

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Duri merupakan ibu kota dari kecamatan mandau, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau, Indonesia yang terletak di jalan raya Lintas Sumatera. Dan pada masa orde baru hanya terdiri satu kecamatan kini telah dimekarkan menjadi dua kecamatan yaitu Kecamatan Mandau dan Kecamatan Pinggir. Kota ini dulunya hanyalah sebuah dusun kecil yang dihuni oleh suku Sakai, suku yang diyakini sebagai penduduk asli Riau yang seiring dengan perkembangan zaman keberadaannya semakin terpinggirkan sehingga sampai saat ini di kota Duri itu sendiri belum bisa mewujudkan sebuah logo yang menandai bahwa itu adalah ciri khas dari kota itu sendiri.

Kota Duri memiliki kekayaan sumber daya alam, salah satunya adalah minyak bumi yang dikelola oleh PT. Chevron Pasific Indonesia (CPI). Seiring berkembangnya zaman, kota Duri tumbuh terus maju untuk mengedepankan hasil dari minyak bumi.

Pada tahun 1960 ibukota Kecamatan Mandau pindah ke Kota Duri dengan kantor pertamanya di Pokok Jengkol (lingkungan Kantor Lurah Batang Serosa dan Kantor KUA sekarang. Pada tahun 1977 Kantor Camat Mandau berpindah lokasi ke Jalan Sudirman No. 56 Duri.

Kecamatan Mandau menjadi kecamatan yang tertua. Terbentuk bersamaan dengan Kabupaten Bengkalis yang dengan berdasarkan UU Nomor 12 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kabupaten dalam Lingkungan Daerah Provinsi Sumatera Tengah, dan dengan luas wilayah 937,47 Km. Dan Terdiri dari 15 desa/kelurahan dengan total jumlah penduduk sebanyak 229.989 jiwa pada bulan September 2011. Adapun

potensi daerah yaitu pertambangan minyak bumi, perkebunan (karet dan kepala sawit), peternakan (Sapi, Kambing, Unggas), Perikanan darat dan industri makro dan mikro, perdagangan, jasa, pariwisata (sekolah gajah).

Pada tahun 2017 Kecamatan Mandau disebarluaskan menjadi dua kecamatan, yakni Kecamatan Mandau dan juga Kecamatan Bathin Solapan. Pada awal berdirinya Kelurahan di Kecamatan Mandau ada 24 Kelurahan yang menjadi 11 Kelurahan, yaitu Kelurahan yang termasuk dalam Kecamatan Mandau antara lain : Kelurahan Air Jamban, Babussalam, Balik Alam, Batang Serosa, Duri Barat, Duri Timur, Gajah Sakti, Pematang Pudu, Talang Mandi, Desa Bathin Betuah, dan Harapan Baru. Kelurahan yang termasuk dalam Kecamatan Bathin Solapan antara lain yaitu; Desa Air Kulim, Balai Makam, Bathin Sobanga, Boncah Mahang, Buluh Manis, Bumbung, Kesumbo Ampai, Pamesi, Pematang Obo, Petani, Sebangar, Simpang Padang dan Tambusai Batang Duri. Suku asli di Kota Duri,

Suku asli di Kota Duri, Kecamatan Mandau ada 2 yaitu Suku Sakai dan juga Suku Melayu. (<https://camatmandau.bengkaliskab.go.id/web/statis/sejarah/1>)

Penggunaan slogan dan logo baru menjadi salah satu komponen city branding yang pada akhirnya menjadi sebuah kebijakan bagi sebagian besar kota di Indonesia.

Pemerintah sebagai pemegang dan pelaksana kebijakan, sering kali melakukan strategi city branding tanpa melihat aspek-aspek yang mendasar dan pada akhirnya branding yang dilakukan tidak mencerminkan nilai-nilai yang dimiliki dari kota tersebut. Pemasaran sebuah kota, daerah, dan negara telah menjadi sangat dinamis, kompetitif, dan penting dewasa ini. Kota, daerah, dan negara menemukan bahwa gambaran yang baik dan implementasi penuh dari brand strategy memberikan banyak manfaat dan keuntungan. Lokasi geografis, yang juga dapat dijadikan acuan untuk membuat brand

dengan menciptakan dan mengkomunikasikan identitas bagi suatu lokasi yang bersangkutan. Kota, negara bagian, dan negara saat ini telah aktif dikampanyekan melalui periklanan, direct mail dan perangkat komunikasi lainnya. (Keller, 2003:40).

Logo kota adalah salah satu aspek yang menjadi bagian terpenting untuk mengartikan sebagai tanda identitas Daerah. Tujuan penulis merancang logo Kota Duri agar masyarakat Indonesia mengetahui bahwa kota Duri adalah termasuk kota penghasil minyak terbesar di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Merancang Logo Kota Duri yang menggambarkan identitas Kota Duri sebagai Kota yang Kaya akan minyak
2. Bagaimana Merancang Logo Kota Duri yang bisa menjadikan Kota Duri dapat dikenal secara meluas

C. Batasan Perancangan

Dalam perancangan ini hanya dibatasi pada perancangan visual identity berupa logo dan aplikasinya

1. Merancang Logo Kota Duri agar pendatang bisa mengenal lebih jauh dengan Kota Duri
2. Merancang Logo Kota Duri agar Masyarakat Indonesia tertarik dengan Kota Duri

D. Tujuan Perancangan

Adapun perancangan strategi logo adalah sebagai berikut

1. Menciptakan Logo Kota Duri dan Menjadikan Kota Duri di Ingat Sebagai Penghasil Minyak Terbesar di Indonesia.
2. Menciptakan Logo Kota Duri dan menjadikan Kota Duri maju dengan adanya Logo

E. Manfaat Perancangan

1. Masyarakat umum menjadi teredukasi untuk mulai membangun citra Kota itu sendiri sehingga memiliki kesan yang lebih baik.
2. Meningkatkan antusiasme dan minat masyarakat dengan adanya Logo

F. Skema Perancangan

