

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Tarakan merupakan salah satu kota yang terletak di provinsi Kalimantan Utara. Bisa dibilang Tarakan merupakan kota transit yang mana kota ini cukup sering didatangi oleh para pendatang. Beberapa pendatang dari luar tersebut biasanya hanya singgah sementara lalu melanjutkan perjalanannya ke kota lain dan tidak menetap di kota. Tetapi ada juga beberapa pendatang yang memilih untuk menetap di kota Tarakan karena beberapa urusan seperti pekerjaan atau hanya sekedar menetap dan tinggal di kota Tarakan. Kota Tarakan juga menjadi salah satu pusat perekonomian dari provinsi Kalimantan Utara, dimana kota ini memiliki berbagai potensi kekayaan budaya dan alam yang sangat baik serta menawarkan berbagai macam keanekaragaman budaya serta hayati yang unik [1]. Beberapa sektor yang menjadi keunggulan dari kota Tarakan diantaranya yaitu kebudayaan, pertambangan minyak dan gas serta perikanan dengan berbagai macam olahan kulinernya. Ketiga sektor tersebut yang menjadikan kota Tarakan sempat dijuluki sebagai "The Little Singapore" karena menjadi kota yang memiliki berbagai macam budaya dari berbagai etnis, suku dan ras yang berbeda-beda.

Kota Tarakan, sebagai salah satu kota yang kaya akan keberagaman budaya dan potensi alam, memiliki peranan penting dalam perkembangan wilayah Indonesia, terutama di kawasan Kalimantan Utara[2]. Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, Tarakan masih dirasa kurang dalam hal *brand awareness* sendiri karena masih banyak keterbatasan yang dimiliki kota ini, baik dari segi sumber daya manusia maupun sarana dan prasarana penunjangnya. Dalam upaya untuk mengangkat citra serta meningkatkan daya tarik kota ini, *brand awareness* yang kuat dan melekat pada masyarakat perlu dirancang dan diperkuat. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan *awareness* dari kota Tarakan adalah dengan melakukan *redesign* maskot yang sebagai media penguatan *brand awareness* dari kota Tarakan dan

media komunikasi visual yang efektif, menarik serta representatif terhadap kota Tarakan itu sendiri[3][4]. Adapun hal yang membuat penulis memutuskan untuk melakukan *redesign* atau perancangan ulang maskot Kota Tarakan dan bukan merancang maskot dari yakni karena penulis sempat melakukan pengamatan mengenai apakah kota Tarakan sendiri sudah memiliki maskot. Setelah melakukan pengamatan lebih lanjut ternyata Tarakan sempat dibuatkan sebuah maskot yang dirancang oleh Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata kota Tarakan. Mereka mengunggah tampilan maskotnya di akun media sosial Twitter milik mereka.

Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan penulis kepada Bapak Rahmat Kartolo, S.E. selaku Kepala Bidang Promosi Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata kota Tarakan, dari hasil wawancara kalau bersama tim promosi dari Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata kota Tarakan sempat merancang satu maskot sendiri sebagai bentuk promosi pariwisata kota Tarakan. Tetapi maskot tersebut belum mendapat persetujuan untuk dijadikan maskot kota oleh Walikota Tarakan.

Beliau juga menuturkan kalau maskot buatan tim Promosi dari Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata kota Tarakan tersebut hanya bersifat sebagai maskot sementara dan tidak ditetapkan menjadi maskot tetap dan resmi dari kota Tarakan. Alasannya yaitu belum ditetapkannya maskot tersebut oleh Walikota Tarakan karena maskot tersebut masih perlu ditinjau ulang kembali apakah maskot tersebut sudah cukup representatif bagi kota Tarakan sendiri sehingga penggambaran kota Tarakan sudah cukup tersampaikan melalui maskot tersebut dan tidak adanya penolakan dari masyarakat terhadap desain dari maskot yang telah direncanakan akan dibuat.

Dengan demikian, dari observasi lebih lanjut mengenai maskot kota Tarakan dan wawancara kepada beberapa narasumber, sudah ada beberapa hal yang bisa menjadi alasan mengapa perlu dilakukannya *redesign* maskot dari

kota Tarakan. Maskot tidak hanya sekedar representasi visual, tetapi juga menjadi simbol yang mampu merangkul serta menyatukan berbagai elemen kebudayaan, sejarah, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh suatu kota.

Dengan adanya perancangan desain maskot untuk kota Tarakan, diharapkan dapat menggali potensi dan keefektifan dari perancangan maskot sebagai salah satu elemen dalam membangun identitas visual yang tangguh bagi Kota Tarakan dengan memanfaatkan lokasinya sebagai kota transit yang cukup strategis. Dibentuknya dan dirancangnya sebuah perancangan ulang atau *redesign* maskot ini harapannya juga dapat membuat masyarakat kota Tarakan sendiri menjadi sadar dan memiliki kesadaran akan banyaknya potensi-potensi yang dimiliki oleh Tarakan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, perancangan ini akan mencoba menjawab beberapa pertanyaan pokok:

1.2.1 Bagaimana cara merancang ulang atau *redesign* maskot untuk membangun brand awareness dari Kota Tarakan?

1.3 Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk:

1.3.1 Merancang ulang atau *redesign* maskot yang efektif, komunikatif dan representatif untuk membangun *brand awareness* dari Kota Tarakan.

1.4 Batasan Perancangan

Agar penulis lebih terfokus pada apa yang akan dirancang, telah dibuat batasan-batasan pada perancangan ini sehingga lebih mudah dipahami dengan baik, antara lain :

1.4.1 Merancang ulang atau redesign maskot untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat Tarakan akan potensi-potensi yang dimiliki kota Tarakan

1.4.2 Membuat maskot berdasarkan 3 sektor unggulan kota Tarakan yaitu kebudayaan, pertambangan dan perikanan

1.4.3 Media utamanya berupa maskot

1.4.4 Media pendukungnya terdiri dari merchandise dan poster

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini antara lain :

1.5.1 Manfaat bagi keilmuan DKV

Bagi keilmuan DKV, perancangan ulang atau *redesign* maskot ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman tentang seberapa pentingnya maskot dalam memperkuat *brand awareness*.

1.5.2 Manfaat bagi universitas

Bagi institut, perancangan ulang atau *redesign* maskot ini diharapkan dapat menyediakan panduan dan rekomendasi bagi pihak terkait dalam merancang desain maskot yang efektif, menarik dan representatif serta sesuai dengan budaya universitas yang berdiri untuk harmoni, keunggulan dan integritas.

1.5.3 Manfaat bagi masyarakat kota Tarakan,

Bagi masyarakat kota Tarakan, perancangan ulang atau *redesign* maskot ini memberikan kontribusi terhadap pembentukan *brand awareness* kota Tarakan dalam bentuk sebuah desain maskot.