

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dengan pesatnya perkembangan teknologi di dunia modern, kota-kota di berbagai daerah mulai bersaing mengembangkan dan memajukan tampilan kotanya dengan berbagai cara kemampuan setiap kota dalam memberikan wajah-wajah baru untuk meningkatkan kemajuan kotanya dengan memperhatikan ciri-ciri yang membedakannya dengan kota-kota lain merupakan salah satu cara untuk mempromosikan *city branding* terhadap kota besar.

Merek merupakan suatu identitas yang membedakan suatu produk atau jasa, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik produk atau jasa tersebut, *city branding* digunakan untuk meningkatkan daya jual dan daya tarik kota baik dalam sektor perekonomian maupun dalam bidang pariwisata dan bidang lainnya. *City branding* memerlukan identitas visual untuk menciptakan *city branding* yang unik, sehingga tercipta *city branding* yang kuat. Kota yang memiliki reputasi yang kuat akan mudah menarik investor, wisatawan, konsumen dan penduduk untuk membuat identitas yang jelas. *Branding* kota bertujuan untuk menciptakan persepsi positif tentang kota karena dapat memengaruhi perilaku pengunjung sebelum, selama, dan setelah mengunjungi suatu kota. Kota Bandung sebagai destinasi kota yang memiliki potensi dari kota lain, Kota Bandung sebagai destinasi wisata yang memiliki potensi dengan berbagai jenis wisata dan budaya. Kota ini memiliki berbagai jenis wisata, seperti alam, sejarah, budaya, industri kreatif, kuliner, dan museum, yang menjadikannya salah satu kota destinasi wisata yang memiliki berbagai jenis wisata.

Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tentang *city branding* di kota ada tiga turunan. Pada awal dari tahun 1994 *city branding* yang ditetapkan oleh Wahyu Hamijaya Walikotaanya Kepala Daerah Tingkat II. Tentang penetapan flora dan fauna khas kota Bandung menjelaskan tentang peran masyarakat dalam mewujudkan kota Bandung yang bersih, hijau, dan berbunga. Bahwa dalam kurun waktu masyarakat memasuki era perkembangan industri dan globalisasi,

kesadaran akan pentingnya lingkungan hidup yang bersih dan seimbang dalam suatu pertautan. Ekosistem yang serasi dan saling menunjang antara alam dan makhluk hidup, semakin disadari dan berkembang bahwa ciri suatu kota khususnya kota Bandung. Tidak hanya ditentukan dan dikenali dari wujud fisiknya saja tetapi dalam hubungannya dengan pelestarian alam budaya dan lingkungan hidup, unsur perlu diupayakan pelestariannya sehingga dapat menjadi milik dan kebanggaan warga kota. Perlu ditetapkan flora dan fauna khas kota Bandung ditinjau dari beberapa segi, aspek dan pertimbangannya yang perlu ditetapkan dengan surat keputusan Walikotanya Kepala Daerah Tingkat II Bandung. Flora dan Fauna khas kota Bandung yaitu Pohon Patrakomala dan burung *Cangkurileung* ciri khas upaya dan perhatian agar dapat mengembangkan dan melestarikan flora dan fauna khas kota Bandung agar betul-betul menjadi ciri khas daerah.

Keputusan Walikota Bandung pada tahun 2018 bahwa logo *branding* destinasi pariwisata kota Bandung telah ditetapkan dalam keputusan Menteri Pariwisata pada tahun 2017 tentang kota Bandung termasuk destinasi pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan nilai pemasaran di Kota Bandung, perlu menetapkan logo *branding* destinasi pariwisata dalam keputusan Wali Kota. Logo *branding* kota Bandung yaitu “*Stunning Bandung*” yang mempesona diharapkan dapat meninggalkan kesan tersendiri bagi siapapun yang melihatnya, untuk *tagline* nya “*Where the wonders of west Java begin*”. Perpaduan kujang dan bunga sebagai representasi keunikan dan keindahan Jawa Barat dan Bandung, dua daerah di Jawa yang sangat berbeda satu sama lain. Kota Bandung kaya akan pariwisata karena pantai, bukit, sungai, air terjun, dan gunungnya.



Gambar I.1 *Stunning* Bandung

Sumber: <https://www.wisatabdg.com>

(Diakses pada 16/06/2024)

Merancang identitas visual akan membantu kota Bandung menjadi lebih dikenal karena akan membuka banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi lebih lanjut, memiliki banyak peluang untuk terus meningkatkan perekonomian. Di antara tujuan strategi perancangan identitas visual Kota Bandung adalah untuk meningkatkan kesadaran merek dengan menekankan ingatan atau identifikasi visual untuk masyarakat terhadap *city branding* sebab dari itu proses kreatif diperlukan untuk mengembangkan rencana yang kuat untuk mendukung pencitraan kota. Membuat perancangan untuk membantu pencitraan kota dengan identitas visual Kota Bandung dapat dibentuk oleh sejarah, budaya, dan seni ornamennya. Kujang merupakan ciri khas Sunda yang dapat dieksplorasi untuk menciptakan identitas visual, Kujang merupakan salah satu aspek budaya Sunda di kota Bandung. Oleh karena itu bagaimana menciptakan identitas visual untuk memperkuat dan dikembangkan, dari potensi yang di miliki kota dapat memengaruhi kota Bandung untuk masa mendatang, perancangan ini dapat memberikan informasi dan promosi yang dapat dikenal dan diingat untuk masyarakat maupun luar kota Bandung.

I.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah untuk latar belakang diatas yang telah diuraikan, yaitu:

- Kota Bandung perlu memperkuat identitas yang berbeda dengan kota lainnya.
- Kota Bandung perlu mengembangkan potensi dengan memperhatikan ciri khas yang dimiliki kota Bandung.

I.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang untuk identitas visual kota Bandung yang dapat mendukung rencana *city branding*.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah untuk perancangan *city branding* di kota Bandung, meliputi identitas visual untuk mempermudah masyarakat dan wisatawan di kota Bandung dapat mudah diingat sesuai budaya dan sejarah kota Bandung.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dan Manfaat berdasarkan permasalahan diatas untuk perancangan *city branding* kota Bandung sebagai berikut :

- Tujuan perancangan untuk membuat identitas visual yang baik dan mudah diingat untuk masyarakat kota Bandung.
- Dapat memberikan informasi tentang potensi - potensi yang dimiliki kota Bandung terhadap masyarakat dan diluar kota Bandung.

Perancangan ini memiliki manfaat sebagai berikut :

- Bagi Akademis
Bagi Akademis dapat memberikan pengetahuan yang cukup untuk memahami pentingnya identitas visual untuk *citybranding*.
- Bagi Penulis
Bagi Penulis dapat mempelajari tentang identitas kota Bandung dan menambah wawasan mengenai perancangan identitas visual untuk melakukan *citybranding*.
- Bagi Pemerintah Kota Bandung
Bagi pemerintah dengan hasil perancangan dapat meningkatkan efektivitas promosi, dan dapat lebih mudah diingat dan dikenal untuk mengembangkan potensi yang telah dimiliki.