancangan ini dilakukan dengan metode *design thinking* yang dimana pada pemecahan masalah ini berfokus pada konsumen atau pengguna. Kegiatan ini dilaksanakan di Wisata Agro Lembah Kecubung yang terletak di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto

Kata Kunci : promosi, maskot, tempat wisata

PENDAHULUAN

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.¹ Kegiatan promosi di masa kini menjadi suatu kegiatan yang tidak dapat terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial dari masyarakat modern. Tidak jarang kita menemui pihak pengelola suatu usaha memiliki kendala dalam melakukan promosi. Proses dari dilakukannya promosi sendiri mencakup berbagai macam jenis, yaitu mulai dari *direct marketing*, *personal selling*,

¹ Maulina Br Marbun, “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)”, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, No. 2 (2022) : 718

* Nathaniela Sabitah Haq, nathanielawibowo@gmail.com

interactive atau *internet promotion*, dan *promotional mix*. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen.² Kegiatan promosi memiliki berbagai macam bentuk dan tidak hanya berupa kalimat yang disampaikan secara persuasif saja salah satunya ialah dengan dirancangnya sebuah maskot.

Maskot merupakan salah satu bentuk dari media promosi yang berwujudkan sebuah karakter yang mewakili dari suatu perusahaan. Biasanya maskot sendiri dapat berbentuk fisik dengan ukuran yang sama seperti manusia, bisa berbentuk patung yang tidak bergerak atau orang yang menggunakan kostum dari maskot tersebut. Maskot dapat mempermudah masyarakat untuk mengingat sebuah produk maupun jasa, karena fungsi utama dari maskot ialah untuk mempermudah proses pemasaran. Tetapi, perwujudan maskot yang sesuai dengan karakter perusahaan mampu menjadikan suatu ciri khas dan berfungsi sebagai identitas perusahaan serta dapat disejajarkan dengan logo. Visualisasi maskot yang baik mampu menjadi nilai tambah bagi suatu perusahaan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh kelompok Bina Desa Trawas dilaksanakan terhitung mulai dari tanggal 21 Agustus 2023. Lokasi kegiatan berada di Wisata Agro Lembah Kecubung yang terletak di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Pertama-tama kelompok Bina Desa Trawas bekerja sama dengan pihak pengelola tempat wisata untuk mendapatkan data terkait permasalahan apa saja yang di Wisata Agro Lembah Kecubung. Adapun tahapan yang dilakukan oleh kelompok Bina Desa Trawas dalam melaksanakan pengabdian ini, yaitu :

1. Observasi

Pada tahap awal, kelompok Bina Desa Trawas melakukan observasi. Metode yang digunakan pada observasi ini ialah wawancara. Wawancara dilakukan langsung dengan mengunjungi lokasi tempat wisata bersama dengan pihak pengelola. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, diperoleh data mengenai permasalahan yang dimiliki oleh Wisata Agro Lembah Kecubung salah satunya seperti kurangnya media penunjang untuk melakukan promosi.

2. Diskusi permasalahan

Setelah dilakukannya observasi, kelompok Bina Desa Trawas melakukan diskusi

² Dinda Sekar Puspitarini, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*)", *Jurnal Common*, No. 1 (2019) : 72

untuk memecahkan permasalahan yang ada di Wisata Agro Lembah Kecubung. Kurangnya promosi menjadi salah satu permasalahan yang dimiliki tempat wisata tersebut. Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan oleh kelompok Bina Desa Trawas, maka dilakukan pembuatan sosial media dan juga maskot sebagai media penunjang kegiatan promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok Bina Desa Trawas UPN “Veteran” Jawa Timur berupa perancangan maskot untuk membantu kegiatan promosi yang dilakukan pada Wisata Agro Lembah Kecubung yang berlokasi di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Selain sebagai upaya untuk pengabdian pada masyarakat, kegiatan ini dilakukan untuk membantu Desa Penanggungan mewujudkan desa wisata melalui Wisata Agro Lembah Kecubung. Bagi masyarakat Desa Penanggungan, Wisata Agro Lembah Kecubung merupakan salah satu tempat wisata yang mampu menjadi penunjang perekonomian warga. Maka dari itu, dengan diberlakukannya *branding* dan dirancangnya maskot bertujuan agar Wisata Agro Lembah Kecubung mampu menarik minat kunjungan dari wisatawan luar daerah.

Pelaksanaan perancangan maskot bagi Wisata Agro Lembah Kecubung oleh kelompok Bina Desa Trawas dilaksanakan dalam beberapa tahapan yang dimulai dengan dilakukannya observasi. Observasi dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2023 dengan berkunjung langsung ke lokasi tempat wisata dan melakukan wawancara dengan pihak pengelola. Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh, kelompok pengabdian masyarakat mendapatkan data berupa apa saja yang dapat dilakukan dengan permasalahan yang dimiliki oleh Wisata Agro Lembah Kecubung, salah satunya kurangnya usaha untuk mempromosikan tempat wisata.



Gambar 1. Wawancara Kelompok Bina Desa Trawas UPN “Veteran” Jawa Timur bersama Pihak Pengelola Wisata Agro Lembah Kecubung



Gambar 3. Pengimplementasian Maskot pada Souvenir Wisata Agro Lembah Kecubung

Setelah perancangan maskot dan kebutuhan *branding* untuk promosi Wisata Agro Lembah Kecubung selesai, tim Bina Desa Trawas melakukan penyerahan hasil final desain bersama dengan pihak pengelola tempat wisata. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bentuk kontribusi mahasiswa kepada masyarakat terutama pihak pengelola Wisata Agro Lembah Kecubung yang dimana dapat lebih mengoptimalkan mengenai promosi tempat wisata. Sehingga Wisata Agro Lembah Kecubung dapat memikat minat wisatawan untuk berkunjung.



Gambar 4. Penyerahan Hasil Desain pada Pihak Pengelola Tempat Wisata

DISKUSI

Kegiatan MBKM PKKM Bina Desa yang diselenggarakan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur memiliki keterikatan erat dengan perancangan maskot sebagai media pendukung dalam mempromosikan Wisata Agro Lembah Kecubung. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk ikut andil dalam proses pembangunan dan peningkatan bagi Desa Penanggung terutama Wisata Agro Lembah Kecubung. Kelompok Bina Desa merancang maskot menggunakan keahlian desain dan seni

yang sudah dipelajari selama berada di perguruan tinggi hingga menghasilkan maskot yang mampu menunjang kegiatan promosi tempat wisata. Dalam perancangan maskot ini, kelompok Bina Desa juga melibatkan pihak pengelola Wisata Agro Lembah Kecubung dan juga perangkat Desa Penanggung. Dengan demikian, kegiatan MBKM PKK Bina Desa ini dapat menjadi wadah bagi mahasiswa untuk ikut serta dalam usaha meningkatkan desa khususnya desa wisata melalui perancangan maskot untuk Wisata Agro Lembah Kecubung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah direalisasikan oleh mahasiswa Bina Desa Trawas Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dapat ditarik kesimpulan berupa rancangan kegiatan yang sudah disusun mendapatkan respon dan dampak yang baik bagi Wisata Agro Lembah Kecubung. Dengan adanya rancangan kegiatan yang sudah dilaksanakan mampu memudahkan pihak pengelola tempat wisata untuk mempromosikan Wisata Agro Lembah Kecubung. Maka dari itu, besar harapan dari kelompok Bina Desa Trawas UPN “Veteran” Jawa Timur pihak pengelola tempat wisata dapat memaksimalkan potensi yang kini sudah dimiliki sehingga kedepannya dapat menjadi sumber mata pencaharian warga desa.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS (Times New Roman, size 12)

Penulis mengucapkan terima kasih pada Bayu Setiawan, S. Sn., M. Sn. selaku *Person In Charge* (PIC) selama kegiatan Bina Desa berlangsung dan Diana Aqidatun Nisa, S. T., M. Ds. selaku Dosen Pembimbing Prodi Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur. Begitu juga rasa terima kasih disampaikan pada seluruh anggota kelompok Bina Desa Trawas.

DAFTAR REFERENSI

- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 718.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 72.