DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT..... v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I. PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 3
I.3 Rumusan Masalah 4
I.4 Batasan Masalah 4
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 4

BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH CITY BRANDING KOTA SUKABUMI 6
II.1 Objek Penelitian …..... 6
II.1.1 Gambaran Kota Sukabumi 6
II.1.2 Sejarah Kota Sukabumi …...…….... 6
II.1.3 Nama Pemerintahan Kota Sukabumi …….. 7
II.1.4 Visi ……..……..…….. 8
II.1.5 Misi ……. 8
II.1.6 Arti Lambang …….. 8
II.1.7 Geografis..... 9
II.1.7.1 Letak dan Batas Wilayah ……. 11
II.1.7.2 Iklim dan Curah Hujan …… 11
II.1.8 Penduduk 11

II.2 Data Lapangan 12
II.2.1 Infrastruktur Kota 12
II.2.2 Rute Jalur Angkutan Umum Kota Sukabumi 14
II.2.3 Hotel 15
II.2.4 Pemukiman dan Lingkungan 16
II.2.5 Pendidikan 16
II.2.6 Kesehatan 18
II.2.7 Potensi Kota Sukabumi..... 19
II.2.7.1 Industri 19
II.2.7.2 Perdagangan 19
II.2.7.3 Pelayanan Publik 20
II.2.7.4 Kuliner 21
II.2.7.5 Budaya 22
II.2.7.6 Wisata Kota 25
II.3 Analisa Permasalahan 32
II.3.1 Analisis SWOT 33
II.4 Kondisi Khalayak 35
II.5 *Resume*..... 38

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 39
III.1 Strategi Perancangan 39
III.1.1 *City Branding* 39
III.1.1.1 Manfaat *City Branding* 40
III.1.1.2 Syarat *City Branding* 41
III.1.1.3 Elemen Penting dalam *City Branding* 42
III.1.1.4 Citra Tempat 43
III.1.2 *Brand*..... 43
III.1.2.1 Pengertian *Brand* 43
III.1.2.2 Fungsi *Brand* 44
III.1.2.3 *Brand* Tempat 45
III.1.3 Identitas 45
III.1.4 Khalayak Sasaran 46

III.1.4.1 Segmentasi 46
III.1.4.2 *Consumer Insight* 47
III.1.4.3 *Consumer Journey* 48
III.1.5 Strategi Komunikasi 49
III.1.6 Mandatory 50
III.1.7 Strategi Kreatif 50
III.1.8 Strategi Media 52
III.1.9 Strategi Distribusi 53
III.2 Konsep Desain 55
III.2.1 Format Desain 55
III.2.2 Tata Letak 57
III.2.3 Huruf 59
III.2.4 Warna 61
III.2.5 Ilustrasi 64

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 67
IV.1 Media Utama 67
IV.2 Media Pendukung 77

DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 92