

ABSTRAK

Dimas Eko Prabowo (625110125)

PERANCANGAN MASKOT DALURA SEBAGAI MEDIA BRANDING SLOGAN UMUM TNI BERSAMA RAKYAT TNI KUAT

Tentara Nasional Indonesia atau biasa disingkat TNI adalah nama sebuah angkatan perang dari negara Indonesia. Pada awal dibentuk bernama Tentara Keamanan Rakyat (TKR) kemudian berganti nama menjadi Tentara Republik Indonesia (TRI) dan kemudian diubah lagi namanya menjadi Tentara Nasional Indonesia (TNI). Hingga saat ini, Tentara Nasional Indonesia (TNI) terdiri dari tiga angkatan bersenjata, yaitu TNI Angkatan Darat, TNI Angkatan Laut, dan TNI Angkatan Udara. TNI dipimpin oleh seorang Panglima TNI, sedangkan masing-masing angkatan dipimpin oleh seorang Kepala Staf Angkatan. Menurut UU TNI No.34 Tahun 2004.

sebagai hasil dari reformasi dengan kelahiran Undang-Undang No. 34 Tahun 2004 tentang Tentara Nasional Indonesia. Moment tersebut memperkenalkan istilah tentara profesional dan supremasi sipil, hal yang sudah mulai dikenal pada masa itu, namun masih tetap asing. Banyak yang tak yakin bahwa profesionalisasi militer dan penegakan supremasi sipil ini akan berhasil. Rupanya ketidakyakinan tersebut terpatahkan dengan komitmen baik dari sipil maupun militer.

Sekalipun dalam perjalannya terpaan isu politik militer kembali menghantam TNI, Panglima TNI hingga jajaran di bawahnya secara konsisten menjaga militer tetap profesional. Dengan semangat slogan "Bersama Rakyat, TNI Kuat" TNI harus meneguhkan posisinya sebagai tentara profesional yang dekat dan dicintai rakyat. Dalam riset bertajuk "*Public Attitudes Toward Human Rights Organizations: The Case of India, Indonesia, Kenya, and Mexico*", lembaga tersebut merilis hasil bahwa berdasarkan pandangan masyarakat terkait institusi-institusi yang memberikan pengaruh (*influence*) positif, militer menempati posisi kedua dari delapan institusi yang ada di masyarakat, di bawah pemimpin agama. Urutannya adalah pemimpin agama 93%, militer 90%, pemerintah pusat 84%, organisasi pembela hak asasi manusia (HAM) 82%, media massa 81%, korporasi 72%, polisi 63%, dan terakhir lembaga peradilan 58%. Beberapa riset lain di dalam negeri belakangan ini juga menjelaskan hal serupa mengenai posisi TNI di masyarakat. Tentu posisi ini menjadi modal sosial (*social capital*) yang sangat penting bagi TNI. Dengan pandangan tersebut, bahkan ketika politik menghangat pun, TNI menjadi institusi yang dianggap bisa membawa pengaruh positif bagi kehidupan masyarakat.

Dalam pelaksanaanya penulis memiliki ide membuat maskot dalura untuk slogan bersama rakyat TNI kuat sebagai promosi dari slogan tersebut, diharapkan dengan langkah promosi ini, seluruh lapisan Elemen Masyarakat NKRI mampu menerima Pesan Slogan tersebut dan menjadi media yang efektif bagi TNI

Kata kunci : Media Branding, Maskot, Slogan, TNI