BAB II

PEMBAHASAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Pengertian Identitas

Identitas visual adalah identitas yang berkaitan dengan citra atau *image* yang dipertahankan oleh perusahaan atau entitas lain sebagai jembatan untuk menyatukan berbagai konteks, *audience*, bagi perusahaan tersebut simbolisasi ciri khas yang mengandung diferensial dan mewakili citra organisasi, Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi/cita-cita, misi/fungsi, tujuan, strategi atau program. Dalam perancangan ini obyek entitas adalah sebuah kota. Secara sederhana identitas visual terdiri dari beberapa elemen atau atribut di dalamnya, mulai dari pemilihan nama sebagai langkah awal, logo, tipografi, warna khas, serta *images* atau elemen gambar pendukung yang termasuk disini adalah foto, *artworks, infographics.* (Rustan, 2010)

II.1.2 Pengertian Logo

Logo adalah tanda khusus yang sangat penting yang didesain untuk sebuah perusahaan, barang atau jasa dan ada untuk menciptakan asosiasi dan pengenalan tersebut. Logo merupakan atribut paling utama yang terlihat secara fisik, seperti layaknya wajah pada manusia. Melalui logo, tergambar semua atribut nonfisik lainnya tersebut, yaitu : visi dan misinya, *corporate value*, *corporate culture*, dan seluruh kepribadiannya. (Rustan, 2009, h.66)

II.1.3 Pengertian Merek

merek atau *brand* adalah sebuah nama, istilah, tanda, *symbol*, desain dari produk, jasa atau kombinasi keseluruhan yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing. Merek juga meninggalkan citra dan pengalaman dibenak konsumen mengenai keuntungan dari produk yang diproduksi dari perusahaan. (Keller, 2003, h.3)

II.1.4 Fungsi Merek

Dalam Knapp (2000) memaparkan “bahwa fungsi utama merek adalah sebagai jalan pintas dalam pengambilan keputusan dan sebagai aset yang menambah finansial, merek dapat berfungsi sebagai penanda perubahan kepada target dan mengkomunikasikan kembali nilai produk kepada masyarakat. merek juga dapat meningkatkan moral orang orang yang terdapat di suatu perusahaan serta menciptakan dan menguasai persepsi masyarakat di organisasi maupun masyarakat umum”.

Sebuah merek juga berfungsi membentuk citra dengan memberi alat pengenalan pertama kepada masyarakat. Keyakinan, kualitas sebuah produk akan melekat dalam sebuah merek dari pengalaman dan informasi dari produk tersebut. Pasar akan mudah dikendalikan oleh merek yang kuat. merek akan menjadi peringatan bagi para kompetitornya untuk mengambil setiap langkah yang diambilnya.

II.1.5 Tujuan Merek

Knapp (2000) menjelaskan bahwa “tujuan utama merek adalah untuk menambah nilai hidup manusia. Merek adalah tentang pemberi manfaat kepada pelanggan, dan merek yang lebih terdiferensiasi lebih mudah untuk dikomunikasikan secara efisien kepada konsumen” dengan pembuatan merek dapat menambah rasa memiliki dari konsumen agar tetap setia pada merek yang mereka kenal .

II.1.6 Syarat Merek

Knapp (2000) memaparkan bahwa merek harus memiliki ketidaksamaan atau terpisah dari merek yang lain, berdeda dalam sifat dan juga kualitas. Merek harus memiliki kemurnian, kualitas spesial, gaya dan daya tarik. Suatu merek wajib memiliki kejelasan, keutamaan dan keunggulan.

II.1.7 Kriteria Merek

II.1.7.1 *Brand Name*

Dalam proses riset konsumen dan pemilihan nama *brand*, harus disadari bahwa selalu ada kemungkinan munculnya asosiasi negatif dari sebuah nama dalam suatu

negara atau bahasa atau budaya lain. Pada beberapa kasus, asosiasi negatif yang muncul tidak terlalu parah, mereka dapat dilenyapkan dengan serbuan luncuran pemasaran. (Keller, 2003, h.189-191).

Brand Name atau nama merek merupakan salah satu bagian dari identitas, merupakan pokok terpenting sering berhubungan dengan inti tema terhadap suatu produk. Dalam komunikasi nama merek harus menjadi efektif dan mudah di mengerti oleh konsumen dalam hitungan detik dan paling lama dalam hitungan di bawah dua menit.

II.1.7.2 *Byline*

Byline adalah deskriptor merek, *byline* menjelaskan fungsi dan kegunaan serta penempatan merek. Dengan adanya *byline* diharapkan konsumen mendapat gambaran bahwa produk dan jasa dari merek tersebut relevan dengan kebutuhan mereka.

II.1.7.3 *TagLine*

Tagline adalah salah satu atribut dalam sistem identitas, berupa satu kata atau lebih yang menggambarkan *esensi*, *personality* maupun *positioning brand*. (Rustan 2009, h.70).

II.1.8 Manfaat Merek

Knapp (2000) menjelaskan bahwa dengan membangun merek akan mendapatkan kesetiaan pelanggan yang lebih besar dan juga merek yang dibangun dengan baik akan bisa lebih bertahan dalam menghadapi persaingan, karena memiliki keunikan dibanding produk yang lain. Selain itu, merek yang dibangun dengan benar akan bisa lebih bertahan dalam menghadapi krisis. Ketika merek sudah dibangun dengan baik maka konsumen bisa lebih toleran. Dengan melakukan branding, komunikasi dan promosi pun menjadi lebih efektif ketika merek sudah dibangun dengan baik

II.2 Kota Bukittinggi

II.2.1 Gambaran umum Kota Bukittinggi



Gambar II.1 Jam Gadang

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 08/06/2016)

Kota Bukittinggi adalah kota terbesar kedua di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota ini pernah menjadi ibu kota Indonesia pada masa pemerintahan darurat Republik Indonesia. Kota ini juga pernah menjadi ibu kota provinsi Sumatera dan provinsi Sumatera Tengah. Bukittinggi pada zaman kolonial Belanda disebut dengan Fort de Kock dan dahulunya dijuluki sebagai 'Paris van Sumatera'.

Luas Bukittinggi secara *de jure* adalah 145,29 km², mengacu pada peraturan pemerintah nomor 84 tahun 1999.Namun secara *de facto* saat ini, Bukittinggi masih seluas 25,24 km² karena sebagian masyarakat Kabupaten Agam menolak perluasan wilayah tersebut. Kota Bukittinggi merupakan salah satu pusat perdagangan grosir terbesar di Pulau Sumatera. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Kota ini merupakan tempat kelahiran beberapa tokoh pendiri Republik Indonesia, di antaranya adalah Mohammad Hatta dan Assaat yang masing-masing merupakan proklamator dan pejabat presiden Republik Indonesia. Selain sebagai kota perjuangan, Bukittinggi juga terkenal sebagai kota wisata yang berhawa sejuk, dan bersaudara (*sister city*). Tempat wisata yang ramai dikunjungi adalah jam gadang, yaitu sebuah menara jam yang terletak di jantung kota sekaligus menjadi simbol bagi kota yang berada di tepi ngarai sianok. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.2 Geografis

Secara geografis kota Bukittinggi membentang antara 100°20' - 100°25' bujur timur dan antara 00°16' - 00° 20' lintang selatan. Posisi ini menjadikan iklim di Bukittinggi masuk kedalam iklim tropis. Letak Bukittinggi pada ketinggian antara 780 - 950 meter diatas permukaan laut, menyebabkan udara di Bukittinggi relatif sejuk dan cocok untuk tempat peristirahatan dan tujuan wisata. Letak *geografis* ini cukup strategis, terutama bila dikaitkan dengan posisi sentral Bukittinggi terhadap lintasan *regional* antar ibukota provinsi, seperti lintasan dari Padang ke Medan, dan lintasan dari Padang ke Pekanbaru. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.3 Topografi

Kota Bukittinggi terletak pada ketinggian antara 800-1.000 meter di atas permukaan laut, yang memiliki kondisi topografi yang beragam yaitu relatif datar, berbukit-bukit dan di beberapa kawasan memiliki keterjalan hampir vertikal seperti di kawasan sepanjang Ngarai Sianok. Beberapa wilayah yang relatif berbukit terletak sekitar kelurahan benteng pasar Atas, kelurahan campago ipuh, kelurahan kubu gulai bancah dan kelurahan pulai anak air. Wilayah yang relatif curam terdapat di sepanjang ngarai sianok yang membentang dari utara sampai bagian selatan di sebelah barat kota Bukittinggi. Daya dukung tanah di wilayah berbukit dan curam di sekitar ngarai ini relatif kurang stabil dan dapat menimbulkan longsor (http://www.bukittinggikota.go.id).

Tabel II.1 Kemiringan Lahan/Lereng Wilayah Kota Bukittinggi :

Sumber: Kantor Cabang Dinas Pengairan Kota Bukittinggi, 2016

No	Lereng	Kecamatan						Jumlah (ha)	%
		ABTB (ha)	%	GP (ha)	%	MKS (ha)	%		
1	0 – 2 %	430,22	68,81	369,77	54,313	584,27	49,06	1384,26	54,59
2	3 – 8 %	88,57	14,17	96,70	14,16	71,47	5,88	256,74	9,79
3	9 – 15 %	25,60	4,09	52,95	7,75	180,63	14,86	259,18	10,60
4	16 – 25%	9,73	1,56	23,66	3,46	94,74	7,79	128,13	5,27
5	26 – 40 %	4,86	0,78	29,93	4,38	73,75	6,07	108,54	4,37
6	> 40 %	66,22	10,59	110,09	16,12	210,75	17,34	387,05	15,38
Jumlah		625,20	100	683,10	100	1215,60	100	2523,90	100

Keterangan :

ABTB = Air Birugo Tigo Baleh

GP = Guguk Panjang

MKS = Mandiangin Koto Selayan

II.2.4 Hidrologi

Tipologi hidrologi wilayah Bukittinggi merupakan tipologi wilayah aliran pada dataran tinggi. Mayoritas merupakan daerah hulu sungai (*up stream*) dengan pola identik, aliran air yang relatif deras. Selain itu kondisi kelerengan Kota Bukittinggi yang banyak membentuk aliran-aliran air (*raven*) menyebabkan banyak terjadi penyusupan air melalui aliran bawah tanah.

Permunculan air tanah (mata air) yang berasal dari satuan tufa batu apung banyak terdapat di kaki gunung Singgalang dan gunung Merapi, yaitu di daerah dataran timur laut kota Bukittinggi, diantaranya mata air Sungai Tanang (150 l/detik) dan mata air Cingkariang (150 l/detik). (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.5 Sejarah Kota Bukittinggi

Bukittinggi dalam kehidupan ketatanegaraan semenjak zaman penjajahan Belanda, zaman penjajahan Jepang serta zaman kemerdekaan dengan berbagai variasinya tetap merupakan pusat Pemerintahan Sumatera bahagian Tengah maupun Sumatera secara keseluruhan, bahkan Bukittinggi pernah berperan sebagai Pusat Pemerintahan Republik Indonesia setela Yogyajarta diduduki Belanda dari bulan Desember 1948 sampai dengan bulan Juni 1949.

Semasa pemerintahan Belanda dahulu, Bukittinggi oleh Belanda selalu ditingkatkan perannya dalam ketatanegaraan, dari apa yang dinamakan *Gemetelyk Resort* berdasarkan Stbl tahun 1828. Belanda telah mendirikan kubu pertahanannya tahun 1825, yang sampai sekarang kubu pertahanan tersebut masih dikenal dengan Benteng " Fort De Kock ". Kota ini telah digunakan juga oleh Belanda sebagai tempat peristirahatan opsir-opsir yang berada di wilayah jajahannya di timur ini. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Oleh pemerintah Jepang, Bukittinggi dijadikan sebagai pusat pengendalian Pemerintah militernya untuk kawasan Sumatera, bahkan sampai ke Singapura dan Thailand karena disini berkedudukan komandan Milioter ke 25. Pada masa ini Bukittinggi berganti nama dari Taddsgemente Fort de Kock menjadi Bukittinggi Si Yaku Sho yang daerahnya diperluas dengan memasukkan nagari-nagari Sianok, Gadut, Kapau, Ampang Gadang, Batu taba dan Bukit Batabuah yang sekarang kesemuanya itu kini berada dalam daerah Kabupaten Agam, di Kota ini pulalah Pemerintah bala tebtara Jepang mendirikan pemancar Radio terbesar untuk pulau Sumatera dalam rangka mengibarkan semangat rakyat untuk menunjang kepentingan peramg Asia Timur Raya versi Jepang.

Pada zaman perjuangan Kemerdekaan Republik Indonesia Bukitinggi berperan sebagai kota perjuangan. Dari bulan Desember 1948 sampai dengan bulan Juni

1949 ditunjuk sebagai Ibu Kota Pemerintahan darurat Republik Indonesia (PDRI), setelah Yogyakarta jatuh ke tangan Belanda. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Selanjutnya Bukittinggi pernah menjadi Ibukota Propinsi Sumatera dengan Gubernurnya Mr. Tengku Muhammad Hasan. Kemudian dalam peraturan Pemerintah Pengganti undang-undang No. 4 tahun 1959 Bukittinggi ditetapkan sebagai Ibu Kota Sumatera Tengah yang meliputi keresidenan-keresidenan Sumatera Barat, Jambi dan Riau yang sekarang masing-masing Keresidenan itu telah menjadi Propinsi-propinsi sendiri.

Setelah keresidenan Sumatera Barat dikembangkan menjadi Propinsi Sumatera Barat, maka Bukittinggi ditunjuk sebagai Ibu Kota Propinsinya,. semenjak tahun 1958 secara defacto Ibukota Propinsi telah pindah ke Padangnamun secara deyuire barulah tahun 1978 Bukittinggi tidak lagi menjadi Ibukota Propinsi Sumatera Barat, dengan keluarnya Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1979 yang memindahkan Ibukota Propinsi Sumatera Barat ke Padang. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Sekarang ini Bukittinggi berstatus sebagai kota madya Daerah Tingkat II sesuai dengan undang-undang No. 5 tahun 1974 tentang Pokok Pemerintah di Daerah yang telah disempurnakan dengan UU NO. 22/99menjadi Kota Bukittinggi.

II.2.6 Wilayah Kota Bukittinggi

Kota Bukittinggi saat ini terdiri atas 3 kecamatan dengan 24 kelurahan. Bukittinggi akan mengadakan perubahan batas wilayah, dengan memasukkan sebagian wilayah Kabupaten Agam ke dalam wilayah kota Bukittinggi, sehingga nantinya kota Bukittinggi mempunyai luas 145,299 km2 yang terdiri dari 7 kecamatan dan 58 kelurahan/desa dengan jumlah penduduk 175.452 jiwa. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Sesuai dengan prosedur peraturan perundang-undangan realisasinya menunggu turunnya Peraturan Pemerintah tentang perubahan batas wilayah tersebut.

1. KECAMATAN MANDIANGIN KOTO SELAYAN

   Luas wilayah 12.185 Km2 (48,28%, mempunyai penduduk sebanyak 32.157 orang dengan kepadatan rata-rata 930 jiwa per-km2. kecamatan ini terdiri dari 9 Kelurahan yaitu :

   - Kelurahan Campago Ipuh
   - Kelurahan Campago Guguk Bulek
   - Kelurahan Kubu Gulai Bancah
   - Kelurahan Puhun Tembok
   - Kelurahan Puhun Pintu Kabun
   - Kelurahan Manggis
   - Kelurahan Pulai Anak Air
   - Kelurahan Garegeh
   - Kelurahan Koto Salayan

2. KECAMATAN GUGUK PANJANG

   Luas wilayah 6,931 Km2 (27,07%, mempunyai penduduk sebanyak 38.510 orang dengan kepadatan rata-rata 5.638 jiwa per-km2. kecamatan ini terdiri dari 7 Kelurahan yaitu :

   - Kelurahan Kayu Kubu
   - Kelurahan Pakan Kurai
   - Kelurahan Benteng Pasar Atas
   - Kelurahan Bukit Cangang Kayu Ramang
   - Kelurahan Aur Tajungkang Tengah Sawah
   - Kelurahan Tarok Dipo
   - Kelurahan Bukit Apit Puhun

3. KECAMATAN AUR BIRUGO TIGO BALEH

   Luas wilayah 9,252 Km2 (24,778%, mempunyai penduduk sebanyak 20.733 orang dengan kepadatan rata-rata 3.316 jiwa per-km2. kecamatan ini terdiri dari 9 Kelurahan yaitu :

   - Kelurahan Belakang Balok
   - Kelurahan Birugo

- Kelurahan Aur Kuning
- Kelurahan Sapiran
- Kelurahan Kubu Tanjung
- Kelurahan Pakan Labuah
- Kelurahan Ladang Cakiah
- Kelurahan Parit Antang

II.2.7 Penduduk Kota Bukittinggi

Kota Bukittinggi mempunyai penduduk menurut data terakhir 98.505 orang dengan laju pertumbuhan rata-rata 2,04 % dan kepadatan rata-rata 3.905 jiwa per-Km. dengan semangat membangun masyarakat Bukittinggi yang cukup menggembirakan, terbukti dengan meningkatnya kesejahteraan hidup yang umumnya bermata pencarian sebagai pedagang, pegawa, petani, pengusaha indusrti kecil dan kerajinan serta jasa-jasa lainnya.

Sebagian besar penduduk kota Bukittinggi beragama Islam sekitar 97,89 % dan selebihnya beragama Katolik, Protestan, Budha dan Hindu. Penduduk terpadat berdomisili di kecamatan Guguk Panjang, karena pusat perdagangan dan kegiatan laian sebagian besar berada di kecamatan tersebut dengan kepadatan rata-rata 5.531 jiwa.km. (.bukittinggikota.2016)

II.2.8 Lambang Kota Bukittinggi



Gambar II.2 Lambang Kota Bukittinggi

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/profil/lambang (diakses 30/03/2017)

I. Arti Dan Bentuk

Lambang daerah berbentuk perisai segi lima, Lukisan di dalam lambang daerah tersebut terdiri atas :

- Kata-kata : Bukittinggi
- Bintang segi lima bersinar di bagian atas puncak
- Gonjong Rumah Adat 4 (empat)
- Gobah berlenggek (bertingkat) dua
- Carano dengan sirih lengkap bertutupkan dalamak berjumbai 17.
- Bukit-bukit, dua pada latar belakang dan tujuh pada bagian muka.
- Garis tengah terjal nagari
- Motto “Saayun Salangkah”

Warna dasar, lukisan / gambar dan garis tepi Lambang Daerah dimaksud pasal 4 adalah sebagai berikut :

- Merah : warna dasar perisai segi lima dan warna jumbai dalamak
- Hitam : warna pinggir dasra segi lima, gonjong rumah adapt, tulisan
- Bukittinggi dan warna dasar moto “Saayun Salangkah”
- Kuning Emas : warna carano dan bintang segi lima
- Hijau : warna ngarai dan bukit

II. Arti Gambar

Bentuk perisai segi lima, melambangkan bahwa kota Bukittinggi adalah merupakan salah satu daerah-daerah Kota otonom dalam lingkungan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-undang 1945 dan juga berarti pengabdian terhadap Bukittinggi sebagai nama asli yang bergengsi dan berkepribadi dan yang ditegakkan di atas pandam perkuburan “Stads Gemeente fort de Kock”. Perisai bersegi lima berwarna merah berpinggir hitam sekelilingnya melambangkan keberanian dan ketahanan. (http://www.bukittinggikota.go.id,2017)

1. Bintang segi lima berwarna kuning melambangkan :
   - Pancasila sebagai dasar falsafah Negara Republik Indonesia

- Dalam Negara Repulik Indonesia yang berdasarkan Pancasila ini telah tercakup Propinsi Sumatera Barat dan Kota Bukittinggi.

2. Jumlah garis-garis gambar pada lukisan lambang, melambangkan hari bersejarah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia 17 – 8 1945 adalah sebagai berikut :
   - Jumlah dalamak penutup carano berjumlah 17
   - Garis-garis terjal ngarai berjumlah 8
   - Lantai dan lenggel mesjid berjumlah 4 dan gonjong rumah adat dengan gobah mesjid berjumlah 5.

3. Bukit dan ngarai melambangkan keadaan geografis wilayah Kota Bukittinggi dengan perincian sebagai berikut:
   - Bukit yang 27 (dua puluh tujuh) buah banyaknya diproyeksikan dengan lukisan 2 bukit pada bagian belakang dan 7 buah bukit dihadapannya yang melambangkan bahwa kota Bukittinggi berada dalam kawasa bukit yang berjumlah 27 buah.
   - Ngarai dilukiskan dengan garis putih miring beriak. Warna garis putih dengan warna hijau dibelakangnya mengartikan bahwa ngarai tersebut adalah bersifat alamiah (asli) dan bukan ciptaan manusia dan melambangkan bahwa kota Bukittinggi mempunyai geografis yang permai, sedangkan warna hijau melambangkan kesuburan tanah wilayah kota Bukittinggi.

4. Gonjong Rumah Adat dan gobah Mesjid berlenggek tiga serta lukisan carano dengan sirih lengkap bertutup dalamak berwarna merah melambangkan kebudayaan dan falsafah hidup penduduknya. Kalau istilah sekarang dikenal dengan sebutan “mental/spiritual”, maka Bukittinggi dilambangkan dengan “Gonjong Rumah Gadang Maharam” sebagai lambang kebudayaan asli, sedangkan nama gonjong itu sendiri adalah “tanduak kabau jalang”

5. Lukisan carano dengan sirih lengkap bertutupkan dalamak berwarna merah sengaja digambarkan pada bagian muka, melambangkan:
   - Kapalo Baso (Istana bahasa pembuka tutur)

- Pananti halek tibo (Sosial, Solider)
- Sirieh langkok (5 jenis) melambangkan imbangan hidup, selaras dan seresam rancak diawak katuju diurang.
- Lamak sirieh dilega carano dengan hikmah “kato basamo dipaiyokan bulek kato kamupakaik”

III. Arti Motto

Motto “Saayun Salangkah” adalah esensi dari kata-kat adapt menggambarkan persatuan dan kesatuan.

IV. Arti warna

Warna dalam lambang daerah ini berarti / bermakna :

- Kuning : Adalah lambang keagungan dan keluhuran
- Hitam : Adalah lambang ketahanan.
- Putih : Adalah lambang kesucian (putih tahan susah)
- Merah : Adalah lambang kesucian (putih tahan susah)
- Hijau : Adalah lambang kesuburan

II.2.9 Visi Dan Misi

VISI

“Terwujudnya Bukittinggi Kota Tujuan Pariwisata, Pendidikan, Kesehatan, Perdagangan dan Jasa Berlandaskan Nilai-Nilai Agama dan Budaya”

MISI

- Mengembangkan dan memberdayakan partisipasi berbagai potensi pemangku kepentingan (Pemerintah, Dunia Usaha, dan Mayarakat).
- Meningkatkan kinerja pemerintah daerah secara professional, transparan, akuntabel dan mempunyai jiwa kewirausahaan.
- Meningkatkan pembangunan, penataan, dan pengelolaan sarana dan prasarana kota secara terpadu berwawasan lingkungan.
- Mengambangkan system ekonomi perkotaan secara lebih berdaya guna. Meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata, pendidikan, kesehatan, perdagangan dan jasa serta kesejahteraan social masyarakat.

II.2.10 Potensi Kota Bukittinggi

II.2.10.1 Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan ditetapkan menjadi potensi unggulan daerah Kota Bukittinggi, juga sejalan dengan fungsi dan kondisi alamiah Kota Bukittinggi dengan udaranya yang sejuk akan sangat mendukung bagi penyelenggaraan pendidikan, sebagaimana didunia ini Kota Pendidikan itu adalah kota yang berudara sejuk.

Oleh karena itu, sejak dari zaman Belanda, Kota Bukittinggi dan sekitarnya dijadikan sebagai tempat pendirian pusat-pusat pendidikan. Kita kenal dengan " sekolah Raja ",Fakultas Kedokteran Pertama, Sekolah Mosvia, Kweek School, Mulo, Sekolah Tata Praja (APDN), HIS dan Ambach shcool. Dan pada Zaman awal kemerdekaan berdiri sekolah Polwan dan kadet serta Pamong Paraja yang pertama di Indonesia, bahkan Universitas Andalas yang saat ini berada di Padang, sebelumnya berada di Bukittinggi. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Bukittinggi sebagai Kota Pendidikan telah memiliki sarana dan prasarana pendidikan yang memadai karena saat ini telah tersedia 34 Taman Kanak-kanak, 59 Sekolah Dasar, 10 SLTP, 15 SMU, 13 SMK dan 18 Perguruan Tinggi. Jangkauan pelayanan pendidikan tidak hanya untuk putra daerah Kota Bukittinggi saja, akan tetapi meliputi Wilayah Sumatera Barat bagian Utara, sebagian Riau, Sumatera Utara dan Jambi. Demikian juga tenaga guru/ dosen telah memadai sehingga prestasi akademik pelajar kota ini sangat membanggakan. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Dengan kondisi demikian maka ke depan orientasi pendidikan harus diupayakan bagaiman menciptakan kualitas akademik yang tinggi dibarengi dengan kualitas agama yang sempurna. Hal ini harus kita antisipasi karena dampak globalisasi akan menyebabkan pengaruh negatifnya merasuk ke rumah tangga. Untuk itu kedepan akan dikembangkan Pembangunan SDM berbasis Aqidah, maka pola pendidikan yang berbasis agama sudah dimulai sejak dini (dari kandungan).

II.2.10.2 Bidang Kesehatan

Kota Bukittinggi yang memiliki iklam sejuk ini memiliki peluang yang sangat besar sebagai kota pelayanan kesehatan dan peristirahatan. Kota dengan luas

relative kecil ini telah memiliki 5 rumah sakit yaitu 3 buah milik pemerintah dan 2 swasta dengan didukung oleh 5 unit puskesmas non inpres yang tersebar ditiap kecamatan dan 6 puskesmas keliling serta 15 puskesmas pembantu. Keunggulan pelayanan kesehatan di Kota Bukittinggi ini adalah terdapatnya pusat pengembangan dan pelayanan stroke nasional yang merupakan satu-satunya di Indonesia. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Kondisi sarana dan prasarana yang relative memadai itu, berkorelasi positif dengan tingkat kujungan pasien, pada tahun 2004 sebanyak 259.196 orang tekah dating kerumah sakit yang da di Bukittinggi. Manurut daerah asalnya 46,26% penderita yang dirawat di rumah sakit Bukittinggi berasaldari luar dalam propinsi Sumatera Barat, 48,73% dari bukittinggi dan 5,01%berasal dari luar Provinsi Sumatera Barat. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.10.3 Bidang Perdagangan dan Jasa

Bidang Perdagangan dan Jasa ditetapkan sebagai potensi unggulan daerah adalah berangkat dan sejalan dengan fungsi Bukittinggi itu sendiri. Dari sejarah Kota Bukittinggi, dimulai dengan didirikannya Pasar Atas diatas Bukit Kandang Kabau pada tahun 1858 yang dimaksudkan sebagai tempat transaksi bagi masyarakatnya. Lokasi inilah yang berkembang dan diperluas menjadi pusat kegiatan masyarakat Bukittinggi. Dengan demikian sejak semula Bukittinggi dimaksudkan dan mempunyai fungsi sebagai tempat perdagangan. Seiring dengan pesatnya perkembangan kegiatan perdagangan, sekaligus melekat pada fungsi penyediaan jasa. Fungsi sebagai kota Perdagangan dan Jasa sudah melekat pada Kota Bukittinggi yang berkembang demikian pesatnya, apalagi dengan didukung 4 pusat pasar induk yaitu Pasar Atas, Pasar Bawah, Pasar Simpang Aur, Pasar Banto. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Menjadikan Bukittinggi sebagai sentral perdagangan, yang bukan hanya berskala regional, khususnya untuk barang-barang konveksi, pakaian jadi dan barang-barang kerajinan tangan. Produk ini merupakan kerajinan masyakat sekitar Bukittinggi dan pada umumnya dipasarkan di Pasar Aur dan potensi ini juga berskala nasional dan bahkan mancanegara. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Sektor Perdagangan dan jasa merupakan sektor penyumbang utama bagi pendapatan Kota Bukittinggiu, dimana hamper setengah pendapatan daerah pada tahun 2005 (43 %) yang ditunjukkan dengan PDRB Kota Bukittinggi menjadi Pusat Pelayanan perdagangan dan jasa. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Disamping itu untuk mendukung dunia perdagangan dan jasa, kota ini juga berpotensi di bidang industri. Salah satunya adalah industri hasil pertanian dan kehutanan di Kota Bukittinggi berjumlah 810 jenis usaha industri, 5 jenis usaha industri yang cukup besar antara lain :

- Industri Roti Kue Kering
- Industri Kerupuk
- Moudelling Komponen Bahan Bangunan
- Industri perabot
- Industri Kopi Bubuk

Sedangkan jumlah unit usaha 7 yang bergerak pada sector industri aneka jumlah 434 unit usaha. Perusahaan yang relative besar dan mengalami peningkatan pesat adalah industri pakaian jadi, konveksi, border dan industri sepatu / sandal.Potensi inilah kedepan yang akan semakin dikembangkan dan akan berupaya menjadikan Bukittinggi sebagai “Etalase” perdagangan di Sumatera Barat. Kemungkinan tersebut telah dirintis melalui berbagai kerjasama dengan daerah tetangga dan bahkan dengan Negara tetangga. Apalagi dengan masuknya IMT-GT dan IMS-GT dimana untuk hubungan darat Bukittinggi dengan segala pertumbuhan yang telah dimilki saat ini membuka peluang untuk menjadikan gerbang utama Sumatera Barat untuk segitiga pertumbuhan tersebut. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11 Potensi Wisata Kota Bukittinggi

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor andalan kota Bukittinggi. Banyaknya objek wisata yang menarik, menjadikan kota ini dijuluki sebagai "kota wisata". Dengan luas wilayah 25,239 Km2, dengan ketinggian antara 909 M – 941 M diatas permukaan laut. Suhu udara berkisar 17,1^{o}C sampai 24,9^{o}C, merupakan iklim udara yang sejuk. Kota Bukittinggi dikelilingi oleh gunung, bukit dan ngarai

(lembah) menambah indahnya pemandangan sekitarnya. Kondisi ini yang mendorong masyarakat dari daerah lain terutama propinsi tetangga seperti Riau, Jambi, Sumatera Utara, Sumatera Selatan dan daerah lainnya datang ke daerah ini untuk berwisata. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.1 Jam Gadang



Gambar II.3 Jam Gadang

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 08/03/2017)

Jam Gadang adalah simbol kota Bukittinggi dan provinsi Sumatra Barat di Indonesia. Simbol khas Sumatera Barat ini pun memiliki cerita dan keunikan karena usianya yang sudah puluhan tahun. Jam Gadang dibangun pada tahun 1926 oleh arsitek Yazin dan Sutan Gigi Ameh. Peletakan batu pertama jam ini dilakukan putra pertama Rook Maker yang saat itu masih berumur 6 tahun. Jam ini merupakan hadiah dari Ratu Belanda kepada Controleur (Sekretaris Kota). (http://www.bukittinggikota.go.id)

Simbol khas Bukittinggi dan Sumatera Barat ini memiliki cerita dan keunikan dalam perjalanan sejarahnya. Hal tersebut dapat ditelusuri dari ornamen pada Jam Gadang. Pada masa penjajahan Belanda, ornamen jam ini berbentuk bulat dan di atasnya berdiri patung ayam jantan.

Namun saat Belanda kalah dan terjadi pergantian kolonialis di Indonesia kepada Jepang, bagian atas tersebut diganti dengan bentuk klenteng. Lebih jauh lagi ketika masa kemerdekaan, bagian atas klenteng diturunkan diganti gaya atap bagonjong rumah adat Minangkabau.Dari menara Jam Gadang, para wisatawan bisa melihat panorama kota Bukittinggi yang terdiri dari bukit, lembah dan bangunan berjejer di tengah kota yang sayang untuk dilewatkan. Saat dibangun biaya seluruhnya mencapai 3.000 Gulden dengan penyesuaian dan renovasi dari waktu ke waktu. Setiap hari ratusan warga berusaha di lokasi Jam Gadang. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.2 Taman Panorama



Gambar II.4 Taman Panorama

Sumber: http:// www.indonesiakaya.com/ (diakses 30/03/2017)

Taman Panorama yang baru saja selesai direvitalisasi berlokasi di Jl. Panoramayang berjarak 1 Km dari pusat Kota Bukittinggi. Dari dalam taman ini kita menikmati pemandangan yang indah dan mempesona terutama kearah lembah Ngarai Sianok dengan latar belakang Gunung Singgalang.

Di lokasi ini terdapat kios-kios souvenir khas Minangkabau, warung makanan dan minuman, tempat duduk permanen, parkir dan fasilitas lainnya. Dari Taman

Panorama yang terdapat di kota Bukittinggi memungkinkan wisatawan untuk melihat keindahan pemandangan (http://www.bukittinggikota.go.id)

Berlokasi di Kelurahan Puhun Pintu Kabun Kecamatan Mandiangin Koto Salayan. Panorama Baru ini merupakan suatu kawasan yang memiliki pemandangan yang indah ke arah Ngarai Sianok dengan medan yang berbukit-alam Ngarai Sianok. Terdapat berbagai fasilitas pendukung wisata antara lain tempat-tempat duduk permanen. Disamping itu obyek wisata ini dapat dimanfaatkan sebagai tempat kemping ataupun tempat penampilan berbagai acara kesenian. Pada minggu pagi tempat ini ramai dikunjungi karena udara yang bersih sambil berlari-lari pagi untuk kebugaran jasmani.

II.2.11.3 Ngarai Sianok



Gambar II.5 Ngarai Sianok

Sumber: http:// http://www.bintang.com / (diakses 30/03/2017)

Ngarai Sianok merupakan salah satu objek wisata utama Kota Bukittinggi. Dikarenakan keindahan alam yang menariknya yang dapat menarik perhatian para wisatawan baik dalam negeri maupun dalam negeri. Ngarai Sianok merupakan suatu lembah yang indah, hijau dan subur.

Didasarnya mengalir sebuah anak sungai yang berliku-liku menelusuri celah-celah tebing dengan latar belakang Gunung Merapi dan Gunung Singgalang.Ngarai

Sianok terletak di pusat Kota Bukittinggi dengan panjang ± 15 km, kedalaman ± 100 m dan lebar sekitar 200 m. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.4 Benteng Ford de Cock



Gambar II.6 Benteng Ford de Cock

Sumber: http:// www.tripadvisor.in/ (diakses 22/03/2017)

Benteng ini didirikan oleh Kapten Bouer pada tahun 1825 pada masa Baron Hendrik Markus De Kock sewaktu menjadi komandan Der Troepen dan Wakil Gubernur Jenderal Hindia Belanda, karena itulah benteng ini terkenal dengan nama Benteng Fort De Kock. Benteng yang terletak di atas Bukit Jirek ini digunakan oleh Tentara Belanda sebagai kubu pertahanan dari gempuran rakyat Minangkabau terutama sejak meletusnya perang Paderi pada tahun 1821-1837. Disekitar benteng masih terdapat meriam-meriam kuno periode abad ke 19. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Dan pada sekarang ini terdapat berbagai fasilitas di sekeliling benteng tersebut. Dimana pada hari-hari libur, benteng ini akan diramaikan oleh acara-acara yang diadakan oleh sekolah-sekolah yang ada di Kota Bukittinggi.

Di sekitar benteng ini tedapat arena bermain anak-anak seperti ayunan, seluncuran, dan sebagainya. Anak-anak juga dapat menaiki kuda dengan menyewa kuda yang disewakan di sekitar area tersebut. Bukan saja sarana bermain anak-anak juga terdapat permainan Fly Fox dan permainan lainnya. Taman-taman di sekitar benteng menjadi tempat peristirahatan para wisatawan yang datang. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.5 Istana Bung Hatta



Gambar II.7 Istana Bung Hatta

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 03/06/2016)

Terkenal dengan sebutan Gedung Negara Tri Arga, terletak di pusat Kota Bukittinggi tepatnya di depan taman Jam Gadang. Pada zaman penjajahan Jepang gedung ini dijadikan tempat kediaman Panglima Pertahanan Jepang (Seiko Seikikan Kakka) dan pada zaman revolusi fisik tahun 1946 menjadi Istana Wakil

Presiden RI Pertama Drs. Mohammad Hatta. Sekarang gedung ini digunakan sebagai tempat seminar,
lokakarya dan pertemuan tingkat nasional dan regional yang representatif serta sebagai rumah tamu negara bila berkunjung ke Bukittinggi. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.6 Kebun Binatang / Taman Kinantan



Gambar II.8 Kebun Binatang / Taman Kinantan
Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 22/03/2017)

Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan atau lebih dikenal dengan sebutan Kebun Binatang. Obyek wisata ini dibangun tahun 1900 oleh seorang berkebangsaan Belanda yang bernama Controleur Strom Van Govent yang berkebangsaan Belanda. Kemudian pada tahun 1929 dijadikan kebun binatang oleh Dr. J. Hock dan merupakan satu-satunya kebun binatang yang ada di Sumatera Barat, dan merupakan kebun binatang tertua di Indonesia. Di tengah lokasi wisata ini terdapat Museum Kebudayaan berbentuk rumah adat Minangkabau, Museum Zoologi dan tempat bermain anak-anak. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.7 Lobang Jepang



Gambar II.9 Lobang Jepang

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 22/03/2017)

Di dalam Taman Panorama terdapat gua bekas persembunyian tentara Jepang sewaktu Perang Dunia II yang disebut denganLubang Jepang. Lubang ini sebenarnya lebih tepat disebut terowongan (bunker) Jepang. Dibangun tahun 1942 untuk kepentingan pertahanan tentara Jepang dalam PD II dan perang Asia Timur Raya (Dai Tora Senso) atas perintah pemerintah militer Angkatan Darat Jepang (Tentara Kedua Puluh Lima) untuk Sumatera berkedudukan di Bukittinggi dengan Komandan Tentara Pertahanan Sumatera Jend. Watanabe. Terakhir komandemen militer se Sumatera dipimpin oleh Seiko Seikikan Kakka yaitu Jend. Kabayashi, Walikota terakhir Sito Ichori. Bukittinggi dengan nama Shi Yaku Sho meliputi Kurai Limo Jorong dan juga mencakup Ngarai Sianok, Gaduik, Kapau, Ampang Gadang, Batutaba dan Bukit Batabuah. Lubang Jepang memiliki panjang sekitar 1400 m dan lebar ± 2m.

Para pekerjanya kebanyakan didatangkan dari Jawa yang dibawa Jepang untuk bekerja secara paksa membuat terowongan sepanjang 1.470 m dalam waktu cukup singkat, sehingga memakan korban jiwa yang tidak sedikit. Di dalam terowongan yang garis tengah dan tingginya 2 m terbagi menjadi 20 kamar yang terdiri dari kamar tidur, ruang persembunyian, ruang perawatan, ruang dapur, ruang penjara

dan gudang amunisi. Ruangannya sengaja dibuat berliku-liku dengan sejumlah ruangan jebakan. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.2.11.8 Rumah Kelahiran Bung Hatta



Gambar II.10 Rumah Kelahiran Bung Hatta

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 22/03/2017)

Rumah ini merupakan duplikat dari bangunan lama yang sudah hancur. Bangunan ini dibangun tahun 1994, kerjasama Pemerintah Kota Bukittinggi dengan Universitas Bung Hatta Padang. Rumah ini merupakan tempat kelahiran Bung Hatta, salah satu proklamator RI, terdiri dari 2 lantai.

Rumah ini salah satu museum yang patut dikunjungi. Selain itu rumah ini telah masuk menjadi Cagar Budaya Kota Bukittinggi yang dilindungi sesuai dengan Undang-undang No 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan Perwako No. 2 tahun 2012. (http://www.bukittinggikota.go.id)

Lokasi Rumah Kelahiran Bung Hatta sangat mudah dijangkau, berada di tepi jalan jl Soekarno Hatta no. 37. (daerah pasar bawah kota Bukittinggi).

II.2.11.9 Auditorium Pustaka Hatta



Gambar II.11 Auditorium Pustaka hatta

Sumber: http://www.bukittinggikota.go.id/ (diakses 22/03/2017)

Pemerintah Kota Bukittinggi juga sudah membangun sebuah perpustakaan yang lengkap yang berlokasi di Bukit Gulai Bancah tepatnya di bagian barat Kantor Balai Kota. Pustaka yang bertaraf nasional ini diberi nama Pustaka Bung Hatta dan dilengkapi dengan sarana audio visual, ruang konfrensi, auditorium serta mushalla. Meeting Room yang ada di lantai 3 juga disewakan untuk berbagai kegiatan seperti pesta perkawinan dll. Dibangun diatas tanah seluas 5609 m² pustaka ini merupakan saudara kembar dengan pustaka nasional yang ada di Blitar. (http://www.bukittinggikota.go.id)

II.3 Analisa Masalah

Metode Analisis SWOT Perancangan *city branding* Kota Bukittinggi termasuk kategori promosi komersial maka metode analisis yang akan dipakai adalah metode analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, and threats*)

II.3.1 *Strengths*

Strengths (kekuatan) adalah mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang akan diangkat sebagai objek permasalahan, dalam hal ini yaitu kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh kota Bukittinggi itu sendiri seperti wisata alam, sejarah, dan lain-lain.

II.3.2 *Weakness*

Weakness (kelemahan) adalah segala hal yang menyangkut tentang kekurangan dan kelemahan dari Kota Bukittinggi diantaranya pembangunan yang telah dilaksanakan belum terlaksana secara komprehensif dan tidak dikemas atau direncanakan secara terintegrasi .belum maksimalnya pembinaan, pengembangan kapasitas aparatur.pengelolaan usaha ekonomi masyarakat ditinjau dari segi manajemen dan teknologi masih terkesan konvensional dan belum dikelola secara profesional.

Belum maksimalnya capaian kualitas/mutu pendidikan serta sarana dan prasarana pendidikan belum memadai masih rendahnya akses pelayanan kesehatan kepada masyarakatjaringan transportasi belum tertata baik sehingga sering menimbulkan kemacetan dan kesemrawutan pada ruas-ruas tertentu di dalam kota.kurang tertatanya sistem drainase kota dan pengelolaan sampah sehingga Bukittinggi yang berada pada ketinggian 70-92 meter dpl (di atas permukaan laut) pada kawasan tertentu di musim hujan digenangi air.

II.3.3 *Opportunities*

Opportunities (peluang) diantaranya adalah Membangun dan melakukan evaluasi terhadap dokumen-dokumen kebijakan strategis.Peningkatan *infrastruktur* kota yang meliputi penataan dari sistem jaringan jalan, drainase, penataan kawasan pasar, persampahan, air bersih, sanitasi lingkungan dan pemukiman, terminal, perparkiran, objek wisata dan taman kota (*open space green*).Peningkatan daya

tarik wisata dengan meningkatkan kualitas pelayanan di sektor pariwisata, sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh para wisatawan, mendorong investasi yang bergerak di bidang pariwisata, meningkatkan promosi, melaksanakan *event-event* pariwisata, melakukan kerjasama dengan pihak investor dalam dan luar negeri, serta meningkatkan peran serta masyarakat.

II.3.4 *Threats*

Threats (ancaman) adalah segala hal yang sekiranya dapat menghambat perkembangan dari Kota Bukittinggi diantaranya bentuk kota dari bentuk bentang alam atau geografis, transportasi dan lain sebagainya.

II.3.5 Hasil Survei Kepada Masyarakat Terkait Pengenalan kota Bukittnggi.

Dari hasil metode penelitian survei menggunakan pembagian formulir *online*, banyak responden remaja dan dewasa yang belum mengetahui kota Bukittinggi. 70% pria dan 40% wanita yang menjadi responden berumur sekitar 20-38 Tahun, 75% bukanlah asli penduduk kota bukittinggi.

Semua responden mengakui mengetahui kota Bukittinggi .93% menyebut pernah berkunjung ke kota Bukittinggi. Alasan kenapa responden berkunjung ke kota Bukittinggi 24% kota kelahiran, 17% kota yang jauh dari keributan dan tenang 8,6% kota yang banyak memberikan inspirasi 67% Bukitnggi banyak potensi wisata dan 24% lainnya.

II.4 Target Audience

Segmentasi

Penentuan target sasaran sangat diperlukan dalam perancangan konsep media yang akan dibuat. Agar pendekatan kepada target sasaran dapat lebih terfokus dan efektif dalam penyampaian pesan.

Demografis

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan wanita
- Usia : 20-50 tahun
- Kelas Sosial : Semua golongan/lapisan masyarakat
- Pekerjaan : PNS, swasta, ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa.

Geografis

- Secara *geografis target audience* dikhususkan pada masyarakat yang berdomisili di wilayah Kota Bukittinggi, Sumatera Barat dan seluruh Indonesia serta mancanegara pada umumnya. Hal ini dikarenakan *city branding* tidak akan dapat berfungsi bila masyarakat dalam kotanya sendiri tidak sadar dan peduli terhadap kota mereka sendiri.

Psikografis

- Gemar melakukan perjalanan wisata alam, seni dan kebudayaan
- Gemar melakukan aktifitas hiburan, belanja dan kuliner
- Secara sederhana, diartikan sebagai berdasarkan gaya hidup masyarakat yang bekerja keras, mencari informasi melalui media, teknologi sebagai gaya hidup, menyukai hal-hal yang benar-benar baru, berjiwa muda namun tetap memelihara nilai-nilai budaya.

II.5 *Resume* dan Solusi

Identitas adalah salah satu cara untuk memperkenalkan potensi-potensi yang dimiliki dan mempromosikan suatu kota. Identitas bisa diartikan sebagai sebuah usaha yang dimulai dengan membentuk merek untuk sebuah kota, dengan tujuan dikenal oleh masyarakat lebih luas agar dianggap tepat untuk tujuan wisata, tempat tinggal, berinvestasi dan memberikan keamanan untuk berbagai kegiatan. Sebuah Identitas bukan hanya sebuah slogan atau kampanye promosi, akan tetapi suatu gambaran dari pikiran, perasaan, asosiasi dan ekspetasi yang datang dari benak seseorang ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk, layanan, *event*, ataupun berbagai simbol rancangan yang menggambarkannya.

Sebuah identitas tentunya merupakan upaya pengenalan identitas kota yang mengangkat potensi dan keunikan yang dimiliki kota tersebut dibanding kota lainnya. Bagaimana membuat identitas Kota Bukittinggi yang dapat memberikan kerinduan ketika meninggalkannya dan memberikan rasa bangga pada orang yang menetap didalamnya, juga lebih ke merubah pola pikir, perilaku dan memenuhi harapan masyarakatnya. Hal tersebut dapat terwujud jika nilai sebuah kota

dikemas menjadi *brand* yang hasilnya bisa memenuhi harapan masyarakatnya dan sesuai dengan kondisi kota yang sebernanya. Bukan penentuan atau pencapaian target seperti apa kota ini dimata publik tapi lebih kepada apa yang dimiliki kota ini sehingga publik perlu memberinya cap tertentu.

Identitas untuk kota Bukittinggi ini bertujuan untuk memberikan ciri, simbol dan karakter kepariwisataan Bukittinggi, meningkatkan citra destinasi pariwsata Bukittinggi, meningkatkan rasa bangga masyarakat terhadap Bukittingi, meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ke Bukittinggi, dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap Bukittinggi sebagai daerah tujuan wisata berkualitas. maka dari itu perancangan identitas kota Bukittinggi ini dimulai dari merancang logo dan *tagline*.