

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	3
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	4
BAB II. CITY BRANDING KOTA BANDUNG	5
II.1 Landasan Teori tentang <i>City Branding</i>	5
II.1.2 <i>Brand</i>	7
II.1.3 Identitas	7
II.1.4 Unsur Umum Identitas	8
II.1.5 <i>City Branding</i>	9
II.1.6 Kota	10
II.2 Objek Perancangan	10
II.2.1 Gambaran Umum Kota Bandung	10
II.2.2 Sejarah Kota Bandung	11
II.2.3 Iklim Kota Bandung	13
II.2.4 Penduduk Kota Bandung	13
II.2.5 Visi dan Misi Kota Bandung	14

II.2.5.1 Visi Kota Bandung	14
II.2.5.2 Misi Kota Bandung	14
II.2.6 Arti Lambang	14
II.2.7 Potensi Kota Bandung	15
II.2.7.1 Perdagangan	16
II.2.7.2 Wisata	16
II.2.7.3 Wisata Sejarah	16
II.2.7.4 Wisata Seni dan Budaya	16
II.2.7.5 Wisata Kuliner	17
II.3 Analisa Permasalahan	17
II.3.1 Wawancara	17
II.3.2 Kuesioner	17
II.3.3 Analisa SWOT	21
II.3.4 USP	23
II.4 Resume	23
II.5 Solusi Perancangan.....	23
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN	25
III.1 Khalayak Sasaran	25
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	26
III.1.3 <i>Consumer Journey</i>	26
III.2 Strategi Perancangan	27
III.2.1 Tujuan Komunikasi	27
III.2.2 Pendekatan Komunikasi Visual	27
III.2.2.1 Pendekatan Komunikasi Verbal	28
III.2.3 <i>Mandatory</i>	29
III.2.4 Materi Pesan	29
III.2.5 Gaya Bahasa	29
III.2.6 Strategi Kreatif	29
III.2.7 Strategi Media	30
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	30
III.3 Konsep Visual	32

III.3.1 Format Desain	33
III.3.2 <i>Tata Letak</i>	34
III.3.3 Tipografi	34
III.3.4 Ilustrasi	32
III.3.5 Warna	33
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	37
IV.1 Teknis Produksi	37
IV.1.1 Pra-Produksi	37
IV.1.2 Produksi	39
IV.1.3 Paska Produksi	42
IV.2 Media Utama	42
IV.3 Media Pendukung	43
BAB V. KESIMPULAN & SARAN.....	50
V.1 Kesimpulan.....	50
V.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	56
SURAT KETERANGAN PUBLIKASI	57
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR	58