DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
I.1. Latar Belakang 1
I.2. Identifikasi Masalah 3
I.3. Fokus Masalah 4
I.4. Tujuan Perancangan 4
BAB II CITY BRANDING KOTA BANDUNG **5**
II.1. Tinjauan Teoritis 5
II.1.1. Pemahaman *City Branding* 5
II.1.2. Pemahaman *Brand* 6
II.1.3. Identitas 8
II.2. Kota Bandung 11
II.2.1. Gambaran Umum Kota Bandung 11
II.2.2. Sejarah Kota Bandung 13
II.2.3. Iklim dan Wilayah Kota Bandung 14
II.2.4. Penduduk Kota Bandung 15
II.2.5. Visi Misi Kota Bandung 16
II.2.6. Sarana dan Prasarana Kota Bandung 18
II.2.7. Potensi Kota Bandung 19
II.3. Analisis Permasalahan 25
II.3.1. Analisa SWOT 25
II.3.2. USP (*Unique Selling Point*) 28
II.3.3. Segmentasi 39
II.4. Solusi 30

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL 31
III.1 Strategi Perancangan 31
III.1.1. Pendekatan Komunikasi 31
III.1.2. Strategi Kreatif 32
III.1.3. Strategi Media 34
III.1.4. Strategi Distribusi 35
III.2 Konsep Visual 37
III.2.1. Logo 37
III.2.2. *Grid System* 38
III.2.3. *Layout* 38
III.2.4. Tipografi 39
III.2.5. Warna 40
III.2.6. Ilustrasi 42
III.2.7. Motif *Brand* 43
BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA 44
IV.1. Media Utama 44
IV.2. Media Penunjang 51
DAFTAR PUSTAKA 57