

## ABSTRAK

Jajanan merupakan makanan atau minuman yang dijajakan oleh para penjual secara umum dimana jajanan tersebut dapat langsung dikonsumsi dan pada umumnya bukan menu utama atau santapan utama. Jajanan memang bukan keperluan pokok, namun keberadaannya sudah tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat dan menjadikannya sebuah warisan budaya dalam suatu masyarakat. Banyak jajanan yang populer dan menyebar ke daerah bahkan negara lain. Persebaran jajanan ini secara tidak langsung menyingkirkan keberadaan jajanan lokal. Masalah tersebut terjadi di Indonesia dimana jajanan-jajanan dari luar mendominasi pasar Indonesia. Masalah tersebut diperburuk dengan perilaku masyarakat dan para pebisnis lokal. Tergesernya jajanan tradisional bukan pada potensi jajanan yang lemah, dimana hal tersebut masih dapat dilihat dari beberapa jenis jajanan yang terkenal, bahkan hingga mendunia. Maka diperlukan media promosi yang baik untuk memberikan informasi kepada konsumen terhadap brand mereka. Perancangan maskot dipilih sebagai sarana promosi karena maskot dapat menjembatani dengan baik target market dengan brand. Banyak brand-brand populer menggunakan maskot sebagai media promosi mereka. Selain dapat meninggalkan kesan kepada konsumen, karakter maskot dapat digunakan sebagai media-media promosi yang unik. Melalui salah satu produsen es lilin Likliki, diharapkan dapat memacu para produsen jajanan tradisional untuk mempromosikan jajanan lokal mereka dan memberikan informasi kepada konsumen terhadap jajanan tradisional. Metode yang digunakan dalam perancangan adalah dengan cara observasi, wawancara, kepada calon konsumen. Metode analisis yang digunakan dalam perancangan maskot adalah metode analisis SWOT dan metode analisis matriks. Dengan pembuatan ilustrasi karakter maskot ini dapat menaikkan *Brand Awareness* jajanan lokal dan bila memungkinkan dapat memperbaiki pandangan masyarakat terhadap jajanan lokal.

Kata kunci: ilustrasi, Maskot, likliki, jajanan tradisional, es lilin